

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ЕКОНОМІКА РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ

Навчальний посібник

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2021

УДК 338.48 (075.034)

E40

Авторський колектив: д-р екон. наук, професор О. А. Сущенко – підрозд. 1, 2, 12, 18; канд. екон. наук, доцент О. О. Стрижак – підрозд. 7, 8, 13, 15, 17; канд. екон. наук, доцент Н. А. Дехтяр – підрозд. 5, 6; канд. екон. наук, доцент М. В. Алдошина – підрозд. 3, 4; канд. екон. наук, доцент К. В. Тимошенко – підрозд. 9 – 11, 14, 16.

Рецензенти: завідувач кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу і туризму Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського, д-р екон. наук, професор *І. М. Труніна*; завідувач кафедри менеджменту, зовнішньоекономічної діяльності та туризму Харківського державного університету харчування та торгівлі, д-р екон. наук, професор *Л. М. Яцун*.

Рекомендовано до видання рішенням ученої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.

Протокол № 8 від 29.12.2020 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Економіка рекреації та туризму [Електронний ресурс] : навчальний посібник / О. А. Сущенко, О. О. Стрижак, Н. А. Дехтяр та ін. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. – 347 с.

ISBN 978-966-676-820-2

Розглянуто теоретичні основи економіки рекреації та туризму, особливості формування рекреаційних комплексів, економічні аспекти рекреаційної діяльності. Досліджено принципи функціонування туристичного ринку та визначено особливості створення туристичного продукту. Значну увагу приділено питанням діяльності туристичних підприємств, зокрема, інноваційно-інвестиційним аспектам їхнього функціонування, мотивації персоналу, формуванню собівартості продукту, ціноутворенню та прибутковості процесу надання туристичних послуг. Охарактеризовано види та форми ризику, властивих туристичному бізнесу, окреслено проблеми забезпечення економічної безпеки туристичного підприємства.

Рекомендовано для студентів спеціальності 242 "Туризм".

УДК 338.48 (07.034)

© Сущенко О. А., Стрижак О. О.,
Дехтяр Н. А. та ін., 2021

© Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, 2021

ISBN 978-966-676-820-2

Зміст

Вступ	7
Розділ 1. Економіка рекреації та туризму: теоретичні аспекти.....	9
1. Рекреація та рекреаційна діяльність як галузь наукового пізнання. Теоретичні основи формування рекреаційних комплексів	9
1.1. Історичні передумови виникнення теорії рекреації. Основні терміни та визначення	9
1.2. Сутність та важливість рекреаційної діяльності	19
1.3. Основні соціальні функції рекреаційної діяльності	25
1.4. Економічна ефективність рекреаційної діяльності	32
2. Формування та структура рекреаційної галузі. Класифікація та методи оцінювання рекреаційних ресурсів	37
2.1. Структура рекреаційної галузі	37
2.2. Чинники впливу на діяльність рекреаційної галузі	44
2.3. Класифікація рекреаційних територій	48
2.4. Методи оцінювання рекреаційного потенціалу території ...	62
3. Рекреаційне районування світу	70
3.1. Головні підходи та принципи районування, відповідно до вимог рекреації	70
3.2. Досвід функціонування світових рекреаційних комплексів.....	77
4. Рекреаційне районування України. Особливості формування та розвитку регіональних туристично-рекреаційних комплексів.....	115
4.1. Історичний розвиток медичних рекреаційних ресурсів	115
4.2. Законодавчі основи рекреаційної діяльності в Україні	124
4.3. Міжнародний досвід планування туристичних рекреаційних комплексів.....	132
4.4. Основні туристичні райони України та їхня характеристика	137
5. Рекреологія як наука. Рекреаційна система	141
5.1. Суб'єкт, об'єкт та метод рекреології.....	141
5.2. Вихідні постулати та основні поняття рекреології	144
5.3. Основні концепції рекреології.....	146
6. Рекреаційне природокористування й охорона природи в рекреаційних комплексах.....	151

6.1. Концепція сталого розвитку в туристичній діяльності	151
6.2. Структура та класифікація природних рекреаційних ресурсів.....	157
6.3. Природоохоронна діяльність (досвід України та інших країн світу)	165
6.4. Правове регулювання природоохоронної діяльності	175
Висновки до розділу 1	182
Тестові завдання до розділу 1	183
Практичні завдання до розділу 1	185
Питання для обговорення до розділу 1	187
Запитання для самоконтролю до розділу 1	189
Розділ 2. Економіка туризму та економічні засади функціонування туристичних підприємств	190
7. Економічні основи туристичної діяльності	190
7.1. Важливість туризму для економіки.....	190
7.2. Індустрія туризму	197
8. Туристичний ринок та особливості його функціонування	203
8.1. Особливості ринку туристичних послуг	203
8.2. Туристський попит	206
8.3. Туристична пропозиція	211
9. Туристичне підприємство в сучасній економічній системі	214
9.1. Сутність та визначення поняття туристичного підприємства	214
9.2. Класифікація туристичних підприємств	215
9.3. Зовнішнє середовище та внутрішнє середовище туристичного підприємства	220
10. Основні й оборотні фонди туристичного підприємства.....	222
10.1. Основні фонди, їхня класифікація та структура	222
10.2. Спрацювання та амортизація основних фондів	225
10.3. Сутність та значення оборотних фондів. Структура оборотних коштів	229
11. Організація виробництва продукції (надання послуг). Виробнича програма підприємств туристичного комплексу	231
11.1. Сутність, структура та принципи організації виробничого процесу	231
11.2. Форми організації виробництва	235

11.3. Сутність і структура виробничої програми. Принципи та етапи розроблення виробничої програми туристичного оператора	237
11.4. Планування діяльності підприємств розміщення та харчування туристів	239
12. Витрати підприємства та собівартість туристичного продукту	243
12.1. Особливості туристичного продукту.....	243
12.2. Компоненти туристичного продукту, які формують його собівартість	246
12.3. Формування собівартості туристичного продукту.....	249
Висновки до розділу 2.....	253
Тестові завдання до розділу 2.....	253
Практичні завдання до розділу 2.....	255
Питання для обговорення до розділу 2	257
Запитання для самоконтролю до розділу 2.....	258
Розділ 3. Економічні результати діяльності туристичного підприємства	259
13. Ціна продукції. Ціноутворення в умовах ринку	259
13.1. Роль ціни в туризмі	259
13.2. Цінова стратегія	262
13.3. Цінова політика	267
14. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства.....	270
14.1. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства	270
14.2. Механізм розподілу прибутку підприємства	274
14.3. Оцінювання фінансового стану підприємства	277
15. Інвестиційно-інноваційна діяльність туристичного підприємства	279
15.1. Інвестиції в туристичній діяльності.....	279
15.2. Інновації в туристичній діяльності	283
15.3. Інноваційні процеси на туристичних підприємствах.....	288
16. Економічна безпека туристичного підприємства	291
16.1. Поняття про економічну безпеку туристичного підприємства та її визначення.....	291
16.2. Оцінювання економічної безпеки туристичного підприємства	296

16.3. Служба безпеки туристичного підприємства	298
17. Економічний ризик та управління ним.....	302
17.1. Економічний ризик у туризмі.....	302
17.2. Управління ризиком у туризмі	307
18. Мотивація та оплата праці.....	312
18.1. Поняття, класифікація та структура персоналу підприємства	312
18.2. Планування чисельності працівників	318
18.3. Мотивація праці та організація заробітної плати.....	320
Висновки до розділу 3.....	326
Тестові завдання до розділу 3.....	326
Практичні завдання до розділу 3.....	329
Питання для обговорення до розділу 3	331
Запитання для самоконтролю до розділу 3	331
Використана та рекомендована література.....	333
Додатки.....	341

Вступ

Туризм є одним із найважливіших чинників, що безпосередньо впливають на конкурентоспроможність та зростання регіонів. Міжнародний туризм вважають одним із небагатьох секторів економіки, завдяки якому депресивні та менш дохідні регіони зуміли збільшити свою участь у національній економіці й навіть вийти на світовий ринок. Туризм можна розглядати як стимул створення робочих місць, викорінення бідності, забезпечення гендерної рівності й захисту природної та культурної спадщини. Ці факти, головним чином, є наслідком наявності в більшості регіонів, що розвиваються, та країн, що надають перевагу спеціалізації національного господарства на туризмі, значних порівняльних переваг. Попри те, що класичне визначання туризму, надане ЮНВТО, офіційно не змінювалося, сьогодні ця галузь охоплює безліч секторів і напрямів діяльності, що надає можливість вийти на глобальний ринок будь-якій країні, навіть якщо вона не володіє традиційними рекреаційними ресурсами.

Туризм – це складне соціально-економічне явище, яке є не лише економічною діяльністю, але й засобом міжрегіонального та міжнародного культурного обміну, способом подолання різних видів криз.

Туристична діяльність – це не тільки надання послуг з організації подорожей, але й джерело доходу держави, підтримання багатьох галузей її економіки. Туризм має величезний вплив на такі ключові сектори економіки, як транспорт, послуги готелів і ресторанів, торгівля, будівництво, споживчі товари та багато інших аспектів, що є рушійним каталізатором соціально-економічного розвитку. Таким чином, ВВП деяких країн майже повністю створюють туристськими потоками. Туризм має високий "мультиплікативний" ефект і є прямим чинником опосередкованого впливу на галузі, пов'язані з виробництвом і наданням супутніх туристичних товарів та послуг. Цей непрямий вплив відбувається коштом витрат туристів і, відповідно, отриманих доходів туристичних, транспортних, торгових та інших організацій. За оцінками міжнародних експертів, туризм має опосередкований вплив на розвиток більш ніж 50 галузей економіки.

З огляду на сказане, можна стверджувати життєво важливе значення розвитку туризму для всієї світової економіки. Сьогодні висока конкурентна, економічна та політична нестабільність у багатьох регіонах потребує постійної адаптації туристичних компаній до швидкозмінних умов

навколишнього середовища. Потреби та запити туристів, що постійно зростають, а також насиченість туристичного ринку створюють туристичні організації, які потребують постійного пошуку нових видів туристичної продукції, відкриття нових напрямків тощо.

Якщо туристичний напрямок уже має певну популярність, і мінімальну кількість тих, хто відпочиває, у будь-якому разі гарантовано (зрозуміло, якщо не відбувається різких змін ділового оточення й не виникають непередбачені обставини), тоді чітке планування обсягів виробництва та споживання туристичної продукції, а також супутніх товарів і послуг не є основним завданням місцевої влади, їхні функції зведено до підтримання сприятливого інвестиційного середовища загалом. Відсутність підвищеної уваги до туристичної галузі в цьому разі може призвести до негативних наслідків, якщо окремо не здійснюють аналіз та оцінювання сукупного впливу функціонування підприємств на економіку регіону й національну економіку, причому необхідні прогнози як на короткостроковий, так і довгостроковий період.

Навчальна дисципліна "Економіка рекреації та туризму" є базовою навчальною дисципліною, яку вивчають, згідно з навчальним планом підготовки фахівців освітнього ступеню "бакалавр" спеціальності 242 "Туризм" для всіх форм навчання.

Основними формами вивчення цієї навчальної дисципліни є лекції, семінарські заняття, а також самостійна робота студентів.

Метою викладання цієї навчальної дисципліни є формування здатностей самостійно мислити, ухвалювати управлінські рішення, виконувати комплексні економічні розрахунки для ефективного розвитку економіки рекреації й дозвілля, моделей державної підтримки рекреації, ознайомлення із системами організації діяльності туристичного підприємства.

Розділ 1

Економіка рекреації та туризму: теоретичні аспекти

Мета – опанування знань, умінь та навичок щодо ефективного управління та розвитку рекреаційного середовища країни.

Професійні компетентності: здатність обґрунтовувати господарські рішення з урахуванням впливу чинників зовнішнього середовища на розвиток рекреаційних територій і туристичних підприємств; знання специфіки та потенціалу рекреаційно-туристичних комплексів; уміння визначати взаємозв'язок зовнішніх рекреаційно-туристичних ресурсів і внутрішніх елементів управління рекреаційними підприємствами.

1. Рекреація та рекреаційна діяльність як галузь наукового пізнання. Теоретичні основи формування рекреаційних комплексів

1.1. Історичні передумови виникнення теорії рекреації. Основні терміни та визначення

Немає жодного загальновизнаного терміна "дозвілля". Із погляду маркетингу, **дозвілля** – це певний досвід із визначеною ціною, який дає задоволення. Загалом, час дозвілля – це антипод часу, проведеного на роботі, який відображає зростаючу персональну свободу та визначає поведінку [2].

2013 р. Європейська економічна комісія ООН опублікувала Настави щодо упорядкування досліджень використання часу. Вільний час було визначено як час, витрачений на такі заходи: волонтерська робота й зустрічі, допомога іншим домашнім господарствам, спілкування та розваги, заняття спортом і перебування на свіжому повітрі, хобі й ігри, читання, перегляд телевізора, відпочинок чи бездіяльність [73].

Деякі автори називають чотири основні функції дозвілля: 1) відпочинок; 2) урізноманітнення повсякденного життя; 3) самовдосконалення та 4) соціальна діяльність у громаді. Зазначені пункти охоплюють головні функції терміна "рекреація", а отже, обидва терміни вживають як синоніми. Словник Merriam-Webster визначає рекреацію як відновлення сил

та настрою після роботи. У більш широкому розумінні рекреація також містить туризм. Головна відмінність полягає в тому, що термін "рекреація" може також означати відпочинок, який не передбачає зміни звичного місця проживання. Отже, туризм можна визначити як один із головних компонентів рекреації. Є різні визначення рекреації, наприклад:

- приємне та творче використання вільного часу;
- досвід особистісної, емоційної та творчої діяльності;
- заняття та досвід, що реалізують у вільний час;
- заняття на відкритому повітрі.

Задоволення потреб у відпочинку залежить від наявності часу для дозвілля. У соціологічних дослідженнях "дозвілля" розуміють як час, що має кожний індивід після завершення діяльності, спрямованої на здобування засобів існування та виконання обов'язків. У цьому контексті туризм – це можливий засіб проведення дозвілля, як і решта його видів, таких як розваги, розвиток особистості, соціальна робота [2].

Ще 15 років тому соціологи звертали увагу на невтішні статистичні дані щодо способів проведення дозвілля: відпочинок на відкритому повітрі, до якого належить і туризм, займає не більше ніж 4 – 5 % вільного часу в розвинених країнах (найважливіших та найдохідніших туристичних ринках). Важливим у дослідженні балансу роботи й особистого життя є вимірювання чисельності часу, проведеного людиною на роботі. Факти свідчать про те, що тривалий робочий час може погіршити здоров'я людини, поставити під загрозу її особисту безпеку та посилити стрес. Із 2011 р. ОЕСР почала публікувати статистичний звіт *How's Life* ("Як життя?"). Звіт виходить раз на два роки й описує деякі основні аспекти, що формують добробут населення у вибраних країнах. Відповідно до даних 2020 р., 11 % працівників у країнах ОЕСР працюють 50 год і більше на тиждень. Туреччина на сьогодні є країною з найбільшою часткою людей (33 %), які працюють занадто довго, далі йдуть Мексика (майже 29 %) та Колумбія (27 % зайнятих). У середньому у країнах ОЕСР понаднормово працює 15 % чоловіків, порівняно із 6 % жінок [74].

Види проведення вільного часу різноманітних соціальних прошарків (груп) формують моделі та структуру поведінки споживачів, зокрема в туризмі. Основні чинники, які впливають на рекреаційну поведінку, такі:

соціальні й економічні параметри, дім, робота та навколишнє середовище;

попередній досвід – місця, що відвідували раніше та відображають споживчі цінності нині, психологічні характеристики, рекреаційний досвід; мотиваційні чинники, такі, як соціальні та психологічні потреби, різноманітні види особистих потреб (у майні, визнанні та високому соціальному статусі);

змінні чинники, які впливають на досвід, стрімке зростання або зупинку розвитку;

власне задоволення як результат здобутого досвіду;

особиста користь – реальна користь від досвіду подорожі.

Окрім цих впливів, рекреація може забезпечити стабільне емоційне середовище як відповідь соціальному та індустріальному прогресу, який асоціюється зі стресом, і може гарантувати глибші емоційні потреби.

Дозвілєзнавство – це галузь науки, яка вивчає життєдіяльність, відносини й організацію людей у сфері вільного часу.

Дозвілля – це сукупність занять у вільний час, за допомогою яких задовольняють безпосередні фізичні, психічні й духовні потреби, переважно відновлювального характеру. На відміну від природної основи відновлення сил людини, дозвілля є специфічним, соціальним способом регенерації цих сил.

Слід також зазначити таку закономірність: і у сфері дозвілля, і у сфері більш піднесеної діяльності в людини виявляється основне заняття. Якраз воно і слугує основою всіх інших видів занять та активно впливає як на їхню тривалість, так і на їхню частоту [2].

Час, яким володіє суспільство, особистість, розподіляють на робочий і позаробочий. Під *робочим часом* розуміють час фактичної роботи на громадському виробництві. *Позаробочий час* – це час доби (місяця, року) за вирахуванням робочого часу. Його розподіляють на такі частини: 1) час, пов'язаний із підготовкою до роботи на виробництві; 2) витрати часу на задоволення фізіологічних потреб; 3) час, що витрачають на домашню роботу та інші побутові потреби; 4) власне вільний час.

Вільний час – це потенційний простір, вільний від непорушних справ, у якому особистість вибирає варіанти дій з урахуванням її схильностей та рівня культури. Крім того, вільний від роботи час можна розподілити на *опосередковано робочий час*, зміст якого обумовлено необхідністю в підготовці до робочого часу, і *час на дозвілля*. Формально в цей час людина вільна, але реально вона змушена його витрачати, щоб успішно виконувати роботу в робочий час.

Для визначення *вільного часу* окремої людини з її добового бюджету часу (24 год) слід відняти час, який вона витрачає на:

виробничо-трудова функція, включно з дорогою до місця роботи й назад; фізіологічний відпочинок (нічний сон);

оздоровчі та санітарно-гігієнічні потреби; купівлю продуктів, їхнє приготування, приймання їжі;

придбання необхідних речей, товарів повсякденного попиту та тривалого користування;

виховання малолітніх дітей, допомогу близьким людям та ін. [10].

Вільний час є частиною позаробочого часу в межах доби, тижня, місяця та року. Він становить значну частину соціального часу й тісно пов'язаний у кількісному та змістовому аспекті з робочим часом. Вільний час починається там, де закінчується не тільки робота на виробництві в установі, а й усяка інша турбота про підтримання фізичного буття людини.

Необхідно розрізняти вільний час і дозвілля, вільний час і відпочинок. *Дозвілля* – це складова частина вільного часу, що становить сукупність занять, спрямованих на відновлення фізичних, розумових та інших сил людини. Поняття "відпочинок" є ширшим, ніж вільний час. До нього належить не тільки частина вільного часу (наприклад, пасивний відпочинок), а й деякі складові частини позаробочого часу (сон).

Вільний час суспільства – це час, наданий кожним суспільством його членам для задоволення їхніх інтелектуальних і духовних потреб, фізичного розвитку. *Особистий вільний час* – це час, що перебуває в розпорядженні кожної людини. Особистий вільний час розподіляють на суспільно-нормальний та індивідуальний. *Суспільно-нормальний* залежить від умов життя, а також соціальних і культурних потреб тієї групи людей, до якої належить індивід. *Індивідуальний* час кожної окремої людини залежить від її інтересів, цінностей, а також від наданих суспільством можливостей для їхнього задоволення.

Структура вільного часу – це сукупність видів діяльності, які характеризують проведення вільного часу.

Зміст вільного часу – це форми занять у вільний час, зумовлені соціальним середовищем, рівнем культури особистості, її самосвідомістю, потребами, інтересами, психологічними якостями.

Чим більше видів занять містить структура вільного часу, тим змістовніша й різноманітніша діяльність людини у вільний час, тобто тим

вища оцінка змісту вільного часу. Під час вивчення змісту вільного часу використовують такий показник, як *тривалість часу*, що витрачають на визначений вид діяльності у вільний час. Із його допомогою встановлюють місце в житті сучасної людини різноманітних способів проведення вільного часу [2].

Вільний час людини, а також його заняття, які належать до дозвіллевої діяльності, виникли в суспільстві не відразу, а формувалися історично. Члени первісного суспільства не мали вільного часу в нашому розумінні. Для того щоб виник цей сегмент життєдіяльності людини, необхідна наявність зрілих соціальних відносин (праці, соціальної диференціації, розвиненого суспільного життя, домашнього господарства, сімейних зв'язків та ін.), яких у первісному суспільстві не було або вони не набули різних форм.

Активний відпочинок у первісної людини був пов'язаний з іграми, змаганнями у спритності та силі. Ігрові та змагальні заняття вважали важливою справою, до якої мали залучати всіх – і дітей, і дорослих. Подібні заняття і стали первинними формами майбутнього дозвілля.

Магічні, а також ігрові заняття, спрямовані на досягнення практичних результатів, одночасно дозволяли людям звільнитися від негативних станів (пасивності, втоми, страху). Також досить ефективним був вплив на психологію людей музично-ударних інструментів і виконуваних водночас ритмічних рухів. Ще більш очевидним був рекреаційний ефект колективних ігор.

Був ще один вид колективної активності – свято. Свято наставало, коли первісний колектив досягав значного успіху: удалого полювання, перемоги над ворогом, порятунку від природних катаклізмів. Якщо подія повторювалася систематично, то таке свято ставало традицією.

Помітні зміни відбувалися у суспільстві стародавнього світу. У великих культурах цього періоду – у Стародавньому Єгипті, Стародавній Індії, Стародавньому Китаї, культурі античності (Стародавній Греції та Стародавньому Римі) – виникли найважливіші передумови для появи дозвіллевої діяльності. У той час люди вже живуть у постійних поселеннях (селах, містах), займаються землеробством, торгівлею, ремеслом як основними напрямками господарства.

У суспільстві стародавнього світу почала розвиватися приватна власність, що вело до економічного та соціального розшарування.

Виникли родова аристократія, чиновництво, військовий стан, сформувалися інститут рабства та найбільш вільні верстви вільного населення. Тут інтенсивно зростали великі міські поселення, де виникло безліч нових занять і професій, зокрема пов'язаних із писемністю, державним управлінням та правовою діяльністю. У частини вільних громадян стародавніх держав виникло особисте дозвілля, яке можна приблизно порівняти із сучасними формами відпочинку. Дозвіллі заняття починають чітко розподіляти на ті, які виконують удома, і ті, які проходять у громадському місці, на міській вулиці. Багато домашніх і позадомашніх занять було пов'язано із традиційними іграми, спортивними змаганнями, що потребували або прямої участі людини, або спостереження за їхнім ходом.

Тоді саме виникають настільні ігри.

Більш індивідуалізований характер дозвілля був характерним для представників вищих класів. Люди могли вибирати заняття, погоджені з особистими уподобаннями, використовувати час для розваг, подорожей, освіти або пасивного відпочинку.

Таким чином, уміст вільного часу в заможних груп багато в чому починає відрізнятися від традиційних занять, оскільки їхні власники прагнули здобути у вільний час нові враження та відчуття. Представники таких прошарків задавали тон у поширенні нетрадиційних дозвілліх занять, які потребували й часу, і коштів. Тоді зародилося колекціонування рідкісних предметів, проживання влітку в заміських віллах, прогулянки на природі, творчі заняття та ін.

Заможні верстви, а також поціновувачі ставали першими слухачами й читачами авторських творів: авторської поезії, прози, драматургії. Ще одне заняття заможних верств того часу було пов'язано із запрошенням гостей на щедре частування, яке могло тривати кілька днів.

Разом із тим у культурах стародавнього світу вже сформувалися традиції, що дозволяють об'єднувати величезну кількість людей під час загальних свят. Загальні свята було пов'язано як із релігією, так і з народними календарно-трудовами звичаями. На таких святах було поширено видовищно-розважальні вистави, що стали першими в історії масовими заходами.

У деяких регіонах стародавнього світу (Стародавніх Індії, Греції, Римі) виникли театри й розвивалася драматургія. Розвивалося світське масово-видовищне музичне, циркове мистецтво, самостійні форми якого виникли в різних регіонах стародавнього світу.

У Середньовіччі продовжують існувати традиційні форми життєдіяльності, відпочинку та культури дозвілля, властиві стародавньому світу, поглиблюватися такі види діяльності, які потенційно здатні динамізувати суспільний розвиток – філософська думка, наука, мистецтво та ін.

Спочатку науково-філософська спадщина стародавнього світу була затребувана в арабо-мусульманських країнах Близького Сходу. У дозвілєвих заняттях мусульманського світу Близького Сходу змішувалися звичаї різних народів і релігійних традицій.

У середньовічний період у Західній Європі найважливіші аспекти суспільного й особистого життя, як і в арабо-мусульманському світі, набували духовного наповнення, суворо регламентували релігією й контролювали церквою. Так, у християнському світі жорстко розмежовували дні праці та дні, вільні від роботи.

У Середньовіччі набули розвитку такі фольклорні форми, як легенди, казки, народний гумор, міфи та народне мистецтво загалом. Крім того, у західному суспільстві того періоду помітно виділялося дозвілля представників феодально-лицарського оточення та багатих городян. Дозвілля заможних городян зводилося переважно до бенкетів, полювання, військових тренувань, турнірів. Для дозвілля пересічної людини того часу було характерно потяг до видовищ, цікавість до невідомого. Середньовічний танець залишався ще багато в чому імпровізованим дійством. Невід'ємною частиною повсякденного життя людей того часу була музика, яка звучала в часи святкування і званих вечорів.

На масових святах були й інші розваги, які об'єднували цілі верстви: рухливі ігри, змагання. Серед спортивних розваг найпопулярнішими були всілякі варіанти гри у м'яч. Значне місце серед спортивних розваг посіли й верхові ігри.

На святкових вулицях і площах завжди було безліч митців, яких можна вважати попередниками сучасних артистів театру й цирку: жонглерів, дресирувальників, фокусників, лялькарів, блазнів.

Спостерігали відмінність у проведенні дозвілля міського та сільського населення. У місті раніше, ніж на селі, стали змінюватися погляди на ритуально-обрядовий бік свят. Працю ремісників і торговців не було безпосередньо пов'язано із природно-кліматичними умовами, і тому уявлення про зв'язок деяких свят із божественними силами не мало такого важливого значення. Проведення обрядів все більше набувало для міського

люду характеру ігрового елемента, уносило різноманітність і видовищність у святкові веселощі.

Сімейне дозвілля проводили лише у вузькостановому колі. Разом із тим виникають дворянські клуби, зароджуються аматорські творчі заняття (живопис, організація театру, виконання світської музики та ін.), колекціонування, благодійна діяльність. Заможні дворяни дістають можливість проводити чимало часу в закордонних подорожах, лікуватися на закордонних курортах. Дворянська молодь виїжджає для здобуття освіти в університети [10].

У період капіталізму знову виникають загальнодоступні дозвіллеві споруди – театри, виставкові галереї, парки (звісно, їх створювали і в епоху Середньовіччя, проте не всі соціальні прошарки мали туди доступ). Робітники проводять вільний час у питних закладах – кафе, тавернах, бістро, пивних. Деякі з них містили елементи клубної роботи. Зароджуються перші клуби за професійними й товариськими ознаками.

У середині ХІХ ст. відбувається розвиток видовищно-розважальних форм – кіно, вар'єте, луна-парків (індустрія розваг), де молодіжний характер розваг (через специфіку його вікових особливостей) відіграє головну роль. Початок ХХ ст. характеризується бурхливими політичними та соціальними змінами. У цих умовах відокремлюють поняття молодіжної політики, молодіжної культури, молодіжного дозвілля. Усе це безпосередньо відбивається на архітектурі: слідом за багатофункціональними дозвіллевими комплексами створюють комплекси окремо для молоді [2].

Для зростаючого покоління молодих людей відпочинок і дозвілля почали означати пригоди, ризик, азарт і почуття задоволення від досягнення певної мети, оскільки вони прагнуть об'єднати технології та рекреацію. Ідея відпочинку-залучення може не містити будь-якої фізичної активності, а зосередитися, замість цього, на інтернет-іграх, завантаженні або обміні музикою, миттєвими повідомленнями, інших заняттях, які ще поки не виділяли й не тлумачили, із рекреаційною метою. Діяльність може варіюватися від читання стрічок у соціальних мережах у смартфоні до участі в екстремальних видах спорту.

Можна відпочивати разом із тисячами інших учасників чи глядачів або наодинці, із дуже напруженими фізичними навантаженнями або з першочерговим залученням мозкової діяльності. Відпочинок може продовжувати стиль життя чи складатися з одного окремого заняття.

На додаток до створення різноманітних форм, відпочинок також задовольняє широкий спектр індивідуальних потреб та інтересів. Багато учасників сприймають рекреацію як спосіб зняття напруження та звільнення від тиску професійних обов'язків. Часто вони можуть бути пасивними глядачами розваг, що транслюють по телебаченню, кіно, або інших форм електронних розваг. Тим не менше, інші значущі мотиви засновано на потребі творчого самовиявлення, розкриття прихованих талантів або досягнення досконалості в різних формах особистого самоствердження.

Для деяких учасників активний, змагальний відпочинок, який проводять у формі авантюрних, високоризикових занять із боротьби з іншими учасниками або навколишнім середовищем, може слугувати засобом звільнення від ворожості та агресії. Інші віддають перевагу відпочинку, який за своєю сутністю є соціальним і дає можливість завести нових друзів або співпрацювати з іншими у групових заняттях [51].

Збільшення тривалості життя у країні деякою мірою відображає позитивні зміни якісних характеристик сучасного соціуму. Але водночас старіння населення – це дуже гостра соціальна проблема, яка впливає на планування та здійснення соціальної політики держави. Вона ставить перед суспільством гострі питання економічного, соціально-культурного, психолого-педагогічного, морального плану. Міжнародна організація Help-Age International наводить такі дані: сьогодні майже кожна десята людина у світі старша за 60 років, а 2050 р. кожному п'ятому жителю Землі буде понад 60 років і кількість людей за 60 перевищить кількість дітей віком від 0 до 14 років. Прогноз зростання частки населення старшого віку у світі та Україні року наведено на рис. 1.1 [91].

На жаль, соціально-культурний статус людей похилого віку не завжди відповідає загальносвітовим нормам і стандартам, особливо у країнах із низькими доходами. Звужені межі способу життя, гранично обмежений вибір соціально-санкціонованих можливостей у сферах життєзабезпечення, комунікації, рекреації. У результаті людей похилого віку практично позбавлено осмислених стимулів до подолання свого стану.

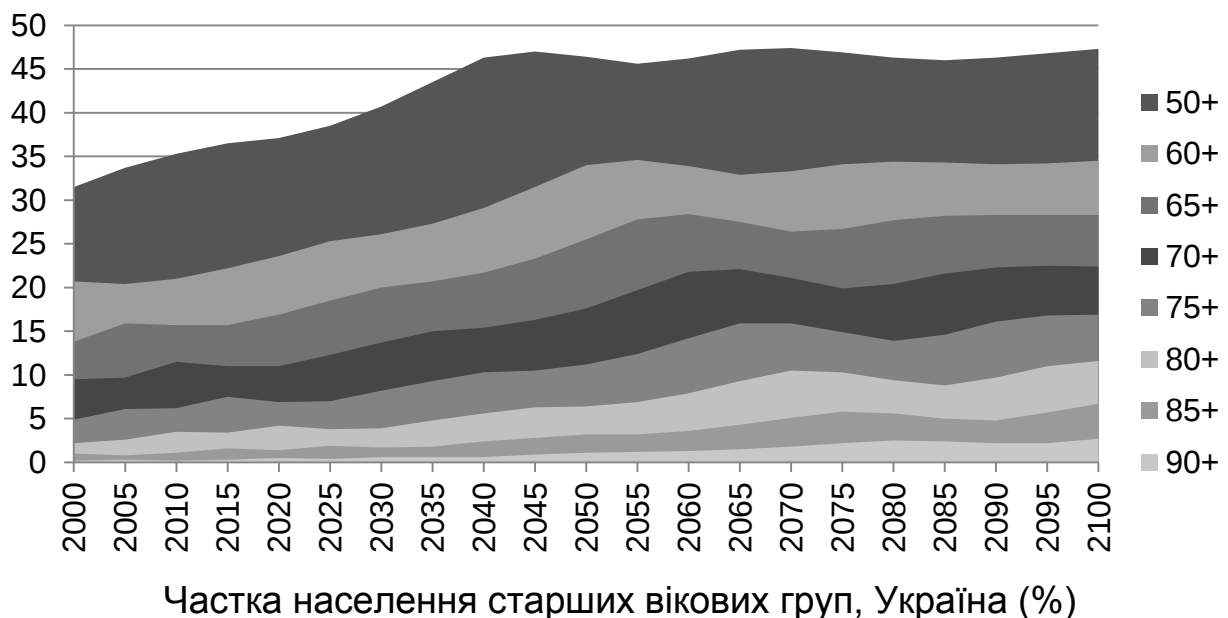
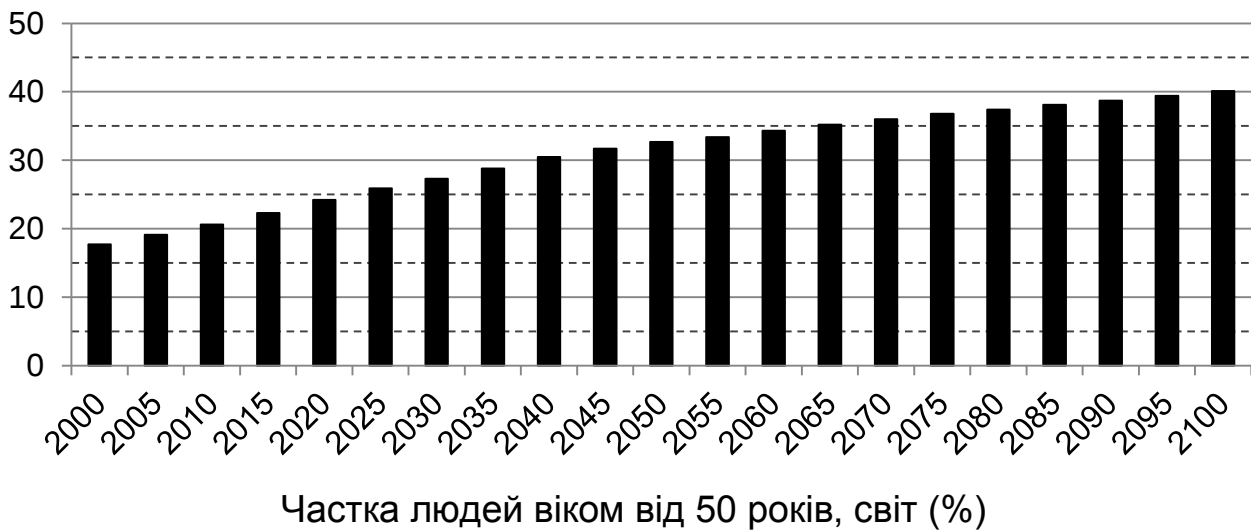


Рис. 1.1. Прогноз структури населення старших вікових груп

Дозвілля має бути орієнтованим, насамперед, на активізацію особистої активності літньої людини, формування її життєвого тону. Можна виділити такі основні функції дозвілля людей похилого віку:

збереження й розширення кола контактів;

задоволення потреби у визнанні. Для людей пенсійного віку вона має особливе значення, у зв'язку з відходом зі сфери професійної активності;

поліпшення та підтримання психофізичного стану;

збереження й посилення соціальної активності особистості.

Однією з особливостей культурної активності людей похилого віку є баланс групової й індивідуальної участі [2].

1.2. Сутність та важливість рекреаційної діяльності

Рекреаційні системи – це сукупність взаємодійних структур, елементів і явищ, спрямована на забезпечення рекреаційних потреб суспільства.

Складовими частинами рекреаційної системи є складні структури, яким притаманні такі властивості: стійкість, динамічність, керованість, самоуправління.

Розвиток і розміщення рекреаційних поселень тісно пов'язано з наявною системою розселення постійного населення.

Загалом рекреаційну систему структурно може бути репрезентовано такими **функціональними підсистемами** (за видами рекреаційної діяльності):

- туризм пізнавальний, спортивний, оздоровчий, зокрема санаторно-курортне лікування;

- готельне обслуговування й перебування;

- організація харчування;

- інформаційно-рекламне забезпечення;

- культура дозвілля.

За своїм характером цей вид діяльності найпевніше належить до малого бізнесу, оскільки не сформовано великих структур у формі транснаціональних корпорацій.

Більше того, цей вид бізнесу не пройшов етапу комплексування, коли означені функціональні блоки рекреаційної системи становлять єдиний технологічний комплекс або вертикально інтегровані утворення.

Винятком є окремі санаторно-курортні комплекси, на основі яких, крім медико-біологічних і психолого-естетичних, реалізують виробничо-господарські функції.

Організація повноцінного рекреаційного середовища – це комплексне завдання взаємозв'язку системи "людина – природа – архітектура", заснованої на принципах інтегрування природних і штучних компонентів, екологічного зонування, біполярності середовища.

Принцип інтегрування природних і штучних компонентів полягає в комплексному підході до створення *закритих* архітектурних обсягів і *розкриття* природного ландшафту, тобто формують таке середовище, що не знищує природні компоненти, а інтегрує їх у загальному архітектурно-ландшафтному організмі.

Принцип екологічного зонування полягає в розподілі на зони з різним ступенем допустимості перетворення природного ландшафту, обов'язковим збереженням кращих місцевостей без рекреаційної забудови. Екологічне зонування визначає два різні **типи ландшафту** – інтенсивного й екстенсивного використання.

Ландшафт інтенсивного використання передбачає освоєння територій із низькими оцінками рекреаційних умов шляхом їхнього поліпшення та створення штучних природних утворень.

Екстенсивне використання ландшафту полягає в еволюційному освоєнні природних територій: спочатку – кращі, а потім – гірші. Екологічне зонування дозволяє розподілити рекреаційний простір на зони з різним ступенем природоохоронної, наукової й естетичної цінності.

Природоохоронні заходи можна оцінювати кількісними параметрами: *інтенсивністю рекреаційного навантаження* (осіб/км² вихідного дня сезону) й *інтенсивністю рекреаційного освоєння* (кількість місць нічлігу/км²). Ці параметри визначають концепцію формування ландшафтного вигляду: необхідність у реконструкції або можливість збереження у природному стані рекреаційних лісів, пляжів, акваторій. Інтенсивність рекреаційного освоєння має бути нижчою за параметри навантаження. Наприклад, кількісний параметр інтенсивності освоєння приморських районів передбачає таку їхню класифікацію:

дуже інтенсивного освоєння – 1 500 – 1 600 місць/км²;

середнього – 600 – 700 місць/км²;

помірного – 150 – 200 місць/км²;

екстенсивного – менш ніж 150 місць/км².

Під час екологічного зонування необхідно, щоб у кожний тип приміського рекреаційного ландшафту додавали структури інтенсивного й екстенсивного освоєння.

Зоною наукового призначення є заповідники, заказники, де зберігають багато природних ресурсів, що зникають, які розташовують переважно у природних парках. Таке екологічне зонування є базою для наукових досліджень у природних умовах. В екологічному зонуванні найбільш важливою стає зона із цінними та привабливими ландшафтами. Естетичну цінність ландшафту може бути зараховано до його рекреаційних переваг. *Критеріями естетичної цінності ландшафту* є такі: живучість ландшафту, різноманітність, індивідуальність вигляду, функціональність, доцільність, композиційна завершеність.

Можна виділити два основні види рекреації, що по-різному залежать від кліматопогодних умов: **пасивна** (сонячні й повітряні ванни та ін.) й **активна** рекреація (прогулянки, спортивні ігри тощо).

Багато видів рекреації мають **сезонний характер** через як природні, так і соціально-економічні причини. Насамперед, сезонність знижує рентабельність експлуатації рекреаційної інфраструктури, створює "піки" та "провали" в зайнятості трудових ресурсів і завантаженості сфери обслуговування та транспорту. Сезонність у рекреації пояснено тим, що промислові підприємства створили такий ритм роботи, який передбачає надання відпусток більшості робітникам і службовцям саме протягом літа. Такий саме ритм має система освіти.

Географія рекреації й туризму досліджує властивості територіальних рекреаційних систем, її окремих компонентів та різні аспекти їхнього просторово-часового функціонування, територіальну диференціацію рекреаційних потреб населення, зв'язок територіальних рекреаційних систем з іншими природно-антропогенними системами й комплексами, функціональну типологію територіальних рекреаційних систем, їхню роль у формуванні економічних районів, рекреаційні міграції населення, екологічні наслідки рекреаційно-туристичної діяльності. Рекреація буває таких видів (табл. 1.1):

Таблиця 1.1

Види рекреації

Основа розподілу	Рекреаційна діяльність
1	2
За соціальними функціями та технологіями	<i>Лікувальна; оздоровча; спортивна; пізнавальна</i>
За характером організації	<i>Регламентована, або планова</i> – подорож і прибуття за точним, заздалегідь оголошеним регламентом. Рекреантів забезпечують комплексом послуг, згідно з раніше придбаною путівкою на певний строк. <i>Самостійна, або неорганізована</i> – самостійна подорож рекреанта, не пов'язана зобов'язаннями з рекреаційною організацією
За кількістю учасників	<i>Індивідуальний і груповий туризм.</i> Під індивідуальним мають на увазі подорож не тільки однієї людини, але й родини; груповий туризм – подорожі у складі організованих груп

1	2
За ознакою переміщення	<i>Стаціонарний туризм</i> – подорож здійснюють заради перебування на певному курорті; це лікувальний туризм та окремі види оздоровчо-спортивного туризму. <i>Кочовий туризм</i> – постійне переміщення, зміна місця перебування. Ступінь руху відображено в підходах до оцінювання рекреаційних ресурсів, наприклад, оцінювання пейзажної різноманітності

Розрізняють такі *функціональні типи територіальних рекреаційних систем* [29]:

Рекреаційно-лікувальні – спрямовані на запобігання хронічним захворюванням і їхню профілактику, поліпшення кровообігу й дихання, підвищення обміну речовин і виведення шлаків з організму людини. Лікувальні засоби містять природні компоненти: мінеральні води, лікувальні грязі та комплексний терапевтичний вплив клімату.

Рекреаційно-оздоровчі – метою є зміцнення здоров'я людини та профілактика захворювань. Комплекс оздоровчих заходів передбачає чергування туристичних походів, річкових і морських купань, повітряних та сонячних ванн, видовищних заходів.

Рекреаційно-спортивні – мають за мету зміцнити здоров'я людини й реалізувати частину її соціальних запитів (визнання, саморозвиток, самореалізація тощо) через організацію туристичних походів та експедицій різного ступеня складності. Найбільш поширеною в західній науковій думці є схема ієрархії потреб людини, запропонована А. Маслоу (рис. 1.2).

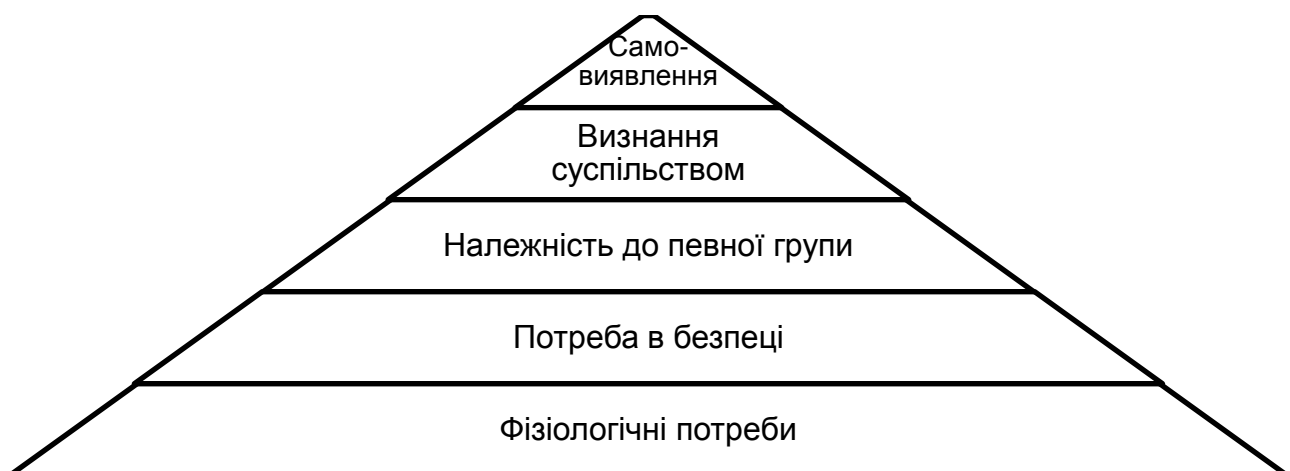


Рис. 1.2. Ієрархія потреб (класична піраміда А. Маслоу)

Функціонування **рекреаційно-пізнавальних** систем підпорядковано задоволенню цілої низки соціальних запитів і потреб особистості: процесу пізнання та здобуття нових знань і вражень; естетичної насолоди; спілкування із природою й однодумцями та ін. Комплекс заходів містить екскурсійні маршрути різної тематичної спрямованості та тривалості, які ґрунтуються на суспільних і природних ресурсах.

Рекреаційно-розважальні системи, насамперед, спрямовано на те, аби вихопити людину із сірої буденності, яка оточує її в повсякденному житті, допомогти здобути нові відчуття, дати можливість насолодитися ними. Активізація та пробудження життєвих сил людини – головна мета функціонування рекреаційно-розважальних систем. У своєму розвитку їх орієнтовано на штучно створені інфраструктурні компоненти.

Духовний саморозвиток людини, пізнання нею найвищих цінностей буття, пошук шляху внутрішнього самоочищення та визнання Бога – визначальні чинники розвитку **рекреаційно-сакральних** систем. Головним механізмом рекреаційно-туристичного функціонування цього типу систем є паломництво.

Рекреаційно-відновлювальні системи виникають як реакція на інтенсифікацію масового короткотривалого відпочинку у приміських зонах. Їхньою головною функцією є відновлення психофізичної енергії в межах тижневого циклу життєдіяльності особистості. Проста інфраструктура, орієнтація на ландшафтні ресурси, розміщення інфраструктурних об'єктів у зоні 1 – 1,5-годинної транспортної доступності залізницею чи автомобілем від міста – ключові риси розвитку систем цього типу.

Функціонування й розвиток **рекреаційно-виробничих**, або **агро-рекреаційних**, систем пов'язано із "другим житлом" або дачею, де разом із відпочинком людина займається фізичною працею та сільським господарством. На відміну від попередніх, тут відсутня комерційна та організаційна складова частина.

Природне середовище містить:

суто природний ландшафт – неперетворені ліси, луги, природні акваторії під охороною;

організований природний ландшафт – парки, лісопарки, відкриті комплекси спортивних майданчиків, упорядковані пляжі, пристосовані для відпочинку та спорту акваторії.

антропогенний ландшафт – організований природний ландшафт нерекреаційного використання (сільські угіддя, розплідники, території інтенсивного лісового господарства та ін.).

Урбанізоване середовище містить території всіх видів забудови, а саме: міста, селища, курорти, транспортні вузли, туристичні об'єкти.

Еволюція рекреаційної системи, її структура, функції та ресурсне забезпечення розглядають із погляду ефективності задоволення потреб людини у відновленні психофізичної енергії. А це вказує на наявність мети в розвитку системи. Такий підхід дозволяє зробити висновок: *рекреаційна система – система із цільовою поведінкою*.

Рекреаційні системи мають такі властивості:

належність до керованих систем, тому управління стає невід'ємною складовою частиною їхньої структури;

взаємопов'язаність компонентів, оскільки функціональну цілісність забезпечено постійною взаємодією з іншими складовими частинами господарського комплексу;

цілісність, що розглядають як діалектичну єдність складових частин, передбачає домінування властивостей системи над властивостями її складових частин;

територіальність – обумовлено прив'язуванням до конкретної території як місць відпочинку, так і місць зародження рекреаційних потоків.

Рекреаційні зв'язки – це циклічна взаємодія людини з її природним, культурним, соціальним оточенням і виробництвом, спрямована на відновлення психофізичної енергії та реалізацію соціальних потреб.

Безпосередньо рекреаційні зв'язки виникають між населенням (конкретною особою) і рекреаційною системою в разі, якщо людина власне дозволля присвячує відновленню психофізичної енергії за межами свого постійного помешкання та проживання.

Необхідно звернути увагу на значне зменшення середнього радіуса пересувань під час організації відпочинку: для тижневого циклу він становить 50 – 150 км, в окремих випадках – до 200 км, для річного – 400 – 500 км за практичного збереження часових меж.

Виділяють окремі групи **вертикальних зв'язків** (*зв'язки міжсистемні*) та окремі види горизонтальних зв'язків (*зв'язки в межах системи*).

Інтенсивність вертикальних зв'язків, насамперед, залежить від рівня розвитку господарського комплексу країни та добробуту населення, що впливає на рекреаційний попит.

Зайнятість певної частини населення в обслуговуванні рекреантів приводить до формування стійких *трудових зв'язків*.

Відтворювальні зв'язки, що формують між матеріальним виробництвом разом із виробничою інфраструктурою та рекреаційною системою, забезпечують будівництво нових рекреаційних об'єктів та їхнє технічне оснащення, підтримання в належному стані вже наявних і залучення нових видів ресурсів та угідь.

Між галузями нематеріального виробництва, соціальною інфраструктурою та рекреаційною системою виникають *розподільчі зв'язки* – потоки кінцевих послуг від суспільного виробництва до рекреантів.

Різноманітність та інтенсивність *природно-господарських*, або *ресурсних*, зв'язків між територією (природним середовищем) і рекреаційною системою формує характер рекреаційної системи, природні рекреаційні ресурси слугують природною базою розвитку.

Інформаційно-управлінські зв'язки забезпечують поступальність і пропорційність розвитку окремих компонентів рекреаційної системи, а їхня стійкість та інтенсивність указує на рівень сформованості системи.

Соціально-екологічні зв'язки пронизують усі сторони взаємодії людини та природи. Вони відповідають за ефективність відновлення психофізичної енергії та формування привабливості рекреаційної системи, указують на ступінь і якість антропогенного тиску.

Горизонтальні рекреаційні зв'язки – це *туристично-рекреаційні*, які розподіляють на такі підвиди: оздоровчо-туристичні, спортивно-туристичні, еколого-туристичні, ділові, науково-туристичні, інформаційно-туристичні; *сакрально-туристичні*; *лікувально-рекреаційні*; *культурно-інформаційні*; *агрорекреаційні* [28].

1.3. Основні соціальні функції рекреаційної діяльності

Рекреація характеризується *часом*, у межах якого відбувається відновлення сил людини (фізичних, інтелектуальних та емоційних), і *діяльністю*, усвідомлено або інстинктивно спрямованої на відновлення. За функцією у процесі відтворення живих сил людини рекреацію можна розподілити на просту (компенсація) і розширену (розвиток сил).

Компенсаторна рекреаційна діяльність знижає витрати живих сил людини до нормального рівня.

Розширена рекреаційна діяльність дозволяє компенсувати витрати живих сил людини з певним запасом [13].

Виділяють чотири **форми рекреації** (табл. 1.2).

Форми рекреації

Форми	Визначення	Взаємозв'язок	Функції
інклюзивна, тобто додана в робочий час	протягом робочого дня	з ергономічними показниками робочого місця	компенсаторна
щоденна	наприкінці робочого дня	з житлом і місцевим оточенням, а також їхньою просторовою організацією	компенсаторно-розширена
щотижнева	наприкінці робочого тижня	зі структурою систем розселення, міським оточенням у межах 3 – 4-годинної відстані від місця проживання	компенсаторно-розширена
наприкінці робочого року	відпускна	із розміщенням рекреаційних об'єктів курортного типу	розширена

Функції рекреації такі:

медико-біологічна – санаторне лікування й оздоровчий відпочинок; оздоровчий відпочинок, призначений відновити працездатність і зняти нервово-психічне напруження;

соціально-культурна – розширення кругозору, з'ясування важливості збереження природних та антропогенних ресурсів, виховання терпимості до інших культур і традицій;

пізнавально-виховна – пов'язана з оглядом культурно-історичних цінностей, ознайомлення з новими територіями;

економічна – відновлення сил працівника;

політична – міжнародний туризм: знайомство з культурно-історичною спадщиною країни, безпосередній контакт із місцевим населенням, участь у традиційних заходах;

природоохоронна – визначає пріоритетність ведення господарства на певних територіях.

Туризм має бути співвіднесено зі специфікою навколишнього середовища. **Всесвітня Рада з подорожей і туризму (WTTC)** запропонувала керівництво, що складається з *10 пунктів*:

1. Визначити й мінімізувати вплив туризму на екологію, приділяючи особливу увагу новим проєктам.

2. Приділити належну увагу проблемам збереження навколишнього середовища на етапах розроблення, планування та реалізації.

3. Особливо дбайливо ставитися до районів, які перебувають під захистом, а також до біологічних видів і ландшафтів, яким загрожує зникнення, збагачувати природу, наскільки це можливо.

4. Використовувати методи збереження енергії, скорочення й перероблення відходів, грамотно розпоряджатися запасами прісної води й очисними спорудами.

5. Контролювати та скорочувати шкідливі викиди та інші забруднювачі повітря.

6. Управляти рівнем шуму, контролювати та скорочувати його.

7. Контролювати, скорочувати й ліквідувати поширення речовин, що забруднюють навколишнє середовище: азбесту, хлорфторкарбонів (фреонів), пестицидів тощо, токсичних, корозійних, інфекційних, вибухових та вогне-небезпечних матеріалів.

8. Ставитися з повагою та сприяти збереженню історичних і релігійних об'єктів та визначних пам'яток.

9. Приділяти належну увагу інтересам місцевих жителів, включно з їхньою історією, традиціями, культурою й подальшим розвитком.

10. Розглядати екологічні проблеми як головну складову частину повсюдного розвитку туристичних напрямів.

Для порівняння варто розглянути десять принципів **Ради з туризму** (Tourism Concern), які виникли 1992 р. для того, щоб зрівноважити соціо-культурні й екологічні складові частини. Десять принципів планомірного розвитку туризму такі [49; 89]:

1. Планомірне використання ресурсів.
2. Скорочення відходів і надмірного споживання.
3. Підтримання різноманітності.
4. Планомірний розвиток туризму.
5. Підтримання місцевих економік.
6. Залучення місцевих економік.
7. Узяття до уваги інтересів інвесторів і громадськості.
8. Залучення професіоналів.
9. Пропаганда відповідального туризму.
10. Проведення досліджень.

Після "Саміту Землі" в Ріо-де-Жанейро 1992 р. Всесвітня рада з подорожей і туризму, Всесвітня туристична організація та Рада Землі опублікували спільну доповідь за назвою **Порядок денний на XXI століття**

для галузі подорожей і туризму: у напрямі екологічно сталого розвитку (Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry: Towards Environmentally Sustainable Development).

Завданням документа було покласти принципи сталого розвитку, ухвалені на Всесвітньому саміті, в основу сталого розвитку галузі туризму й авіап перевезень.

Порядок денний на XXI ст. для індустрії туризму й авіап перевезень містить 12 рекомендацій, які полягають у такому:

подорожі та туризм мають допомогти людям вести здорове та продуктивне життя в гармонії із природою;

подорожі та туризм мають сприяти збереженню та відновленню екосистеми Землі;

подорожі та туризм мають ґрунтуватися на принципах сталого розвитку у сфері виробництва та споживання;

країни мають співпрацювати, із метою створення відкритої економічної системи, у якій міжнародна торгівля в галузі туристичних послуг може відбуватися на основі сталого розвитку;

подорожі й туризм, мир, розвиток та охорона навколишнього середовища взаємозалежні;

необхідно призупинити або повністю ліквідувати протекціонізм у торгівлі в галузі туризму;

захист навколишнього середовища має становити невід'ємну частину процесу розвитку туризму;

питання розвитку туризму мають вирішувати за участю зацікавлених громадян з урахуванням рішень, розроблених на місцевому рівні;

уряди мають попереджати про стихійні лиха, які можуть вплинути на туристів чи функціонування туристичних районів;

потенціал туристичної галузі має бути задіяно повною мірою для створення робочих місць для жінок і корінних народів;

програми розвитку туризму мають визнавати та підтримувати самобутність, культуру й інтереси корінних народів;

індустрія подорожей і туризму має дотримуватися міжнародних законів про захист навколишнього середовища.

Відповідно до розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 року № 168-р, уряд схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. Документ розроблено, із метою створення

умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму й курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь. Запровадження стратегії передбачено за напрямками, серед яких: забезпечення безпеки туристів і захист їхніх законних прав та інтересів, запровадження законодавства ЄС у сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму, формування та просування позитивного іміджу України як країни привабливої для туризму.

Стратегія також передбачає комплексне дослідження ринку праці у сфері туризму та курортів, із метою визначення потреби у фахівцях відповідного профілю, розроблення відповідних базових компетентностей фахівців і підготовки освітніх програм із професійного навчання у сфері туризму та курортів з урахуванням виявлених потреб.

Рекреаційну освіту не можна відокремити від освіти екологічної, оскільки пріоритетність розвитку сталого туризму проголошено в низці міжнародних нормативно-правових документів, зокрема Цілях сталого розвитку ООН (The UN Sustainable Development Goals).

Серед узагальнювальних розділів сучасної екології (біоекології, гео-екології, техноекології) нині головна роль належить соціоекології. Саме в цьому блоці екологічних наук зосереджено такі найважливіші напрями, як екологічна освіта, екологічна культура, екологічне право, урбоекологія, екологічний менеджмент, економіка природокористування й, насамкінець, локальна, регіональна та глобальна екополітика.

Важливі для цивілізації процеси екологізації свідомості населення, формування нового екологічного світогляду, екологічної культури цілком характерні й для України.

Ще 1975 р. учасники Міжнародного семінару з екологічної освіти (Белґрад, Югославія) запропонували глобальну схему екологічної освіти. Відповідно до цієї схеми, головною метою екологічної освіти має бути формування в населення планети усвідомлення того, що виникла життєво важлива глобальна проблема довкілля й усього, що з ним пов'язане, усвідомлення того, що довкіллям необхідно опікуватися й для цього треба мати відповідні знання, досвід, уміння, мотивації та зобов'язання як для індивідуальної, так і для колективної роботи задля порятунку біосфери та запобігання майбутнім екологічним катастрофам.

1977 р. на Міжнародній конференції (Тбілісі) завдання й мету екологічної освіти було конкретизовано:

сприяти чіткому усвідомленню того, що суспільство розвивається за тісних взаємозв'язків усіх природних і соціальних процесів;

забезпечити кожній людині можливість здобути знання, право, досвід і умови їхньої реалізації, необхідні для захисту довкілля та його поліпшення;

розробити нові алгоритми поведінки окремої людини, груп людей і суспільства як єдиного цілого щодо довкілля.

1983 р. Генеральна Асамблея ООН створила Міжнародну комісію з навколишнього середовища та розвитку. Очолила комісію прем'єр-міністр Норвегії Ґру Гарлем Брунтланн. Комісії було доручено проаналізувати глобальні проблеми у відносинах між природою та суспільством, з'ясувати причини цих проблем, сформулювати відповідні завдання перед світовим співтовариством, запропонувати концепцію та стратегію розв'язання глобальних проблем.

За результатами роботи комісії 1987 р. було оприлюднено доповідь "Наше спільне майбутнє", у якій подано Концепцію сталого розвитку як альтернативу розвитку, що ґрунтується на необмеженому економічному зростанні. У доповіді вперше було конкретно сформульовано визначення поняття "сталий розвиток", за якого сучасні покоління забезпечують свої потреби, не ставлячи під загрозу можливість задовольняти свої потреби майбутнім поколінням.

Серед подій, які стали основними передумовами на етапі формування моделі сталого розвитку, є такі:

1972 р. – Стокгольмська конференція ООН з питань навколишнього середовища, де представники 113 країн провели першу зустріч на вищому рівні для обговорення екологічних проблем.

1983 р. – створення ООН Всесвітньої комісії з навколишнього середовища і розвитку (комісія Ґ. Ґ. Брунтланн). Комісія закликала до нової ери економічного розвитку, безпечної для довкілля, і визначила поняття сталого розвитку.

1987 р. – доповідь комісії Ґ. Ґ. Брунтланн "Наше спільне майбутнє", у якій було сформульовано попередження про необхідність у зміні способу життя та діяльності, щоб запобігти подальшому погіршенню стану навколишнього середовища.

1992 р. – проведення зустрічі на вищому рівні на Конференції ООН з навколишнього середовища та розвитку в Ріо-де-Жанейро (Бразилія). На зустрічі були присутні глави та високопоставлені представники 179 країн, які ухвалили п'ять документів – дві заяви про принципи та план основних дій, із метою всесвітнього сталого розвитку.

1994 р. – проведення глобального екологічного форуму "Міста та сталий розвиток" у Манчестері (Велика Британія). Демонстрація перших програм сталого розвитку великих міст світу. Проведення конференції "Довкілля та здоров'я" в Гельсінкі (Фінляндія).

1996 р. – проведення глобального екологічного форуму Habitat II (Навколишнє середовище) у Стамбулі (Туреччина).

1997 р. – підбиття перших підсумків Ріо – 92 на нараді "Ріо+5". На жаль, підсумки п'яти років виявилися невтішними: результати виконання "Порядку денного XXI століття" відставали від планованих. Проведення міжнародної наради "Стале будівництво". Ухвалення рішення про розроблення стандартів сталого проєктування і будівництва (проєктування та будівництва об'єктів із поліпшеними показниками енергоефективності й екологічними характеристиками).

1998 р. – форуми за підтримки ООН "Людина у великому місті XXI століття" в Москві (Росія) та "Здорове середовище міста" в Мадриді (Іспанія).

1999 р. – глобальний форум "Здорова планета" в Лондоні (Велика Британія).

2000 р. – Саміт тисячоліття ООН, на якому 189 держав світу, зокрема й Україна, затвердили Декларацію тисячоліття ООН та взяли зобов'язання досягти Цілей розвитку тисячоліття до 2015 р. Однією із цілей є забезпечення сталого екологічного розвитку (ціль 7).

2002 р. – Всесвітня зустріч на вищому рівні зі сталого розвитку у Йоганнесбурзі (ЮАР), результатом якої стали: Йоганнесбурзька декларація зі сталого розвитку та план дій.

2012 р. – Конференція ООН зі сталого розвитку "Ріо+20", на якій було обговорено проблеми зеленої економіки, сталого розвитку та подолання бідності. Основним результатом конференції стало затвердження підсумкового документа конференції "Майбутнє, якого ми бажаємо", у якому серед іншого було сформовано основу для початку роботи щодо розроблення Цілей сталого розвитку та плану дій на період після 2015 р.

2015 р., 25 вересня, – Саміт зі сталого розвитку у Нью-Йорку (США), на якому було схвалено план дій на період після 2015 р., що містить

17 глобальних цілей та 169 завдань зі сталого розвитку. Нові цілі та завдання мають комплексний характер і забезпечують збалансованість усіх трьох компонентів сталого розвитку: економічного, соціального та екологічного [18].

ООН зазначає, що 2020 р. ознаменувався початком десятиліття дій щодо досягнення цілей сталого розвитку до 2030 р. Це критичний період досягнення спільного бачення та прискорення реагування на найважчі виклики у світі – від ліквідації бідності та голоду до зворотних змін клімату.

Сьогодні активно розвиваються як формальна екологічна освіта (у школах, закладах вищої освіти, інститутах підвищення кваліфікації), так і неформальна (за допомогою засобів масової інформації, кіно, музеїв, виставок, заходів природоохоронних товариств тощо).

1.4. Економічна ефективність рекреаційної діяльності

Використання туристичного потенціалу території на підставі наявних рекреаційних ресурсів є одним із напрямів розвитку депресивних регіонів.

Закон України "Про засади державної регіональної політики" наголошує на пріоритетності створення умов для соціально-економічного розвитку регіонів, спрямованого на підвищення рівня життя населення та забезпечення гарантованих державою соціальних стандартів у кожному регіоні. Одне з головних завдань регіональної політики полягає у всебічній підтримці регіонів, які за об'єктивними критеріями й показниками поступаються аналогічним територіальним утворенням. Вихідним моментом водночас є неможливість здійснення структурних перетворень власними силами та ресурсами певного регіону. Державне сприяння спрямовано на скорочення й поступове згладжування міжрегіональних відмінностей та орієнтовано, насамперед, на реструктуризацію конкурентоспроможних галузей і підприємств, а не на запровадження протекціоністських заходів чи надання дотацій галузям і підприємствам, які перебувають у кризовому стані.

Державну політику сприяння розвитку депресивних і проблемних регіонів здійснюють засобами грошово-кредитного, фінансового, цінового, податкового, інвестиційного впливу на поліпшення соціально-економічного стану територій.

Депресивним (проблемним) регіоном вважають компактне утворення (населений пункт чи їхню сукупність), у межах якого темпи спаду виробництва в розрахунку на одного мешканця, середньомісячні доходи працівників, рівень безробіття, забезпеченість населення соціальними послугами, ступінь дотаційності місцевого бюджету та інші соціально-економічні індикатори значно поступаються середнім загальнодержавним.

Державне підтримання депресивної території як сукупність спеціально визначених дій політичного, економічного, правового, фінансового характеру спрямовано на:

- стимулювання розвитку території відновлення її потенціалу;
- активізацію й ресурсне підтримання соціальної мобільності населення;
- створення економічних, правових та інституційних умов для формування й ефективного функціонування агломерацій зростання;
- забезпечення належного виконання окремими територіями загальнодержавних функцій.

Пряме державне підтримання та сприяння надають:

- регіонам, які постраждали від структурних перетворень (промислові області з переважанням вугільної, металургійної та хімічної промисловостей), що призвело до різкого зростання рівня безробіття;

- економічно слаборозвиненим регіонам, які з історичних, природно-географічних та інших причин мають значно гірші соціально-економічні показники, ніж у середньому по країні;

- регіонам, які постраждали від стихійного лиха та техногенних катастроф, екологічним територіям тощо.

Визначення регіонів, які постраждали від структурних перетворень, здійснюють на основі таких показників, як норма безробіття, ураховуючи кількість претендентів на одне вакантне місце; масштаб і наслідки згорання виробництва у промислових галузях та його вплив на зайнятість; розвиток малого та середнього підприємництва.

Економічно слаборозвинені регіони визначають на основі таких показників: норма безробіття; кількість претендентів на одне вакантне місце; розмір сукупного доходу (заробітна плата плюс доходи від сільського господарства); масштаб згорання виробництва в головних галузях промисловості, сільського та лісового господарства та їхня питома вага у структурі зайнятості; густота населення.

Головними напрямками державного сприяння економічному та соціальному розвитку регіонів є такі:

- гарантії уряду та регіональних органів влади щодо банківських кредитів;
- повне або часткове відшкодування відсотків за банківські кредити;
- підтримання регіональних проєктів розвитку людських ресурсів (підвищення кваліфікації, перенавчання, підготовка кадрів з урахуванням місцевих потреб);

- надання дотацій чи позик;

- стимулювання створення додаткових робочих місць;

- надання прямої та непрямої підтримки розвитку підприємництва в регіоні;

- розвиток транспортної інфраструктури територій, розширення транспортних послуг;

- сприяння формуванню регіональних виробничо-соціальних корпорацій різного рівня як головних структур територіального розвитку [45].

Як вважають багато дослідників туристичної галузі, зокрема Дж. К. Голловей [49], наявна загальноприйнята думка про те, що туризм (за деяким винятком) є сприятливим для країн, що приймають, та країн походження туристів. Проте є й зворотний ефект, коли негативні наслідки починають перевищувати позитивний вплив розвитку туристичних напрямків.

Також треба зазначити, що виділити окремо той чи той руйнівний чинник часто неможливо, необхідно досліджувати цілий комплекс питань. Переважає підхід, коли виділяють систему чинників економічного та соціально-культурного негативного впливу туризму на середовище.

Економічний вплив туризму. *Прямий дохід* для будь-якої країни – це кількість витрачених коштів на туризм, які залишаються на території цієї самої країни. Дуже часто цієї чисельності недостатньо через "витік" – суми, що витрачають на покриття всіх податків, виплату премій і заробітної плати поза країною, на оплату витрат на імпорт, у тому разі, якщо туристи мають потребу у спеціальному обладнанні, продуктах харчування, і в інших товарах, які країна, що приймає, не може надати.

Майже у всіх турах "усе включено" (all inclusive) близько 80 % від сумарних туристських витрат іде на оплату послуг авіаліній і міжнародних компаній (які зазвичай розміщено у країні, звідки прибувають туристи), а не на розвиток місцевого підприємництва й зарплату для місцевого населення.

Витрати на інфраструктуру. Суспільні ресурси, витрачені на фінансування інфраструктури та виконання податкових зобов'язань, можуть скоротити державні інвестиції в інші, важливіші сфери, наприклад, в освіту й охорону здоров'я.

Підвищення цін. Зростаючий попит із боку туристів на основні товари й послуги часто призводить до підвищення цін, що негативно відображається на місцевих жителях, чий дохід залишається без змін.

Економічна залежність. У багатьох країнах туризм є єдиним найважливішим способом для зростання або підтримання економіки. Це робить її надзвичайно вразливою, тому що все, що негативно впливає на місцеву туристичну індустрію (наприклад, страх перед тероризмом, воєнні конфлікти, природні катастрофи), також має руйнівний ефект і на економічний клімат.

Сезонність. Сезонний характер туристичної індустрії створює економічні проблеми в тих регіонах, які дуже залежать від туризму. Проблеми, із якими стикаються сезонні робітники, – це нестабільність роботи (і, отже, доходу), звичайна відсутність у міжсезоння будь-яких гарантій із боку роботодавця щодо медичного забезпечення та визнання кваліфікації, а також незадовільні умови проживання й роботи.

Соціально-культурний вплив. Суперечності виникають, коли туризм викликає зміни в системі цінностей і поведінці сторони, що приймає, загрожуючи, таким чином, її індивідуальності. Більше того, ці зміни часто відбуваються у структурі суспільних і сімейних відносин, у звичайному стилі життя колективу, формальностях та моральних нормах. Ставлення місцевих жителів до розвитку туризму може виявлятися у вигляді ейфорії, коли гостей приймають радо, а також у вигляді апатії, роздратування й потенційної ворожнечі, коли "антитуристичні" погляди починають поширюватися серед місцевого населення.

Культурні конфлікти можуть виникати через економічну нерівність між місцевими жителями й туристами; роздратування, викликане поведінкою туристів; розбіжності щодо робочих місць.

Соціально-культурні суперечності можуть виникати через завдання шкоди культурі; конфлікти за використання природних ресурсів; конфлікти із традиційними землекористувачами.

Показники злочинності зазвичай зростають із розвитком й урбанізацією території, а також розвитком масового туризму [49].

Основою ресурсного забезпечення управління регіонального розвитку туризму є його **ресурсний потенціал**, що становить сукупність матеріальних (зокрема природних), фінансових, трудових та інформаційних ресурсів рекреаційно-туристичної системи регіону.

Найбільш повний список ресурсів, які є основою економічного зростання та розвитку туризму, може бути у вигляді: 1) землі, водних, лісових та інших рекреаційно-туристичних природних ресурсів; 2) капіталу (фінансових ресурсів); 3) людських (трудових) ресурсів; 4) підприємницької сфери, підприємницьких ідей; 5) інновацій; 6) інформації; 7) знань.

Усі наведені ресурси такою чи тією мірою використовують у процесі рекреаційно-туристичної діяльності. Ступінь використання кожного ресурсу багато в чому визначено характером туристичних та курортно-оздоровчих послуг.

Розвиток туристичної галузі передбачає максимальне використання природно-рекреаційних та історико-культурних ресурсних можливостей територій регіонів. За складом, запасами й умовами зосередження рекреаційно-туристичних ресурсів як найважливіших чинників формування та просторової локалізації туристичних напрямків, Україну умовно розподіляють на три групи туристичних регіонів:

1) регіони, що володіють туристичними ресурсами світового рівня, у яких туризм має бути ключовою, провідною галуззю. Такими є області Центру, Карпат та Азово-Чорноморський регіон;

2) регіони, які володіють туристичними ресурсами видатного значення світового й державного рівня, але у яких туризм має набувати супутнього розвитку разом з іншими галузями. Серед таких регіонів – окремі області Півдня, Поділля, Волині. Супутніми галузями тут є сільське господарство, харчова промисловість, транспортні системи, машинобудування, будівництво;

3) регіони, які володіють туристичними ресурсами регіонального й місцевого значення, у яких розвиток туризму залежить від розвитку інших галузей, тобто має альтернативний характер. До таких регіонів належать області Слобожанщини, Полісся. Альтернативними галузями тут є паливно-енергетичний комплекс, металургія, машинобудування.

Наведену класифікацію використовують у процесі прогнозування розвитку матеріально-технічної бази туризму, розподілу інвестицій, складання регіональних програм розвитку туризму.

Ефективність використання ресурсного потенціалу туристичної галузі регіону формують на трьох послідовних етапах: формування ресурсного потенціалу, його структури і якісних характеристик складових елементів; залучення ресурсів у процес надання рекреаційно-туристичних послуг (чим вищий ступінь залучення, тим краще); використання ресурсів у процесі надання рекреаційно-туристичних послуг [41].

Ключові терміни до теми 1: рекреація, рекреаційна діяльність, рекреаційна система, вільний час, відпочинок, рекреаційний потенціал, дозвілля, рекреаційні комплекси, географія рекреації, екологічні чинники рекреації та дозвілля.

Рекомендована література: [2; 10; 13; 18; 28; 41; 45; 49; 51; 73; 75; 89; 91].

2. Формування та структура рекреаційної галузі. Класифікація та методи оцінювання рекреаційних ресурсів

2.1. Структура рекреаційної галузі

Поєднання природних та антропогенних умов визначає цінність території в **таксонометричній ієрархії**:

рекреаційні регіони – найбільш значні за величиною специфічні території: морські узбережжя, басейни великих річок, гірські місцевості, що характеризуються спільністю рекреаційних ресурсів і видів діяльності (наприклад, Причорноморський регіон);

туристичний район – територія, де сконцентровано туристичні ресурси й розміщено туристичні комплекси й установи (наприклад, район Карпатських гір);

туристичний центр – місто, що володіє цінними пам'ятниками культури, історії, архітектури, має розвинену систему туристичних установ, підприємств торгівлі та громадського харчування, установи культури та спорту;

туристичний комплекс – рекреаційне утворення, що складається із сукупності туристичних установ, різних за функціями, об'єднаних однією функціональною програмою – туризмом;

туристична установа – найменша містобудівна одиниця, територіально обмежена земельною ділянкою, що має всі необхідні технологічні служби для функціонування (наприклад, готель) [17].

Системи розселення становлять сукупність міських і сільських поселень різної величини й господарського профілю, об'єднаних територіально-виробничими зв'язками у сфері спрямування праці, обслуговування, перебування, відпочинку із загальною транспортною й інженерною інфраструктурою. Територіальні системи розселення склалися історично вздовж акваторій, гірських хребтів.

Форму розселення визначають за характером розселення, обумовленим соціально-економічною співвідповідністю поселень. Форми розселення можуть бути моно- і поліцентричними, дисперсними й лінійними.

Під терміном *тип розселення* розуміють спеціалізацію господарства, на основі якого створюють те або те поселення: міське, сільське, рекреаційне, змішане.

Вид розселення характеризують конкретними соціально-економічними взаємозв'язками місць проживання та спрямування праці: автономне розселення, групове, смугове.

Урбанізаційні процеси впливають на **види рекреаційних систем**:

урбанізовані – розташовані у великих центрах групових розселень, які забезпечують щоденну рекреацію (житло, установи культурно-побутового обслуговування, сади, парки, вулиці), наприклад, рекреаційне середовище Києва;

рекреаційно-урбанізовані – розташовані в зоні впливу великого міста системи групового розселення, що забезпечують щотижневий короткочасний і тривалий заміський відпочинок, наприклад Одеська, Феодосійська, Бердянська системи розселення;

неурбанізовані – розташовані поза зоною активного впливу міст і систем розселення, що забезпечують реалізацію тривалого відпочинку, наприклад район Арабатської стрілки у Приазов'ї.

Поступова урбанізація рекреаційних поселень, пов'язана з потребою в комфортному відпочинку, може викликати порушення екологічної рівноваги. Забезпечити екологічну рівновагу можливо за організації різних **форм рекреаційного розселення**:

дисперсної – розосередження рекреаційних утворень і рекреантів на великій території, що дозволяє зберегти природний ландшафт на всій території;

моноцентричної – концентрації рекреаційних утворень і рекреантів на мінімальній урбанізованій території для збереження природного ландшафту на іншій рекреаційній території.

Сучасною тенденцією є поєднання рекреаційних та урбанізованих систем. Такі системи виключають поляризацію міського та природного середовища, природно переходячи від систем поляризованого ландшафту до екополісів в екосистемах розселення.

Екосистеми розселення становлять екологічно стійкі просторові структури, що забезпечують рівність умов розселення, обслуговування й рекреації для всіх поселень, що входять до системи. Розвинена інфраструктура, наявність водопостачання, енергопостачання, шляхово-транспортної мережі є одними із критеріїв рівня освоєння та ступеня підготовленості території до повноцінного рекреаційного використання.

Особливе значення має транспортна інфраструктура, із якої практично починається рекреаційне освоєння території. Транспортна мережа має забезпечувати якісний зв'язок з основними пунктами пасажиро- і вантажообігу, у зв'язку із чим актуальним стає раціональне розміщення залізничних вокзалів, автомобільних станцій, пасажирських і вантажних портів, причалів та пристаней. У розвитку рекреаційних систем важливу роль відіграє повітряний транспорт.

Під час розміщення аеропортів, аеродромів, посадкових майданчиків для гелікоптерів необхідне дотримання всіх санітарно-гігієнічних вимог із шумозахисту. Інфраструктура рекреаційних систем у районах із явно виявленим рельєфом містить мережу вертикального транспорту (канатні дороги, фунікулери, ліфти), розміщення яких може бути пов'язано з пішохідними, прогулянковими дорогами, автомобільними трасами [27].

Територіальна рекреаційна система – це складна, динамічна, ієрархічно підпорядкована та взаємопов'язана сукупність компонентів, функціонування й еволюцію яких спрямовано на відновлення життєвих сил людини та задоволення її соціальних запитів і потреб.

У вузькому, практичному розумінні, **рекреаційна система** – це сукупність рекреаційно-туристичних об'єктів у межах територіальної спільності з наявними функціональними зв'язками, що дозволяє розглядати таку сукупність як систему [28].

Характерними особливостями таких систем є наявність матеріальних, енергетичних та інформаційних зв'язків між частинами системи, а також зовнішніх зв'язків з іншими системами.

Головними компонентами територіальної рекреаційної системи є природні й історико-культурні комплекси, які перейшли до рангу рекреаційно-

туристичних ресурсів, рекреаційна інфраструктура, яка охоплює інженерні споруди, обслуговчий персонал та управлінські структури. *Центральним компонентом є людина під час відновлення життєвих сил та задоволення своїх потреб і запитів – рекреант* (рис. 2.1) [28].

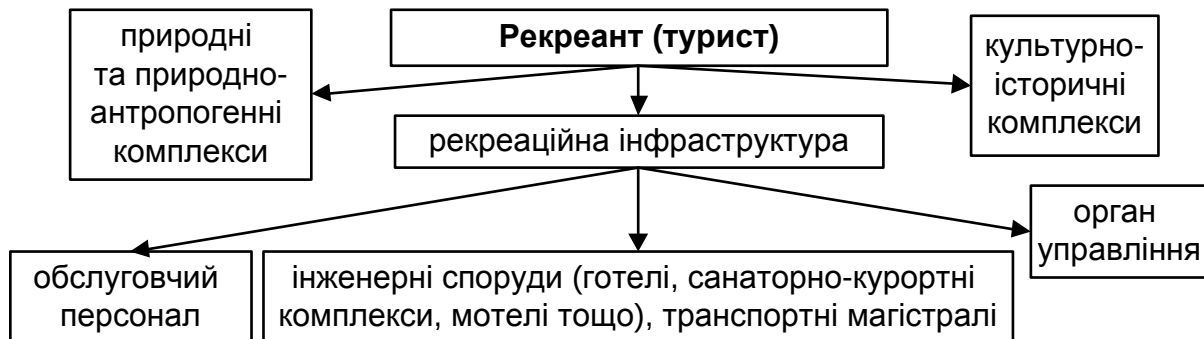


Рис. 2.1. Графічна модель територіальної рекреаційної системи

Самі компоненти рекреаційної системи одночасно можуть бути досить складними системами. І навпаки, рекреаційна система має здатність залучати нові компоненти й набувати якостей, які неможливо передбачити на початкових етапах її формування.

Ефективність інфраструктури рекреаційної системи залежить від потреб **біосоціальної системи**, що складається з таких підсистем: споживчої (населення, що відпочиває) і виробничої (обслуговчі й управлінські кадри) сфери.

Загальна кількість населення (Н) рекреаційної системи визначає **загальне навантаження** та складається із загальної чисельності тих, хто відпочиває (В), постійного населення (П_н) і сезонного обслуговчого персоналу (С_{оп}) [16]:

$$H = B + P_n + C_{op}. \quad (2.1)$$

Загальна кількість тих, хто відпочиває (В) [22], визначає **загальне рекреаційне навантаження** та складається з тих, хто відпочиває в ціло-річних установах (В_{ціл.}), хто відпочиває в установах літнього типу (В_л), тих, що самостійно відпочивають на приватних квартирах (СВ), у наметах, і тих, хто короткочасно відпочиває (В_{крч}) – екскурсанти, самодіяльні туристи:

$$B = B_{ціл.} + B_l + CB + B_{крч}. \quad (2.2)$$

Співвідношення між чисельністю постійного населення (N) і тими, хто довгостроково відпочиває (V_d), показує **індекс рекреаційного навантаження**, що впливає на специфіку функціонування рекреаційних установ [16].

Загальна кількість населення – величина непостійна; цим пояснено динамічність рекреаційної системи, облік якої ведуть за допомогою коефіцієнта нерівномірності загального навантаження й коефіцієнта нерівномірності рекреаційного навантаження.

Коефіцієнт нерівномірності загального навантаження необхідний для формування програм обслуговуваних установ, організації транспорту.

Коефіцієнт нерівномірності рекреаційного навантаження впливає на співвідношення місць цілорічних і сезонних установ, на визначення навантаження та місткості природного рекреаційного ландшафту (пляжів, лісопарків, акваторій). Постійне населення рекреаційної системи є трудовим ресурсом, що становить одночасно містоутворювальну й обслуговувачу групи населення.

До *містоутворювальної групи* належить постійне населення, що працює безпосередньо в рекреаційних установах і на підприємствах.

До *обслуговчої групи* – постійне населення, що обслуговує населення містоутворювальної групи.

Показник питомої ваги загальної чисельності тих, хто відпочиває, у загальній чисельності населення є основною ознакою рекреаційної системи. Рухливість постійного й тимчасового населення всередині цієї рекреаційної системи й за її межами становить *сумарний рекреаційний потік*, величина якого впливає на структуру рекреаційного утворення. Ідеальна структура рекреації полягає у відповідності рекреаційних потреб індивіда розумному порогу їхнього задоволення, що певною мірою ототожнено з ієрархією потреб А. Маслоу [16].

Перший поріг – відновлення фізіологічних сил організму, задоволення первинних потреб. Елементи цього порога – сон, харчування, гігієна, рух. Основне рекреаційне середовище – первинне житло (квартира).

Другий поріг – рівномірне задоволення фізичних і духовних потреб традиційними засобами рекреації: профілактика, лікування, туризм (у межах доби, тижня, місяця, року). Основне рекреаційне середовище – первинне, вторинне (заміський будинок), третинне житло; інфраструктура транспорту, індивідуальні види транспорту; міське й позаміське середовище відпочинку.

Третій поріг – оптимальний рівень задоволення потреб у рекреації як подальший розвиток другого порога; основні складові частини рекреації: фізична рекреація як боротьба з гіподинамією; урахування психології людини, її індивідуальних особливостей і наявність естетичних критеріїв. Основне рекреаційне середовище – первинне, вторинне, третинне та четвертинне житло (автомашина, катер, яхта); штучне позаміське середовище відпочинку як буфер між містом і природою.

Четвертий поріг – вибірковість задоволення потреб, відповідно до їхніх індивідуальних виявів: діяльність за інтересами, пізнавальний туризм, самодіяльний туризм, дозвілля; рекреаційне середовище: первинне, вторинне, третинне, четвертинне та п'ятірне (намет, спальний мішок та ін.) житло; створення типів будинків для експрес-обслуговування, "ковпака" над унікальними ландшафтами, максимізація цінності природного й матеріального середовища (пам'яток історії, культури, мистецтва).

"Граничний" підхід створює такі передумови для визначення моделі рекреації [16]:

1) збільшення вільного часу як міри багатства суспільства передбачає циклічність і регулярність відпочинку за порою року (відпустка влітку й узимку). В основі циклічності відпочинку лежать біологічні ритми людини, які необхідно розвивати у єдиному ключі із природою. Ритмічну активність людини визначено за інтервалами сім, двадцять, тридцять днів та один рік. В основу ритмів праці та відпочинку покладено багатоденні цикли фізичної (23 дні), емоційної (28 днів) та інтелектуальної (33 дні) активності. Рік є закінченим циклом, характерним для всієї життєдіяльності людини;

2) відпочинок як інтегральне поняття, що передбачає розвиток основних складових частин рекреації: відпочинку, туризму, лікування, фізичну рекреацію. Інтеграція елементів рекреації виводить на розв'язання проблеми створення матеріально-технічної бази рекреації й довгострокового планування;

3) розвиток транспортної інфраструктури, створення нових швидкісних, позапогодних видів транспорту робить доступними будь-які території. Підвищення швидкостей збільшує тривалість вільного часу, надаючи додаткові години та дні відпочинку. Перетворення транспорту на екологічно нешкідливу систему кардинально змінює уявлення про відпочинок;

4) створення штучного рекреаційного середовища (штучне атрактивне середовище) для задоволення стандартних потреб у масовому

відпочинку та лікуванні дає можливість зберігати ландшафтні й історико-архітектурні ресурси;

5) освоєння нових рекреаційних утворень (акваторії, підводний світ, підземні простори й одночасне збереження пам'яток історії, культури, мистецтва, природного середовища, використання малоцінних земель);

6) усепогодність рекреації як відображення що циклічності, закладеної природою в організмі людини, забезпечено структурами, що цілорічно функціонують, із керованими кліматом і середовищем.

Передумови розвитку відпочинку визначають складову частину узагальненої моделі рекреації та її структурні елементи [16]:

індивід-рекреант – напрям рекреаційної діяльності фахівця;

рекреаційний простір, архітектура – середовище перебування індивіда-рекреанта;

рекреаційний час – частина вільного часу індивіда;

рекреаційні ресурси – матеріально-технічна база рекреації, природа, пам'ятки;

рекреаційна економіка – ефективність капіталовкладень.

В основу узагальненої моделі відпочинку покладено **шість гіпотез перспективного відпочинку** [16]:

1. *Індивідуалізація рекреації* – кожній родині – вторинне житло, замкнене спілкування в колі родини; забезпечення регулярності відпочинку, постійної фізичної праці, естетичного саморозвитку; поєднання вторинного житла із природою; повне використання вільного часу, перехід на повне самообслуговування, укладення особистих коштів.

2. *Колективізація рекреації* – масові форми відпочинку, що забезпечують різноманітність контактів у спілкуванні; розвиток широкої системи обслуговування (харчування, культури, спорту); будівництво великих суспільних будівель і споруд; використання пам'яток архітектури; можливість довгострокового прогнозування.

3. *Соціалізація рекреації, туризм* – реалізація потреби індивіда у спілкуванні, пізнанні, культурі; знайомство з народними звичаями, укладом життя; поєднання туризму з містобудівними структурами; створення матеріально-технічної бази туризму, великих туристичних комплексів, використання різноманітних видів транспорту для короткочасного та тривалого відпочинку; економічний розвиток туристичних районів.

4. *Профілактика й лікування* – основна вимога – регулярність профілактики здоров'я й лікування, із метою відновлення фізичних і психічних сил у спеціальних установах (профілакторіях, санаторіях); створення

рекреаційних районів, міст, центрів, комплексів; використання відпускнуго часу й додаткової відпустки на лікування; збільшення тривалості трудової діяльності.

5. *Відпочинок-переключення* – виявлення потреби індивіда у творчій праці, самоосвіті, зміні видів діяльності, можливості використання різного виду житла – від первинного до п'ятірного; стирання меж між вільним і робочим часом; вибірковість задоволення потреб; висока продуктивність праці.

6. *Фізична рекреація* – фізична досконалість індивіда, подолання гіподинамії в багатоступінчастій просторовій системі рекреаційних комплексів (від житлового мікрорайону до рекреаційного регіону); можливість використання щорічного відпочинку поза залежністю від наявності спеціальних пристроїв і споруд; економічну ефективність виявлено в підвищенні продуктивності праці.

2.2. Чинники впливу на діяльність рекреаційної галузі

Подорожі та туризм є важливою складовою частиною економічної діяльності в більшості країн світу. Разом із прямими економічними наслідками, галузь має значний опосередкований вплив (непрямий, вторинний сектор та індукований, третинний – на рівні використань доходів домогосподарств). Відділом статистики туризму ООН було затверджено Міжнародні рекомендації зі статистики туризму (International Recommendations for Tourism Statistics – IRTS 2008) та Допоміжний рахунок туризму: рекомендована методологічна основа (Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework – TSA: RMF 2008). Ці документи визнають лише прямий вплив. Але Всесвітня рада з подорожей і туризму (WTTC) визнає, що загальний внесок галузі туризму є набагато більшим, і прагне оцінити його непрямий та індукований внесок у межах щорічних досліджень (рис. 2.2) [86; 87].

Прямий вплив – це зміни у виробництві, пов'язані з безпосередніми наслідками споживання туристичної продукції. Наприклад, сплата туристами за послуги ресторанів безпосередньо приводить до збільшення продажів у секторі гостинності. Додаткові продажі та як наслідок зростання заробітної плати, податкових надходжень, обсягів замовлення товарів і послуг у постачальників тощо є прямим ефектом витрат туристів.



Рис. 2.2. Вплив туристичної галузі на національну економіку
(методику наведено, відповідно до визначення частки туризму у ВВП, згідно із TSA: RMF 2008)

Непрямий (вторинний) вплив – це зміни у виробництві в результаті витрачання доходів від ресторанної діяльності в інших пов'язаних частинах ланцюжка постачань – тобто, сплата за товари та послуги, що використовуються ресторанами. Зміни обсягів постачань, рівня зайнятості тощо в галузі харчової промисловості відображають непрямий вплив змін у ресторанній індустрії. Крім того, є безліч постачальників продуктів харчування та напоїв, які становлять інші стадії опосередкованого впливу.

Індукований (третинний) вплив – це зміни в економічній діяльності, які є результатом витрачання доходів працівників, зайнятих у галузі туризму. Співробітники ресторану отримують додаткові доходи, завдяки витратам туристів, і згодом витрачають їх у регіоні, у якому вони проживають, на іншу продукцію, наприклад, комунальні послуги, харчування та ін. Зростання заробітної плати та збільшення чисельності робочих місць у нетуристичних секторах є наслідком витрачання домогосподарствами додаткового доходу, отриманого, завдяки роботі галузі туризму [86; 87].

Прямий внесок галузі подорожей і туризму у ВВП відображає "внутрішні" витрати на споживання туристичної продукції (загальну суму витрат у межах країни резидентів і нерезидентів на послуги ділового та дозвіллевого туризму), а також "індивідуальні" витрати уряду (утримання культурних (наприклад, музеїв) або рекреаційних (національних парків, закладів). Його розраховують на основі випуску продукції, виявленому, згідно з національними стандартами бухгалтерського обліку, таких підприємств туристичної та споріднених галузей, як готелі, авіакомпанії, аеропорти, туристичні агентства, установи дозвілля та відпочинку, які мають справу безпосередньо з туристами: від сумарного внутрішнього споживання віднімають витрати різних секторів галузі туризму (див. рис. 2.2).

Загальний внесок галузі подорожей і туризму показує "ширший вплив" (тобто непрямий та індукований ефект) на економіку. "Непрямий" внесок містить показники ВВП і зайнятості, а також такі:

інвестиції в галузь подорожей і туризму є важливим аспектом як поточної і майбутньої інвестиційної діяльності, наприклад, придбання нових літаків і будівництво нових готелів;

урядові "сукупні" витрати, що загалом є спрямованими на підвищення добробуту суспільства й зокрема сприяють розвитку туристичної галузі, як-от: реалізація маркетингових заходів щодо просування туристичного продукту, підтримання авіації, адміністративних установ, служби безпеки, поліпшення санітарних умов у санаторно-курортних зонах та ін.;

закупівлі на внутрішньому ринку товарів і послуг підприємствами різних секторів, що взаємодіють безпосередньо з туристами, зокрема придбання продуктів харчування і сплата за послуги із прибирання готелів, палива та продукції громадського харчування – авіакомпаніями, ІТ-послуг – туристичними агентствами.

"Індукований" внесок вимірює частку ВВП і кількість робочих місць, додатково створених, завдяки витрачання доходів, отриманих у процесі функціонування підприємств, що прямо або побічно працюють у галузі подорожей і туризму [87].

В Україні *прямий внесок галузі подорожей і туризму у ВВП* становив 49,85 млрд грн, або 74,47 у цінах 2019 р. (2,1 % від загального обсягу ВВП) 2016 р. і 85,65 млрд грн 2019 р. (2,2 % від загального обсягу ВВП), а от плановий прогноз на наступні роки за стандартною методологією WTTC будувати недоречно, оскільки світова економічна криза 2020 р. унеможливила використання методу екстраполяції.

Загальний внесок галузі подорожей і туризму у ВВП становив 135,62 млрд грн, або 202,58 у цінах 2019 р. (5,7 % від загального обсягу ВВП) 2016 р. і 229,39 млрд грн 2019 р. (5,9 % від загального обсягу ВВП).

Прямий внесок у зайнятість. 2016 р. безпосередньо в галузі туризму працювало 314 287 осіб (1,9 % усіх зайнятих у національній економіці). 2019 р. в галузі було залучено 341 805 осіб (2,0 % від загальної чисельності зайнятих). *Загальний внесок у зайнятість* 2016 р. становив 961 630 робочих місць (5,9 % від загальної чисельності робочих місць у національній економіці), 2019 р. – відповідно 1 028 820 і 6,2 %.

2016 р. *загальний внесок світової галузі подорожей і туризму в зайнятість*, включно з робочими місцями, що підтримували за сприяння непрямого та індукованого впливу, становив 10,0 % від загальної чисельності зайнятих (307,982 млн осіб), 2019 р. – 10,4 % (329,578 млн осіб). *Прямий внесок у зайнятість* 2016 р. становив 114,131 млн робочих місць (3,7 % від загальної чисельності), а 2019 р. – відповідно, 119,223 млн (3,7 % від зайнятих у всіх видах діяльності у глобальній економіці).

Експорт туристичних послуг в Україні дав дохід 38,3 млрд грн (3,2 % від загального експорту) 2019 р. і 59,5 млрд грн (3,3 %) 2019 р. У світі 2019 р. цей показник дорівнював 1 676,56 млрд дол. США (6,8 % від загальносвітового обсягу експорту).

Капітальні інвестиції в туристичну галузь в Україні становили 2016 р. 6,72 млрд грн у поточних цінах, або 1,8 % від загального обсягу інвестицій, відповідно, 11,6 млрд грн (2,3 %) 2019 р.

Загальний внесок туристичної галузі у ВВП для України майже у 2,7 – 2,8 рази вищий, ніж прямий, у світі це співвідношення останніми роками дорівнювало 3,2 (рис. 2.3) [87].

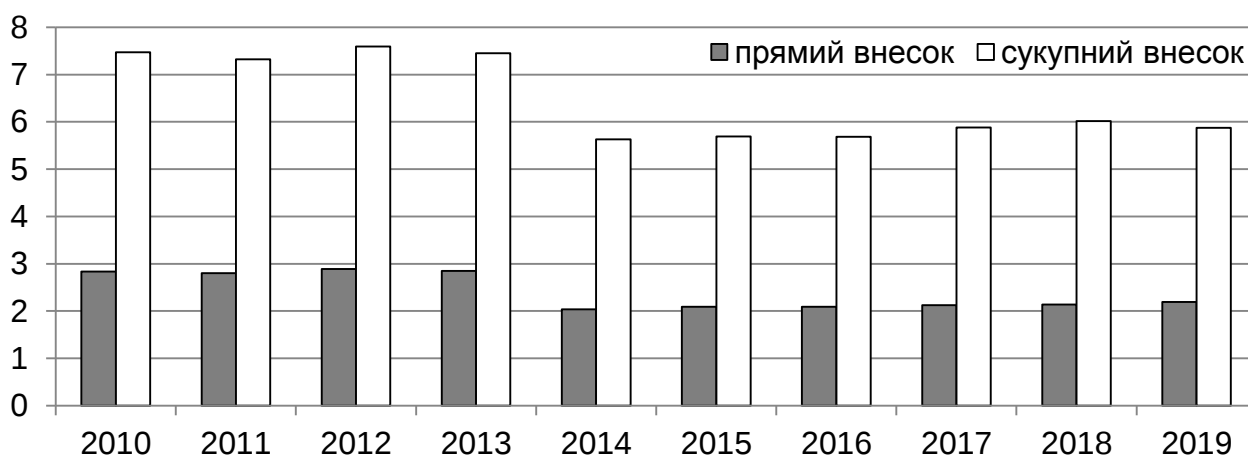


Рис. 2.3. Внесок туристичної галузі України у ВВП, %, 2010 – 2019 рр.

2.3. Класифікація рекреаційних територій

Рекреація – це діяльність людей у вільний час, із метою відновлення, зміцнення фізичних і духовних сил та всебічного розвитку особистості переважно за допомогою природних чинників на спеціально призначених для цього територіях, що перебувають поза місцем постійного проживання.

Рекреаційний туризм можна умовно розподілити на такі типи: 1) туристично-оздоровчий; 2) пізнавально-туристичний.

Для кожного типу потрібен свій вид рекреаційних ресурсів.

Рекреаційні ресурси – це складна керована й частково самокерована система, що складається з ряду взаємозалежних підсистем, а саме: людей, що відпочивають, природних і культурних територіальних комплексів, технічних систем, обслуговчого персоналу й органів управління.

Для *туристично-оздоровчого типу* – це кліматичні чинники, які в поєднанні із джерелами мінеральних вод і лікувальних грязей створюють сприятливі умови для формування курортного комплексу.

Для *пізнавально-туристичного*, крім переліченого, історико-культурний потенціал.

Найважливішими **характеристиками** рекреаційно-туристичних ресурсів є такі [28]:

1) *обсяг запасів* (дебіт джерел мінеральних вод, площа рекреаційних територій, екскурсійний потенціал туристичних центрів і маршрутів), необхідний для визначення потенційної місткості територіальної рекреаційної системи, рівня освоєності, оптимізації навантаження;

2) *площа поширення ресурсів* (розміри водоносних горизонтів, пляжів, лісистість, обводненість, межі стійкого снігового покриву), яка дозволяє визначити потенційні рекреаційні угіддя, установити межі санітарної охорони;

3) *період можливої експлуатації* (тривалість сприятливого погоднокліматичного періоду, купального чи лижного сезону), який визначає сезонність рекреаційних процесів і ритмічність туристських потоків;

4) *територіальна зосередженість*, яка обумовлює тяжіння рекреаційної інфраструктури туристських потоків до місць їхньої концентрації;

5) *порівняно низька капіталомісткість і невисока вартість експлуатаційних витрат*, що дозволяє досить швидко створювати інфраструктуру та здобувати соціальний та економічний ефект, а також самостійно використовувати окремі види ресурсів;

6) *багаторазовість використання* за дотримання норм раціонального природокористування й застосування заходів із рекультивації та благоустрою.

У географії рекреації й туризму склалися три основні підходи до оцінювання рекреаційно-туристичних ресурсів:

1) *медико-біологічний (фізіологічний)* – виявляють ступінь комфортності природного середовища для організації певних видів рекреаційної діяльності;

2) *психолого-естетичний* – аналізують характер емоційної дії природного середовища на туристів, привабливість природних і культурно-історичних об'єктів;

3) *технологічний* – визначає придатність ресурсів для організації певних видів рекреаційної діяльності, можливість формування спеціалізованих і комплексних територіальних рекреаційних систем [28].

Природні, природно-технічні, соціально-економічні комплекси та їхні елементи можна розглядати як цілісне рекреаційне середовище (рис. 2.4).

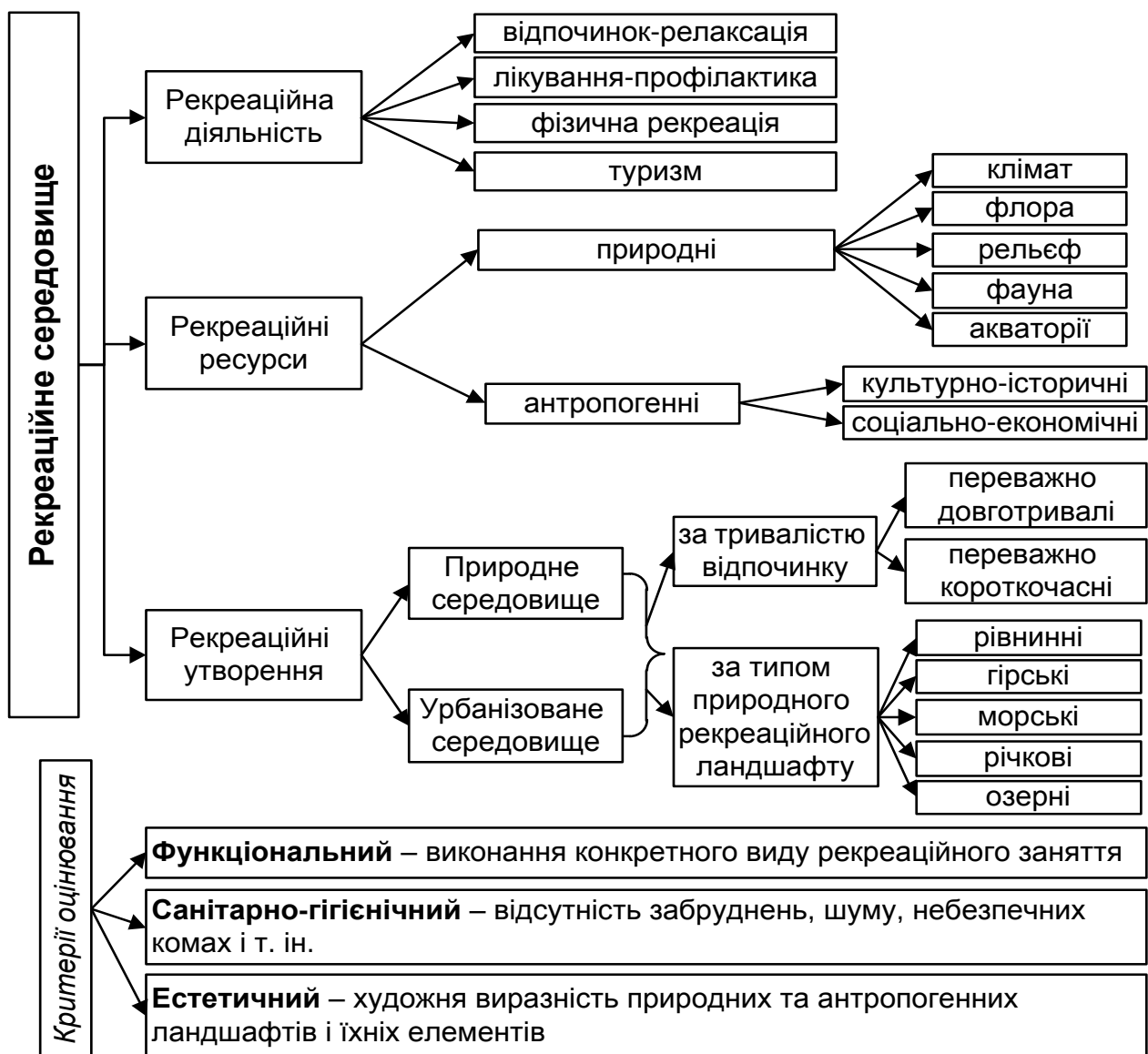


Рис. 2.4. Склад рекреаційного середовища

Туристичні ресурси – це сукупність природних і штучно створених людиною об'єктів, що мають зручні властивості та придатні для створення туристичного продукту. Зазвичай, наявність туристичних ресурсів визначає формування туристичного бізнесу в тому чи тому регіоні.

Туристичні ресурси можна розподілити на три групи [68]:

рекреаційні (природні) ресурси – унікальні явища природи, печери, водоспади, скелі, заповідники, гори, річки, моря, лікувальні води, кліматичні та бальнеологічні можливості;

об'єкти, які репрезентують *історичне та культурне минуле країни* – музеї, пам'ятники й пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, життям і діяльністю видатних представників науки, техніки, культури, а також унікальні архітектурні та етнографічні об'єкти;

об'єкти, які демонструють *сучасні здобутки країни* у промисловості, будівництві, сільському господарстві, науці й культурі, медицині та спорті.

Більшість регіонів України має туристичні ресурси, які належать до всіх трьох груп, що дає можливість виходу на туристичний ринок із привабливими туристичними пропозиціями.

Рекреаційні ресурси – це природні й антропогенні геосистеми, об'єкти та явища природи, які мають зручні властивості та споживчу вартість для рекреаційної діяльності й можуть бути використані, із метою відпочинку та оздоровлення людей у певний час і за допомогою наявних технологій та матеріальних можливостей.

В Україні значну частину природного потенціалу становлять: рекреаційні ландшафти (лісові, приморські, гірські), оздоровчі ресурси (мінеральні води й лікувальні грязі), природно-заповідні об'єкти (національні природні та регіональні ландшафтні парки, біосферні заповідники, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва тощо), території історико-культурного призначення (пам'ятки архітектури й містобудування, історико-архітектурні заповідники та ін.).

Практично у всіх областях України виявлено *мінеральні лікувальні води* різного складу. Найбільшу кількість джерел зосереджено в Карпатському регіоні, зокрема в Закарпатській, Львівській областях. Багато джерел у центральній частині країни та на Слобожанщині.

Досить значні в Україні запаси *лікувальних грязей*, зосереджених, головним чином, у південних та північно-західних областях.

Історико-культурні ресурси – це культурні об'єкти, пам'ятки історії, архітектури, археології, етнографічні особливості території, що є важливим засобом задоволення потреб пізнавально-культурної рекреації. Їхня цінність та кількість (насичення, щільність) у межах областей істотно різняться. Найбільше архітектурно-історичних пам'яток, що охороняються державою, у Львівській, Київській та Чернігівській областях. Найцінніші культурно-історичні ресурси – у Київській, Львівській, Тернопільській, Полтавській, Чернігівській областях.

Специфічною складовою частиною рекреаційних ресурсів є *однорідні (гомогенні) рекреаційні ресурси* – соціальні та природні об'єкти, явища, події, походження яких тісно пов'язано як з територією України (де вони розташовані або відбувалися), так і з територією тієї ж закордонної країни, у межах якої цей об'єкт, явище, подія первісно виникли.

В Україні виявлено значну кількість таких об'єктів, деякі з них мають світове та європейське значення й унікальний історико-інформаційний, духовно-естетичний, інтернаціональний потенціал. Наприклад, це місця, пов'язані із життям, діяльністю або перебуванням в Україні видатних діячів науки й культури, або меморіали, місця масових поховань та ін.

Третю групу туристичних ресурсів репрезентовано **сучасними здобутками світового рівня** у промисловості, сільському господарстві, будівництві, медицині, спорті, науці та культурі.

Такі ресурси сприяють розвитку конгресового туризму, проведенню в Україні економічних форумів, наукових конференцій і симпозіумів, із метою вивчення та обміну передовим досвідом в авіабудуванні, металургії, медицині, участі у спортивних змаганнях, проведенні концертних заходів та ін.; проведенню міжнародних і національних виставок, салонів, бірж, ярмарків, фестивалів, конкурсів.

Найголовнішим в ефективному використанні рекреаційних ресурсів є наявність туристичної інфраструктури.

Із погляду організації інфраструктурного забезпечення рекреаційного процесу, одне із ключових місць належить транспортній системі. Питання охоплює проблему транзитних перевезень, організацію залізничного сполучення, розвиток автомагістралей, повітряного, морського, річкового транспорту.

Україна має розвинуту мережу автомобільних доріг і залізниць, аеропортів, річкових і морських портів. Авіаційний, автомобільний, залізничний, річковий і морський транспорт здатні забезпечити перевезення туристів із резервом транспортних потужностей на деяких видах транспорту.

Не менш важливою складовою частиною інфраструктури є наявна мережа прикордонних переходів із країнами-сусідами, її розширення та сервісне облаштування.

Актуальною для України залишається проблема водопостачання населених пунктів і, насамперед, рекреаційних центрів.

Історико-культурні туристичні ресурси (ІКТР) – це пам'ятки історії й культури, створені людиною, які мають суспільно-виховне значення, становлять пізнавальний інтерес і можуть бути використані в туристичній діяльності. До складу ІКТР входять пам'ятки історії, архітектури, мистецтва, етнографічні пам'ятки та пам'ятки народної творчості [23].

В Україні взято під охорону 70 тис. пам'яток історії та культури, зокрема понад 12 тис. пам'яток архітектури з добре збереженими ансамблями – центральна частина Львова (наприкінці 1998 р. Львів увійшов

до списку найцінніших в історико-культурному аспекті міст світу), Київ зі спорудами доби Київської Русі, місто Жовква (Львівська область), Кам'янець-Подільський, який за кількістю пам'яток архітектури посідає третє місце після Львова та Києва. Визначні пам'ятки архітектури розміщено в Чернігові, Луцьку, Ужгороді, Білгород-Дністровському, Хусті та багатьох інших містах України. Високу історичну пізнавальну цінність мають руїни Ольвії в Миколаївській області [19].

До пам'яток культури може бути зараховано архітектурно-будівельні, археологічні, культові та інші аналогічні об'єкти, особливе значення яких закріплене юридично або традиційно. Залежно від унікальності й цінності, пам'ятники може бути зараховано до категорій пам'ятників всесвітньої спадщини або пам'ятників національних (державних).

Культурно-історичні об'єкти розподіляють на матеріальні й духовні. **Матеріальні** охоплюють сукупність засобів виробництва та інших матеріальних цінностей суспільства на кожній історичній стадії його розвитку, а **духовні** – сукупність досягнень суспільства в освіті, науці, мистецтві, літературі, організації державного та громадського життя, праці й побуті.

Пам'ятки культури може бути розподілено на п'ять груп [13]:

1) *пам'ятки археології* (городища, кургани, стародавні поселення, укріплення, дороги, місця поховань, наскельні зображення, старовинні предмети та ін.);

2) *пам'ятки історії* (будівлі, пам'ятні місця та предмети, пов'язані з історичними подіями, розвитком суспільства, науки й техніки, культури та побуту, життям видатних державних діячів, народних героїв, діячів науки, літератури й мистецтва);

3) *пам'ятки архітектури* (архітектурні ансамблі, залишки старого планування й забудови міст та інших населених пунктів, споруди цивільної, промислової, військової, культової архітектури, народного будівництва, а також пов'язані з ними витвори монументального, образотворчого, декоративного мистецтва тощо, що відрізняються особливими художніми цінностями або становлять унікальне явище в історії архітектури);

4) *пам'ятки мистецтва* (витвори образотворчого й декоративно-прикладного мистецтва, монументального живопису, скульптури, садово-паркового мистецтва та ін.);

5) *пам'ятки меморіальні* (твори образотворчого мистецтва й архітектури, створені на згадку про історичні події й окремих осіб, – монументи, піраміди, гробниці, мавзолеї, храми, меморіальні музеї й ін.).

Поняття "культурно-історичні" та "суспільно-історичні" ресурси майже тотожні, тоді як перший термін є більш уживаним, другий додатково підкреслює значущість історичного надбання країни для підтримання національної свідомості. На думку авторів, ближчим до категорії суспільно-історичних ресурсів є класифікація туристичних ресурсів, запропонована В. Мацолою для оцінювання рекреаційної значущості територій [див. 19]:

1. Археологічні об'єкти:

- 1.1. Території первісного заселення.
- 1.2. Стоянки, поселення.
- 1.3. Кургани.
- 1.4. Стародавні городища (прості).
- 1.5. Стародавні городища – складні (із декількома лініями оборони, дитинцем і довколишнім містом).

2. Меморіальні пам'ятки, пов'язані з історичними подіями, національно-визвольними змаганнями, війнами й бойовими та культурними традиціями:

- 2.1. Пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, національно-визвольними змаганнями, бойовими традиціями, що підтверджують історичними джерелами.
- 2.2. Окремі пам'ятки, меморіальні дошки, пам'ятні знаки простих форм.
- 2.3. Окремі пам'ятки, меморіальні дошки, що мають високу мистецьку цінність.
- 2.4. Групи пам'яток, меморіальні, парки, споруди, дошки, пам'ятні знаки простих форм.
- 2.5. Групи пам'яток, меморіальні музеї, парки, споруди та пам'ятні знаки, що мають високу мистецьку цінність.

3. Пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані із життям і творчістю діячів історії, культури:

- 3.1. Пам'ятні місця, пов'язані з учасниками історичних подій національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури, що підтверджують історичними джерелами.
- 3.2. Окремі пам'ятники учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури спрощені (з обмеженою інформацією).
- 3.3. Окремі пам'ятники учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури, що мають високу мистецьку цінність.

3.4. Групи пам'ятників учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури простих форм (з обмеженою інформацією).

3.5. Групи пам'ятників учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури, що мають високу мистецьку цінність.

4. Пам'ятники оборонного будівництва (земляні або муровані укріплення, замки з бастіонними укріпленнями, монастирі, найновіші фортифікаційні споруди XIX – XX ст.):

4.1. Частково збережені елементи оборонних споруд.

4.2. Середньої збереженості елементи оборонних будівель або окремих архітектурних комплексів.

4.3. Повністю збережені елементи, або окремі комплекси пам'яток оборонного будівництва.

4.4. Реставровані пам'ятки оборонного будівництва без музейної експозиції.

4.5. Добре збережені й оновлені пам'ятки оборонного будівництва з музейною експозицією.

5. Сакральні споруди (церкви, костели, синагоги):

5.1. Фрагменти культових споруд.

5.2. Окремі культові різностильові споруди.

5.3. Комплекс культових різностильових споруд.

5.4. Окремі культові стильові споруди.

5.5. Комплекс культових стильових споруд.

6. Пам'ятки народної архітектури (поселення, двори, господарські й житлові будівлі, дерев'яні церкви та ін.):

6.1. Окремі будівлі з елементами народної архітектури.

6.2. Окремі будівлі, що є пам'ятниками народної архітектури.

6.3. Церкви, садиби, що є пам'ятниками народної архітектури.

6.4. Окремі вулиці або групи будівель, що є пам'ятниками народної архітектури.

6.5. Поселення, визнані як пам'ятники народної архітектури або спеціально зведені (музеї під відкритим небом).

7. Громадські споруди (народні школи, народні дома, шпиталі, корчми, млини та ін.):

7.1. Частково збережені елементи громадських споруд.

7.2. Середньої збереженості елементи громадських споруд.

7.3. Повної збереженості елементи громадських споруд.

7.4. Реставровані пам'ятки громадських споруд.

7.5. Добре збережені пам'ятки громадських споруд.

8. Палацово-паркові ансамблі:

8.1. Окремі залишки палацово-паркових ансамблів.

8.2. Окремі фрагменти палацово-паркових ансамблів.

8.3. Упорядковані фрагменти палацово-паркових ансамблів.

8.4. Добре збережені палацово-паркові ансамблі.

8.5. Добре збережені та впорядковані палацово-паркові ансамблі.

9. Сучасні пам'ятки архітектури:

9.1. Окремі пам'ятки архітектури, збудовані з використанням сучасних будівельних матеріалів, технологій, композиційних рішень.

9.2. Окремі сучасні пам'ятки архітектури, зведені з використанням найновітніших технічних засобів.

9.3. Група сучасних пам'яток архітектури, зведених із використанням найновітніших технічних засобів.

10. Професійні художні промисли:

10.1. Наявність музейних експозицій, побудовані на основі зібраних зразків професійних народних майстрів.

10.2. Наявність окремих майстрів з експозицією власних творів.

10.3. Наявність декількох професійних майстрів та музейних експозицій, складених із художніх творів професійних майстрів.

11. Народні художні промисли (ткацтво, килимарство, вишивка, художня обробка шкіри, художнє плетіння, деревообробка, гончарство та ін.):

11.1. Наявність музейних експозицій, побудованих на основі зібраних зразків народних умільців.

11.2. Наявність окремих народних умільців з експозицією власних творів.

11.3. Наявність декількох народних умільців та музейних експозицій, складених із художніх творів народних умільців.

12. Пам'ятки матеріальної культури:

12.1. Індивідуальні музейні експозиції.

12.2. Відомчі музеї пам'яток матеріальної культури.

12.3. Етнографічні музеї, музеї народної архітектури та побуту.

13. Пам'ятки фольклору:

13.1. Наявність окремих традицій, що збереглися в родинному та громадському побуті.

13.2. Поширення окремих жанрів або видів фольклору.

13.3. Наявність різножанрового, різновидового складу фольклору.

У Законі України "Про охорону культурної спадщини" наведено тлумачення таких термінів:

культурна спадщина – це сукупність успадкованих людством від попередніх поколінь об'єктів культурної спадщини;

об'єкт культурної спадщини – це місце, споруда (витвір), комплекс (ансамбль), їхні частини, пов'язані з ними території чи водні об'єкти, інші природні, природно-антропогенні або створені людиною об'єкти, незалежно від стану збереженості, що донесли до нашого часу цінність з антропологічного, археологічного, естетичного, етнографічного, історичного, мистецького, наукового чи художнього погляду та зберегли свою автентичність;

пам'ятка – це об'єкт культурної спадщини національного або місцевого значення, занесений до Державного реєстру нерухомих пам'яток України;

охорона культурної спадщини – це комплекс заходів з обліку (виявлення, наукове вивчення, класифікація, державна реєстрація), захисту, збереження, належного утримання, відповідного використання, консервації, реставрації, реабілітації та музеєфікації об'єктів культурної спадщини;

зона охорони пам'ятки – це установлювана навколо пам'ятки охоронна зона, зона регулювання забудови, зона охоронюваного ландшафту, зона охорони археологічного культурного шару, у межах яких діє спеціальний режим;

історичне населене місце – це населене місце, яке зберегло повністю або частково історичний ареал і занесене до списку історичних населених місць України;

історичний ареал населеного місця – це частина населеного місця, що зберегла старовинний вигляд, розпланування та форму забудови, типові для певних культур або періодів розвитку;

традиційний характер середовища – це історично успадкований вигляд та об'ємно-просторовий устрій історичного населеного місця;

виявлення об'єкта культурної спадщини – це сукупність науково-дослідних, пошукових заходів, із метою визначення наявності та культурної цінності об'єкта культурної спадщини;

музеєфікація – це сукупність науково обґрунтованих заходів щодо приведення об'єктів культурної спадщини у стан, придатний для екскурсійного відвідування;

дослідження – це науково-пошукова, науково-практична діяльність, спрямована на отримання нової інформації про об'єкти культурної спадщини,

історичні населені місця, традиційний характер середовища, який є типовим для певних культур або періодів розвитку;

консервація – це сукупність науково обґрунтованих заходів, які дозволяють захистити об'єкти культурної спадщини від подальших руйнувань і забезпечують збереження їхньої автентичності з мінімальним утручанням у їхній реальний вигляд;

приспосовування – це сукупність науково-дослідних, проєктних, вишукувальних і виробничих робіт щодо створення умов для сучасного використання об'єкта культурної спадщини без зміни притаманних йому властивостей, які є предметом охорони об'єкта культурної спадщини, зокрема реставрація елементів, які становлять історико-культурну цінність;

реабілітація – це сукупність науково обґрунтованих заходів щодо відновлення культурних та функціональних властивостей об'єктів культурної спадщини, приведення їх у стан, придатний для використання;

ремонт – це сукупність проєктних, вишукувальних і виробничих робіт, спрямованих на поліпшення технічного стану та підтримання в експлуатаційному стані об'єкта культурної спадщини без зміни властивостей, які є предметом охорони об'єкта культурної спадщини;

реставрація – це сукупність науково обґрунтованих заходів щодо зміцнення (консервації) фізичного стану, розкриття найбільш характерних ознак, відновлення втрачених або пошкоджених елементів об'єктів культурної спадщини із забезпеченням збереження їхньої автентичності;

зміна об'єкта культурної спадщини – це дії, що призводять чи можуть призвести до часткового або повного зникнення предмета охорони об'єкта культурної спадщини.

За **типами** об'єкти культурної спадщини розподіляють на:

споруди (витвори) – твори архітектури та інженерного мистецтва, твори монументальної скульптури та монументального малярства, археологічні об'єкти, печери з наявними свідченнями життєдіяльності людини, будівлі або приміщення в них, що зберегли автентичні свідчення про визначні історичні події, життя та діяльність відомих осіб;

комплекси (ансамблі) – топографічно визначені сукупності окремих або поєднаних між собою об'єктів культурної спадщини;

визначні місця – зони або ландшафти, природно-антропогенні витвори, що донесли до нашого часу цінність з археологічного, естетичного, етнологічного, історичного, архітектурного, мистецького, наукового чи художнього погляду.

За **видами** об'єкти культурної спадщини розподіляють на:

археологічні – рештки життєдіяльності людини (нерухомі об'єкти культурної спадщини: городища, кургани; залишки стародавніх поселень, стоянок, укріплень, військових таборів, виробництв, іригаційних споруд, шляхів; могильники; культові місця та споруди, їхні залишки чи руїни; мегаліти, печери, наскельні зображення, ділянки історичного культурного шару; поля давніх битв, а також пов'язані з ними рухомі предмети), що містяться під землею поверхнею і під водою та є невідтворюваним джерелом інформації про зародження і розвиток цивілізації;

історичні – будинки, споруди, їхні комплекси (ансамблі); окремі поховання та некрополі; місця масових поховань померлих і померлих (загиблих) військовослужбовців (зокрема іноземців), які загинули у війнах, унаслідок депортації та політичних репресій на території України; місця бойових дій; місця загибелі бойових кораблів, морських та річкових суден, зокрема із залишками бойової техніки, озброєння, амуніції тощо; визначні місця, пов'язані з важливими історичними подіями, життям і діяльністю відомих осіб, культурою та побутом народів;

об'єкти монументального мистецтва – твори образотворчого мистецтва: як самостійні (окремі), так і ті, що пов'язані з архітектурними, археологічними чи іншими пам'ятками або з утворюваними ними комплексами (ансамблями);

об'єкти архітектури – окремі будівлі, архітектурні споруди, що повністю або частково збереглися в автентичному стані та характеризуються відзнаками певної культури, епохи, певних стилів, традицій, будівельних технологій або є творами відомих авторів;

об'єкти містобудування – історично сформовані центри населених місць, вулиці, квартали, площі, комплекси (ансамблі) зі збереженою планувальною та просторовою структурою й історичною забудовою, зокрема поєднаною з ландшафтом; залишки давнього розпланування та забудови, що є носіями певних містобудівних ідей;

об'єкти садово-паркового мистецтва – поєднання паркового будівництва із природними або створеними людиною ландшафтами;

ландшафтні – природні території, які мають історичну цінність;

об'єкти науки й техніки – унікальні промислові, виробничі, науково-виробничі, інженерні, інженерно-транспортні, видобувні об'єкти, що визначають рівень розвитку науки та техніки певної епохи, певних наукових напрямів або промислових галузей.

Окремого переліку пам'яток сакрального мистецтва України немає, такі пам'ятки належать до архітектурних споруд. У головному нормативно-правовому документі, у якому наведено перелік архітектурних пам'яток України (Державного реєстру нерухомих пам'яток України) лише вказано їхній вид (церква, дзвінниця та ін.). Перелік перебуває у віданні Міністерства культури та інформаційної політики України та складається із двох окремих реєстрів – пам'яток місцевого та національного значення. Переглянути документи можна на сторінці міністерства http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/officialcategory?cat_id=244910406.

Державний реєстр національного культурного надбання містить лише унікальні (найцінніші) культурні цінності Музейного фонду України, Державного бібліотечного фонду України, Національного архівного фонду України. Його створення почалося наприкінці 2019 р. як електронного інформаційного ресурсу культурної спадщини та культурних цінностей у вигляді електронного порталу "Культурна спадщина України".

Список історичних населених місць України (міст і селищ міського типу), затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 26.07.2001 р. № 878, містить перелік історичних міст України з датами заснування або першими писемними згадками з різних джерел. Порядок визнання населеного місця історичним був затверджений постановою КМУ від 03.07.2006 р. № 909.

До Закону України "Про охорону культурної спадщини", що був ухвалений 2000 р., за період чинності понад 20 разів вносили зміни, більшість із яких стосувалися посилення охоронного режиму об'єктів спадщини. На початку 2005 р. було внесено суттєві зміни та доповнення, які значно розширили коло об'єктів охорони та конкретизували деякі положення у сфері охорони культурної спадщини.

У ст. 2 "Класифікація об'єктів культурної спадщини" чинного закону з'явився новий вид об'єктів охорони – об'єкти науки й техніки. Раніше зазначені об'єкти було розчинено серед масивів інших видів культурної спадщини – архітектури й містобудування, об'єктів історії та археології.

У другій половині XX ст. (особливо у 1980 – 1990-х рр.) інтерес до пам'яток науки й техніки значно посилювався, у зв'язку з виникненням загальнофілософських концепцій, за якими прогнозувався майбутній розвиток людства і у яких фігурувало таке поняття, як "постіндустріальне суспільство", де рівень виробництва вважався визначальним чинником.

На цій підставі культуру певного історичного періоду, особливо на останніх етапах розвитку людства, почали розглядатися як глобальний науково-виробничий комплекс, який має в собі певний елемент духовності. У розвинених країнах Західної Європи та Північної Америки ці тенденції ще в кінці 1960 – на початку 1970-х рр. знайшли практичне підтримання у сфері охорони культурного надбання. Було створено чимало нових організацій та комітетів, що опікувалися цією проблемою. Наприклад, 1955 р. історик-аматор Майкл Рікс опублікував статтю за назвою "Промислова археологія". Археологи-професіонали й аматори, які спеціалізувалися на музейній справі, швидко поширили згаданий термін у кінці 1950 – на початку 1960-х рр.

Рада з археології (Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії, далі – Сполучене Королівство або СК) 1959 р. створила перший у світі Дослідницький та консультативний комітет із промислової археології на основі 67 об'єднань фахівців із "промислової археології". Перший національний журнал було засновано 1964 р. за підтримки Товариства ім. Т. Ньюкомена (Newcomen Society), хоча Асоціацію промислової археології (Association for Industrial Archaeology, AIA) було створено лише 1973 р. [81]. Узагалі, пріоритет у цьому напрямі довгий час тримала Велика Британія, де ще на початку 1960-х р. було складено національний реєстр промислових пам'яток.

У 1960 – 1970-х рр. популярність промислової археології швидко зростала і в інших країнах Західної Європи, передусім у ФРН, Франції, Італії, Швеції та ін. На III Міжнародному конгресі із промислової археології, що відкрився у Стокгольмі (Швеція), було створено Міжнародний комітет зі збереження промислової спадщини (The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage, TICCIH) та ухвалено програму його діяльності на період між конгресами, які стали проводити регулярно один раз на три роки.

В останнє десятиліття XX ст. цей процес набув активного розвитку після конференції ООН у Ріо-де-Жанейро 1992 р. – так званого "Саміту Землі", у документах якої було задекларовано основні принципи сталого розвитку, за якими має розвиватися людство на етапі сучасного науково-технічного прогресу. Згідно з новим підходом, охороні та використанню на певних засадах мали підлягати й антропогенні утворення різного віку, виду та значення (до яких належать також об'єкти та комплекси промислово-виробничого призначення, пов'язані з виробничою діяльністю суспільства).

У 1980 – 1990-х рр. у СРСР також посилювався інтерес до пам'яток науки й техніки, але виключно як до окремих об'єктів, насамперед, як до витворів-об'єктів рухомої спадщини, які можна зберігати в музеях. Рухомі пам'ятки науки й техніки, що було розміщені тоді в різних музеях країни, налічували близько 50 млн од. зберігання. На той час законодавчо нерухомі пам'ятки науки й техніки становили певну складову частину в загальному масиві історичних пам'яток, але не виділяли в окремий вид.

Згідно зі ст. 2 Закону України "Про охорону культурної спадщини", "об'єкти науки й техніки – унікальні промислові, виробничі, науково-виробничі, інженерні, інженерно-транспортні, видобувні, що визначають рівень розвитку науки та техніки певної епохи, певних наукових напрямів або промислових галузей".

До нерухомих пам'яток науки та техніки належать об'єкти, які у процесі підготовки "Зібрання пам'яток історії та культури України" було зараховано до пам'яток історії, архітектури та містобудування, рідше археології. До них належать, наприклад, старовинні заводи та фабрики, шлюзи, греблі, депо, поштові й залізничні станції, шахти, кар'єри, верстові стовпи або так звані "Катерининські милі", великі унікальні механізми (підйомники та фунікулери), щогли, опори, а також визначні навчальні заклади, промислові та виробничі споруди, виробничо-транспортні споруди, об'єкти видобутків корисних копалин, а також місця, пов'язані з розвитком науки (інститути, лабораторії, дослідні полігони тощо). Усіх їх можна подати як у вигляді окремих споруд, так і комплексів.

Пам'ятки мають характеризувати певні досягнення у виробництві або будівельній справі; бути пов'язаними з визначними відкриттями; становити певний історичний етап у розвитку науки та техніки. Їх також може бути пов'язано із життям і творчістю видатних учених, інженерів, винахідників або творчих колективів, що працювали над вирішенням фундаментальних та визначних технологічних або наукових завдань.

2.4. Методи оцінювання рекреаційного потенціалу території

Є різні підходи до класифікації та економічного оцінювання природних рекреаційних ресурсів. Найбільш прийнятним є **природно-функціональний підхід**, що виділяє дві основні групи природних рекреаційних ресурсів – *природні ресурси санаторно-курортного лікування (лікувальні)* та *природні ресурси туризму і відпочинку*.

За взаємодією видів використання природні рекреаційні ресурси розподіляють на ресурси спеціалізованого, або цільового (суто рекреаційного), і багатоцільового використання.

До *ресурсів спеціалізованого використання* належать запаси мінеральних вод і лікувальних грязей.

Серед *ресурсів багатоцільового використання* виділяють ресурси комплексного (кліматичні, водні) та конкурентного використання. До останніх належать ресурси, освоєння яких із нерекреаційною метою знижує або виключає можливість їхнього використання для відпочинку, туризму, лікування й оздоровлення.

Ресурси санаторно-курортного лікування, зазвичай, мають вузько локалізоване поширення. Показником їхньої чисельності є запаси, які вимірюють у різних одиницях. Відновлювальні ресурси – мінеральні води (м/дїб), невідновлювальні – торф'яні грязі (м³), озокерит (т).

Важливим природним лікувальним чинником є клімат. Кількісними показниками, що дозволяють говорити, власне, про кліматолікувальні ресурси, є кількість дїб із сприятливою для кліматолікування погодою за певний період і, головним чином, тривалість сприятливих для лікування кліматичних періодів на конкретній території.

Основними якісними вимогами, яким мають відповідати території, що мають бути використаними з рекреаційною метою, є естетичність, оздоровчі властивості, слабка антропогенна змінність на території регіону, їхня площа, стійкість до рекреаційних навантажень, а також тривалість сприятливих для рекреаційної діяльності кліматичних періодів.

Поняття **природний рекреаційний потенціал** можна розглядати і з позицій рекреанта, і з позицій рекреаційної галузі. У першому випадку його характеризує ступінь сприятливості природних умов для різних видів рекреаційної діяльності, у другому – кількісні показники оцінювання природно-ресурсної бази рекреації. Вони визначають можливості розвитку в регіоні рекреаційної галузі господарства, тому тільки відносно неї є сенс говорити про економічне оцінювання природного рекреаційного потенціалу. Тільки в такому разі розглядають економічні відносини в системі "ресурси – споживання".

Природні ресурси містять ті частини цілого, які реально використовують (будуть використовувати в недалекому майбутньому) як суспільну споживчу вартість. У цьому їхня відмінність від природних умов рекреаційної діяльності, які тільки доводять придатність компонентів і властивостей

природного середовища як споживчої вартості за різними параметрами, але не вказують на реальність їхнього використання як таких параметрів.

Продуктивність рекреаційних ресурсів виявляють за допомогою науково та практично обґрунтованих норм споживання природних рекреаційних ресурсів (ПРР) кількістю осіб, для лікування і відпочинку яких у певний період часу достатньо запасів тих або тих рекреаційних ресурсів.

Показником продуктивності природних рекреаційних ресурсів і, таким чином, економічного оцінювання їхнього потенціалу є кількість осіб, для яких можна надати лікування і відпочинок, туристичні послуги, зважаючи на запаси ПРР регіону за певний період, за який вибрано 1 рік. Цей показник дозволяє не тільки кількісно порівняти рекреаційні ресурси, але й виявити можливості рекреаційного використання як різних видів ПРР, так і їхньої суми. Кількісний вияв можливостей рекреаційного використання природних ресурсів регіону свідчить про величину його ПРР [41].

Для використання природних умов і ресурсів необхідне їхнє оцінювання. **Процедура оцінювання** складається з таких обов'язкових етапів:

- 1) виділення об'єктів оцінювання – природних комплексів, їхніх компонентів і властивостей;
- 2) виділення суб'єкта, із позиції якого здійснюють оцінювання;
- 3) формулювання критеріїв оцінювання, які визначають як масштаб і мету дослідження, так і властивості суб'єкта;
- 4) розроблення параметрів оцінних шкал і градацій [14].

Методика оцінювання природного рекреаційного потенціалу (ПРП) передбачає початкову його структуризацію й ранжування:

сукупний ПРП регіону;

потенціали субгалузей рекреації I рангу (санаторно-курортне лікування, туризм і відпочинок);

потенціали субгалузей рекреації II рангу (бальнеопитне, грязе-, озокерито-, кліматолікування, тривалий відпочинок і туризм, короточасний відпочинок);

потенціали окремо взятих родовищ рекреаційних ресурсів, рекреаційних місцевостей.

Оцінювання потенціалів окремих родовищ природних рекреаційних ресурсів або груп родовищ однорідних ресурсів (мінеральних вод одного бальнеологічного типу, однотипних лікувальних грязей і т. ін.) обчислюють за такою формулою [41]:

$$P_i = Q_i / n_i, \quad (2.3)$$

де P_i – природний потенціал родовища або групи родовищ ПРР i -го виду, осіб/рік;

Q_i – сумарні запаси ПРР i -го виду, осіб/рік;

n_i – норма споживання ПРР i -го виду на один курс лікування.

Як початкові дані оцінювання потенціалів родовищ лікувальних рекреаційних ресурсів будуть показники об'єму балансових експлуатаційних запасів родовищ лікувальних мінеральних вод, грязей.

Норми споживання рекреаційних ресурсів на курс лікування усереднено становлять один курс лікування із застосуванням вод питного призначення – 0,036 м³, один курс лікування із застосуванням вод бальнеологічного призначення (ванн) – 2,5 м³, курс лікування із застосуванням вод бальнеопитного призначення – 2,536 м³; курс грязелікування – 0,12 м³. Високомінералізовані й розсольні води розбавляють до середньої або малої мінералізації. Під час оцінювання потенціалів родовищ таких вод застосовують коефіцієнти розбавлення.

Початковими даними для визначення потенціалів кліматолікування, туризму і відпочинку слугують показники площі територій, придатних для відповідних видів рекреаційного використання. Серед них виділяють різні функціонально-рекреаційні групи [41]:

$$P_v = (S_p N_p + S_h N_h) t, \quad (2.4)$$

де P_v – природний потенціал короточасного відпочинку, осіб/рік;

S_p , S_h – площа лісопаркової та лісогосподарської частин лісів зелених зон, га;

N_p , N_h – норми допустимих навантажень на ландшафти лісопаркової та лісогосподарської частин зелених зон, осіб/га;

t – кількість вихідних і святкових днів за теплий період року, днів/рік.

$$P_T (\text{ПРП}_{\text{туризму}}) = ET / d, \quad (2.5)$$

де P_T – потенційна місткість туристичних зон регіону, осіб/рік;

E – оптимальна одноразова рекреаційна місткість ландшафтів як угіддя туризму, осіб;

T – тривалість сприятливого періоду, днів/рік;

d – середня тривалість перебування туриста в межах регіону, днів.

Сумарну рекреаційну місткість туристичних угідь визначають за такою формулою [21]:

$$E = S_1N_1 + S_2N_2 + \dots + S_nN_n, \quad (2.6)$$

де E – рекреаційна місткість ландшафтів як туристичних угідь, осіб;

$S_1, S_2, \dots, S_n$ – площі ландшафтів, для яких допустимі рівні показники рекреаційних навантажень, га;

$N_1, N_2, \dots, N_n$ – норми допустимих рекреаційних навантажень, осіб/га.

Натуральні показники оцінювання ПРП, а також показники соціально-економічного ефекту, що досягають, унаслідок рекреаційного освоєння природних ресурсів, слугують основою вартісного оцінювання [41].

$$P_c = \sum_{i=1}^n P_i \times EF_i, \quad (2.7)$$

де P_c – величина ПРП у вартісному обчисленні;

P_i – величина ПРП i -го виду рекреації в натуральному обчисленні;

EF_i – соціально-економічний ефект i -го виду рекреації.

Наведена економічна оцінка природного рекреаційного потенціалу регіону дозволяє визначити його сумарну величину, а також галузеву й територіальну структуру.

Для рекреаційного районування території країни чи регіону часто використовують такі показники:

місткість природно-рекреаційних ресурсів (млн люд.-год/рік);

місткість пізнавальних рекреаційно-туристичних ресурсів (млн люд.-днів/рік);

туристське навантаження на природні комплекси (осіб/км²).

Найбільш поширено в Україні оцінювання рекреаційного потенціалу у відсотках до інтегрального природного-ресурсного потенціалу країни, або регіону, або відносно загальнодержавного індексу цього ресурсу, запропоновані В. П. Руденком. Він також пропонує оцінювати територіальну диференціацію природно-рекреаційного потенціалу в балах у розрахунку на 1 га території регіону. Інший український науковець, І. М. Петренко, для оцінювання рекреаційно-туристичних ресурсів використовує показник одночасної рекреаційної місткості території.

Доцільність економічного оцінювання природних ресурсів у колишньому Радянському Союзі, а значить і в Україні, було визначено лише в 1960-х рр. До цього була концепція безкоштовності використання природних ресурсів. Ця концепція ґрунтувалася на тому, що природні ресурси не є об'єктом купівлі-продажу, тому немає необхідності визначати їхню вартість. І тільки на початку 1970-х рр., коли було вичерпано деякі види природних ресурсів, виникла витратна концепція економічного оцінювання природних ресурсів, у ній пропонувалося визначати вартість РТР за витратами на їхнє освоєння й підтримання придатного для експлуатації середовища. Однак цю концепцію незабаром було піддано справедливій критиці:

по-перше, згідно з концепцією, зона чорнозему, куди вкладено мало праці на підтримання її родючості та для якої характерна висока врожайність, є менш цінною для суспільства, ніж зона кам'янистих ґрунтів, куди вкладено багато праці;

по-друге, ігнорують результативність використання природних ресурсів.

У середині 1970-х рр. виникла "результатна" концепція економічного оцінювання природних ресурсів, оцінку яких можна визначити, зважаючи на вартість продукції, виробленої на основі їхнього використання. Пізніше стали визначати економічну оцінку природних рекреаційних ресурсів шляхом вирахування поточних витрат із вартості продукту, виробленого на основі використання цих ресурсів.

Такі науковці, як В. Н. Герасимович та А. А. Голуб, зазначили, що оцінювання природних ресурсів за вартістю продукту є не зовсім коректним, у зв'язку з різним значенням часового використання природних і матеріально-трудових ресурсів, які беруть участь у створенні вартості продукту, виробленого на тій чи тій ділянці.

Дещо пізніше в економічній літературі виникли методичні підходи до оцінювання природних ресурсів, які ґрунтуються на поєднанні витратної й результатної концепцій. Під час здійснення економічного оцінювання природних ресурсів необхідно сумувати ефект від їхнього споживання із витратами на освоєння. За оцінками багатьох науковців, слід зазначити, що жодна з розглянутих оцінок природних ресурсів не може повністю відобразити ту цінність, яку має для суспільства той чи той природний ресурс. Тільки діалектичне поєднання (а не просте сумування) витратного

й результатного аспектів оцінювання природних ресурсів дозволить правильно їх оцінити.

Найбільш успішно поєднує результатну та витратну концепції рентна концепція економічного оцінювання природних ресурсів, в основі якої лежить визначення економічної ренти. Будучи характеристикою природних ресурсів, рента одночасно виявляє суспільно необхідні витрати. Уперше ці питання вивчав В. В. Новожилов, який довів, що в основі оцінок ресурсів, розрахованих за результатами їхньої експлуатації, фактично лежать витрати праці, які є формою їхнього виявлення. Ним було доведено, що за оптимального планування оцінювання ресурсів відповідають суспільно необхідним витратам на їхню експлуатацію.

На основі застосування рентного підходу до оцінювання природних ресурсів розроблено ряд методик оцінювання природних ІТР. Значну цінність має методичний підхід до визначення економічної оцінки рекреаційних територій, запропонований В. М. Кислим, на думку якого показники економічного оцінювання природних рекреаційних ресурсів мають враховувати не тільки економічну вигоду експлуатації ресурсів для надання рекреаційних послуг, але й кількісні показники використання цих ресурсів. Ураховувати якість рекреаційного ресурсу автор пропонує за допомогою показника якості ресурсу. Цей показник визначає частку рекреаційних послуг, які дали соціальний ефект. Такий підхід ураховує соціальну результативність використання природних рекреаційних ресурсів.

Згідно з концепцією К. Г. Гофмана, первинним об'єктом економічного оцінювання природних РТР є об'єкт природокористування загалом, після чого здійснюють економічне оцінювання його складових компонентів.

У зв'язку із цим звертає увагу на себе категорія *продуктивності природних рекреаційних ресурсів*, а саме різниця у продуктивності, яка є важливим аспектом економічного оцінювання. Так, оздоровчі властивості бальнеологічних ресурсів є основою їхньої потенційної природної продуктивності. Однак рівень реалізації цієї продукції невіддільний від рівня технології надання рекреаційних послуг. У зв'язку із цим економічне оцінювання природних рекреаційних ресурсів має бути пов'язано не тільки із природними якостями, але й соціально-економічними, господарськими чинниками розвитку рекреаційних територій загалом.

На думку С. А. Вестон, надмірна експлуатація природних РТР у процесі туристичної діяльності (порушення норм допустимого рекреаційного

навантаження) у майбутньому буде знижувати первину природну привабливість території. За її оцінками, на відтворення привабливого рекреаційно-туристичного середовища потрібно в 4 – 6 разів більше часу (залежно від ландшафту), ніж на його деградацію [9].

Як вважає В. С. Преображенський, **стійкістю природного середовища проти рекреаційних навантажень** є здатність протидіяти цим навантаженням до певної межі, за якою відбувається втрата його здатності до самовідновлення.

Запропоновано розрізняти:

загальне навантаження (за весь час функціонування територіально рекреаційної системи);

стадійне навантаження (час від кінця попередньої стадії);

одночасне навантаження в певний момент часу (день, місяць, рік).

Тоді допустиме навантаження протягом моменту часу визначають за такою формулою [9]:

$$N_t = n_t \times T_t, \quad (2.8)$$

де N_t – допустиме навантаження протягом моменту часу;

n_t – одночасне навантаження за одиницю часу на одиницю площі;

T_t – період рекреаційного використання природного комплексу.

За визначеннями Б. Арчера, найбільш привабливою є територія в поєднанні кількох груп чинників, а особливо:

природних (гори – море – ліс плюс сприятлива погода);

культурного середовища (визначні історичні об'єкти та культово-релігійні споруди);

високого рівня сервісу (проживання, обслуговування – великий вибір розваг та додаткових послуг).

На сьогодні виділяють п'ять основних видів рекреаційно-туристської місткості території: психофізіологічну, економічну, екологічну, потенційну, технологічну. У науковій літературі зустрічають також поняття *допустимої* та *оптимальної рекреаційної місткості*.

Технологічну оцінку місткості визначають для кожного сезону окремо за такою формулою [9]:

$$V_i = \frac{N_i \times S_i \times C}{D_i}, \quad (2.9)$$

де V_i – рекреаційна місткість i -ї території, осіб;

N_i – норма рекреаційного навантаження на i -ту територію, осіб/км²;

S_i – площа i -ї рекреаційної території, км²;

C – тривалість рекреаційного періоду, днів;

D_i – середня тривалість перебування туристів на i -й території, днів.

Рекреаційна місткість як оптимальна величина фактично ототожнює та відображає як запаси рекреаційно-туристичних ресурсів, так і ступінь розвитку необхідної матеріально-технічної бази, інфраструктури та транспортного сполучення [9].

Ключові терміни до теми 2: рекреаційний потенціал, рекреаційна місткість, рекреаційне навантаження, рекреаційні норми, туристичні ресурси, природні рекреаційні ресурси, історико-культурні ресурси, кадастр, стійкість природного середовища, природокористування.

Рекомендована література: [9; 13; 14; 16; 17; 19; 22; 23; 27; 28; 41; 68; 70; 77; 81; 86; 87].

3. Рекреаційне районування світу

3.1. Головні підходи та принципи районування, відповідно до вимог рекреації

Туристичне районування території є досить важливим завданням, тому що його вирішення дозволяє з найбільшою ефективністю, не на шкоду іншим економічним галузям, а також за мінімального впливу на природу використовувати певні території для відпочинку людей і розвитку їхньої культури. Розроблення наукових принципів туристичного районування й подальший їхній розвиток дозволяють виявляти нові рекреаційні ресурси та інші передумови для розвитку туризму в ще не освоєних місцях; виділяти та створювати нові туристичні райони різного порядку; правильно визначати їхню туристичну спеціалізацію, переносити досвід розвитку туризму з одних районів в інші з аналогічними умовами; диференційовано ставитися до різноманітних за умовами туристичних районів.

Складність туристичного районування полягає у двох аспектах:

1. Розглядають територію всього світу, тобто дуже різні, несхожі між собою області.

2. Районування має охопити такі місця, де туризму практично немає або він розвинений слабо, але для нього є певні передумови.

До районоутворювальних чинників у міжнародному туризмі належать такі [27]:

1) основні особливості географічного положення, з огляду на потреби туризму (розташування щодо туристичних ринків і регіонів, що приймають, положення щодо нестабільних у політичному плані районів і "гарячих точок" планети, взаємини із сусідніми країнами, а також тими державами, територією яких проходять комунікації, що використовуються основною масою туристів та ін.);

2) характер природи, рівень комфортності кліматичних умов, багатство й різноманітність рекреаційних ресурсів, можливість і зручність їхнього використання;

3) насиченість території природними й культурно-історичними визначними пам'ятками, їхня взаємосполученість і положення щодо основних зон та центрів туризму;

4) ступінь привабливості природних і культурно-історичних визначних пам'яток для основної частини туристів та перспективної клієнтури;

5) рівень доступності району з погляду наявних комунікацій;

6) рівень необхідних витрат у часі для прибуття на цю територію й повернення додому;

7) загальний рівень витрат фінансових коштів туристами для здійснення подорожі;

8) рівень розвитку туристичної інфраструктури (оснащеність території засобами розміщення, транспортом, засобами зв'язку, підприємствами харчування, торгівлі та ін.);

9) рівень сервісу та кваліфікація персоналу, обслуговуючого туристів;

10) місткість території для приймання туристів;

11) стабільність внутрішньополітичної ситуації;

12) рівень безпеки для туристів із погляду криміногенної ситуації;

13) рівень безпеки для туристів із погляду екологічної ситуації;

14) рівень загальноекономічного розвитку, забезпеченість трудовими ресурсами, матеріальними засобами та фінансовими можливостями для створення й подальшого розвитку індустрії туризму та гостинності;

15) територія з погляду її місця на туристичному ринку, тобто обсяг туристських потоків, що відвідують цей район, і передумови для формування таких потоків у майбутньому;

16) структура закордонної туристичної клієнтури, що приїжджає в район;

17) основні особливості туризму в цьому районі (ритми сезонності, тривалість, переважні види туризму, основні цілі відвідування та ін.);

18) ставлення влади й місцевих туристичних органів до проблем туризму;

19) економічна роль туризму для цього району (розмір надходжень до бюджету від туризму, витрати на розвиток туристичної інфраструктури, місце туризму серед інших галузей економіки та взаємозв'язок із цими галузями, вплив туризму на зайнятість місцевого населення, загальний економічний ефект від туризму);

20) перспективи розвитку туризму в цьому районі.

Значення всіх цих чинників у формуванні туристичних районів є неоднаковим. Дія цих чинників виявляється в найрізноманітніших комбінаціях.

Серед природно-географічних рекреаційно-туристичних ресурсів найбільше значення для індустрії туризму й рекреаційної діяльності мають погодно-кліматичні, водні та ландшафтні умови, які доцільно об'єднати у клас **ресурсів першого порядку**. Ця група ресурсів має безпосередній вплив на розвиток рекреаційного процесу. Відповідно, до **ресурсів другого порядку**, що мають опосередкований вплив на рекреаційний процес, можна зарахувати флорофауністичні, геологічні та геоморфолого-орографічні складові частини.

Критерієм об'єднання окремих видів, ресурсів у дві групи є їхній вплив на *масовість, сезонність і потужність туристських потоків*.

Комфортний і сезонно комфортний погодно-кліматичні комплекси у Європі формуються в межах субтропічного поясу, який охоплює більшу частину Південної Європи, за винятком Паданської низовини, півночі Піренейського та Балканського півостровів. У приатлантичній частині цього поясу клімат середземноморський, якому притаманні високі середньомісячні температури літнього сезону (вищі ніж +20 °C), плюсові зимові температури. Улітку тут панує тропічне повітря й антициклонний стан атмосфери зі стійкою ясною сухою погодою.

У межах Азійського континенту комфортні й сезонно комфортні для відпочинку умови формуються в межах субтропічного (узбережжя Малої Азії, захід Леванту, Японські острови без Хоккайдо і Рюкю, східний Китай,

південь Корейського півострова), субекваторіального (півострови Індокитай та Індостан без пустелі Тар, острів Шри-Ланка без південно-західної частини, Філіппінські острови без південної половини острова Мінданао, південний схід Малайського архіпелагу, Південний Китай) клімату.

На території Америки комфортні і сезонно комфортні погодно-кліматичні комплекси належать до субтропічного кліматичного поясу в межах західного й східного узбережжя Північної й Південної Америки, до субекваторіального поясу в межах східних схилів Гвіанського плоскогір'я, більшої частини Бразильського плоскогір'я, до тропічного поясу – Карибський басейн, Центральна Америка.

На Африканському континенті ареали з комфортними й сезонно комфортними умовами для відпочинку сформувалися на середземноморському, південно-східному та південному узбережжях, де переважає субтропічний і тропічний клімат.

На південно-східному та південно-західному узбережжі Австралійського континенту, що лежить у межах субтропіків і тропіків, сформувалися комфортні й сезонні комфортні умови для рекреаційно-туристичної діяльності. Нова Зеландія й Океанія майже повністю розташовано в межах комфортних і сезонно комфортних погодно-кліматичних умовах, що створює передумови для цілорічного функціонування інфраструктурних об'єктів.

Клас субкомфортних погодно-кліматичних комплексів створює добрі й задовільні передумови для організації традиційних видів літнього та зимового відпочинку: слабка циклонічна діяльність, добові коливання температури в межах 5 – 6 °С, швидкість вітру в межах 4 – 6 м/с, температура повітря вища за +27 °С під час літнього відпочинку, нижча за –10 °С або з переходом через 0 °С під час зимового відпочинку, підвищена вологість повітря.

Головними територіями, де сформувалися субкомфортні умови, є більшість регіонів із помірним і тропічним кліматом, особливо у внутрішньоконтинентальних районах.

Дискомфортний погодно-кліматичний комплекс: дуже спекотна та волога, а також морозна погода, сильний вітер (понад 9 м/с), часті опади, тумани, грози, хуртовини й інші небезпечні метеорологічні явища, різка зміна погодних умов протягом доби та інше різко обмежують можливості для організації традиційних видів відпочинку.

На значній частині території, що лежать у межах екваторіального поясу, практично в усіх полярних і субполярних широтах формуються погодно-кліматичні умови, що належать до класу дискомфортних.

Ландшафтні ресурси подвійно впливають на розвиток туризму. З одного боку, ландшафт є середовищем, у якому відбуваються рекреаційно-туристичні процеси, а з іншого – унікальним об'єктом споглядання, тобто перетворюється на привабливий туристичний об'єкт.

Ландшафт як природне оточення рекреаційно-туристичної діяльності формує рівень сприятливості для відпочинку й естетичності відчуттів, які його супроводжують. Перевагу дістають ті країни та регіони, які володіють ландшафтною різноманітністю та поєднанням на обмежених територіях прибережних, гірських, лісових, приозерних, прируслових місцевостей у різних комбінаціях.

До країн із потужними ландшафтними рекреаційно-туристичними ресурсами належить більшість країн Європи: Франція, Італія, Греція, Австрія, Україна, Угорщина. Іспанія, Румунія. Серед інших держав виділяються Мексика, Куба, Таїланд, Південно-Африканська Республіка й багато інших країн. Надзвичайно багатими ландшафтними ресурсами володіють США, Росія, Китай, Австралія, Канада, але через великі площі їх розкидано по території цих держав.

Ландшафти, що перетворюються на об'єкти споглядання, належать до унікальних природних утворень, де на перший план виходить одна з його складових частин. Це каньйони, ліси, карсти, водоспади, провалля, кратери вулканів, гори, окремі скелі чи вершини, коралові споруди.

Винятковість такого природного об'єкта в поєднанні з виваженою маркетинговою політикою здатна перетворити один такий ландшафт на головну туристичну принаду цілої країни. Прикладом може бути каньйон річки Колорадо у США, свого часу його було названо гордістю Америки. Не менш унікальними та привабливими для споглядання ландшафтами є базальтова "бруківка Гігантів" поблизу підніжжя гір Антрим (Ірландія); кратер Н'г'орон'горо в Танзанії, відрізаний від зовнішнього світу практично прямовисними 700-метровими стінами з особливою флорою та фауною; долина Роторуа (Нова Зеландія), або "країна гарячої води" із сотнями гарячих і холодних джерел, знаменитими гейзерами та специфічним запахом від води, насиченої сірководнем; підніжжя згаслого вулкану Памуккале в Туреччині та багато інших.

Головною складовою частиною водних рекреаційно-туристичних ресурсів нині стали морські й океанічні узбережжя з м'яким кліматом, які перетворилися на територіальні рекреаційно-туристичні мегаструктури планетарного масштабу – "узбережжя теплих морів", де сконцентровано до 80 % туристичних потоків світу.

Узбережжя теплих морів охоплюють кілька туристично-рекреаційних районів світового значення: Середземноморський басейн, Карибський басейн, Каліфорнійське узбережжя Північної Америки, південно-східне узбережжя Австралії й Океанію. Швидкими темпами зростає роль узбережжів країн Південно-Східної Азії та Південної Африки й Австралії.

Попит на рекреаційно-туристичні послуги у Європі та Америці привів до освоєння й менш комфортних узбережжів прохолодних морів, які значною мірою задовольняють потреби місцевого населення та дозволяють знімати пікові навантаження з південних регіонів у літній період.

Озера приваблюють туристів і як місця пляжно-купального відпочинку з елементами водного туризму, і як об'єкти споглядання. Прикладом першого напрямку використання озерних ресурсів є Балатон (Угорщина), Озерний округ (Сполучене Королівство – СК), Мазурський приозерний район (Польща), Шацькі озера (Україна) і другого – Байкал (Росія), Тітікака (Перу – Болівія), Іскандеркуль (Таджикистан). Річки стають стрижнями опорного рекреаційно-туристичного каркасу цілих країн та окремих регіонів. Яскравими прикладами є Україна, де Дніпро і його притоки перетворилися на головні "коридори" зростання багатьох обласних рекреаційних систем; Бразилія, де Амазонка стала магістральною віссю туристичного освоєння глибинних районів країни. Міссісіпі та її басейн – один із головних внутрішніх туристично-рекреаційних районів США.

Ліси помірного поясу, насамперед соснові, стають основою для функціонування оздоровчих закладів і місцями масового відпочинку населення. Для більшості європейських країн, особливо для Німеччини, Австрії, скандинавських держав, Польщі, України, Росії, Білорусі ліси є потужним природним ресурсом.

Тропічні й субекваторіальні ліси – джерело надзвичайної біологічної різноманітності у планетарному масштабі. Їхня роль у розвитку туризму стрімко зростає протягом останніх десятиліть: активному розвитку екологічного туризму, який у Бразилії, Індії, Індонезії, Лаосі та інших країнах цих географічних поясів приходить на зміну лісозаготівлі.

Геологічні ресурси широко використовують у рекреаційно-туристичній діяльності. Мінеральні й термальні води, лікувальні грязі, бішофіт із природною основою для розвитку оздоровчо-лікувального туризму, поширений у північно-американських країнах, Австралії, Ізраїлі, ряді європейських країн, зокрема й Україні. Використання бальнеологічних ресурсів передбачає наявність певних традицій і культури їхнього медико-рекреаційного споживання. Відсутність цих складових частин загальної культури відпочинку обумовлює низький рівень використання бальнеологічних ресурсів на Африканському континенті, у багатьох азійських державах, незважаючи на те, що надра цих регіонів містять значні запаси відповідної мінеральної сировини.

Орографічні ресурси, насамперед складчасті споруди, сприяють розвитку окремих напрямів рекреаційно-туристичної діяльності, зокрема наукового й пізнавального туризму. На інтенсивність рекреаційного використання гірських споруд впливає не стільки їхня привабливість чи доступність, скільки рівень освоєності прилеглих територій і близькість до споживчого ринку. Ця закономірність не спрацьовує для екстремальних видів туризму, де відстань та освоєність відходять на другий план.

Суспільно-історичні ресурси мають різну пізнавальну цінність, а тому їх розподіляють на кілька рівнів:

місцевий, національний;

державний і міжнаціональний, або світовий.

Архітектурні споруди як об'єкти споглядання часто переходять у ранг рекреаційно-туристичних ресурсів, головну роль водночас відіграє обсяг семантичної інформації, сконцентрованої в об'єкті, його естетична й науково-пізнавальна цінність. Важливим моментом також є рівень подієвості (кількість і значущість історико-культурних подій, що відбувалися або відбуваються в межах певного регіону (країни) або архітектурного, археологічного чи іншого об'єкта), який дозволяє залучати кілька історико-культурних пластів і перетворювати архітектурні комплекси на вузлові пункти під час організації екскурсій та інших видів рекреаційної діяльності.

На практиці архітектурні споруди з високим рівнем привабливості доволі часто мають подвійне використання. У них розміщують музеї, готелі, ресторани тощо. Здебільшого архітектурні споруди використовують за прямим призначенням, особливо це стосується сакральних споруд.

Археологічні ресурси відносно рідко стають визначальним чинником формування рекреаційних систем. Але знахідки археологів, зібрані

в одному місці, стають привабливими для сотень тисяч туристів. Таку саму силу мають і місця, де було зроблено унікальні археологічні відкриття, які кидають світло на історію людства й цивілізацій: Помпеї в Італії, Єгипет із його Долиною царів у Луксорі та багато інших.

Походження й роль окремих груп суспільно-історичних ресурсів у реалізації рекреаційних потреб наклали свій відбиток на формування окремих функціональних типів рекреаційних систем. Прикладом є *культурно-інформаційна система* – територіально цілісна, антропоцентрична, взаємопов'язана сукупність суспільно-історичних та природно-антропогенних комплексів, функціонування яких спрямовано на задоволення соціальних потреб особистості.

Культурно-інформаційні системи світового рівня утворилися в зонах формування й розвитку давніх цивілізацій, етносів, світових імперій та держав. До них входять цілі країни або окремі регіони: Середземномор'я, де сформувалися дві потужні системи – південноєвропейська, романо-католицька та північноафриканська, арабо-мусульманська; Центральна Америка – мультинаціональна культурно-інформаційна система, яка ґрунтується на використанні історичної спадщини, залишеної інками, ацтеками, майя; Західна Європа – протестантський світ, сформований у культурному полі германського етносу; Східна Європа – слов'яно-православний світ, а також Китай, Індія та інші цивілізаційні масиви. У межах окремих держав, якими б молодими за віком чи незначними за площею вони не були, є передумови для формування національних культурно-інформаційних систем. Головною метою їхнього функціонування є облік суспільно-історичних туристичних ресурсів і координація зусиль із просування відповідного туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринку [28].

3.2. Досвід функціонування світових рекреаційних комплексів

2019 р. кількість міжнародних туристських прибуттів (в'їзних турів) досягла 1,459 млн, із них 744,2 млн припадало на країни Європи (51 %) ¹.

Беручи до уваги, що географічне угруповання країн, прийняте ЮН-ВТО, відрізняється від підходу ООН, доцільно розглянути ці дані в суб-регіонах. Європейський макрорегіон складається із 44 держав-членів, зокрема із 28 країн ЄС, розділених у деяких розрахунках (табл. 3.1) [60].

¹ Дані попередніх років переглянуто, згідно з останніми випусками UNWTO Tourism Highlights, International Tourism Barometer.

Потрібно пам'ятати, що хоча лінгвістично коректний переклад цього терміна – "міжнародні туристські прибуття", насправді дані стосуються лише в'їзного потоку до країни/макрорегіону.

Таблиця 3.1

Міжнародні туристські прибуття (МТП – ІТА), макрорегіон Європи

Макрорегіони	Кількість іноземних відвідувань, млн International Tourist Arrivals (ITA)					% від світового*	% від регіону**
	Роки						
	2015	2016	2017	2018	2019	2015 – 2019	2015 – 2019
Світ	1 195	1 240	1 332	1 407	1 459	100	100
Європа	605,1	619,5	676,6	716,0	744,2	50,7	50,7
Північна Європа	69,8	73,8	81,0	81,0	82,6	5,9	11,5
Західна Європа	181,5	181,6	192,7	200,2	205,2	14,5	28,6
Центральна/ Східна Європа	122,4	127,1	135,0	146,2	152,5	10,3	20,3
Південна/ Середземноморська Європа	231,4	237,1	267,9	288,6	303,9	20,0	39,5
<i>Із них ЄС 28</i>	<i>478,6</i>	<i>500,4</i>	<i>540,5</i>	<i>562,5</i>	<i>578,9</i>	<i>40,1</i>	<i>79,2</i>

* Для макрорегіону Європи вказано частку від світового туристського потоку;

**для регіонів Європи – частка від турпотoku Європи; розрахунок на основі середніх за 2015 – 2019 рр.

Найбільшу кількість в'їздів у Європі було традиційно зареєстровано в Південному та Середземноморському субрегіонах (приблизно 40,8 % 2019 р.), друге місце посідає Західна Європа (27,6 %); Північна Європа на останньому місці (11,1 %), і її частка повільно знижувалася (до 2019 р., так само як і частка Західної Європи), тоді як частка країн Південного/Середземноморського субрегіону поступово зростала (до 40,8 % 2019 р.). На країни ЄС припадало в середньому до 79 % усього в'їзного турпотoku країн Європи (578,9 млн прибуттів 2019 р.), проте внесок країн "ядра" Європи має тенденцію до зниження, як і сам макрорегіон, порівняно зі світовими турпотокami.

Якщо виключити внесок деяких країн Західної та Центральної Азії (згідно з угрупованнями ООН) із показників Європи, структура туристських потоків за макрорегіонами буде ще більше відрізнятися на користь країн Азії й Тихоокеанського басейну (згідно з даними [43]).

Європу не можна розглядати як напрям, який приваблює більше половини всіх іноземних туристів, якщо використовувати загальноприйнятий географічний розподіл країн світу, відповідно до методики ООН (кодифікація М49). Утім, дані ЮНВТО також свідчать на користь Азійсько-Тихоокеанського макрорегіону (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Обсяги в'їзного туризму: міжнародні туристські прибуття, млн

Макрорегіони Роки	Світ	Європа	Америка	Африка	Азія та Тихо- океанський басейн	Близький Схід
2010	952	486,4	150,4	50,4	208,2	56,1
2011	988	519,9	155,7	50,1	221,6	50,3
2012	1 045	540,1	162,6	52,3	237,8	51,8
2013	1 093	565,7	167,6	54,7	254,1	51,0
2014	1 137	575,2	181,9	55,0	269,5	55,4
2015	1 195	605,1	194,1	53,6	284,1	58,1
2016	1 240	619,5	201,3	57,7	306,0	55,6
2017	1 332	676,6	210,8	63,3	323,3	57,6
2018	1 407	716,0	215,9	68,2	346,5	60,3
2019	1 459	744,2	219,2	69,9	360,7	65,1

Роль Азійсько-Тихоокеанського регіону, який зараз посідає перше місце за динамікою позитивного приросту МТП, збільшується, його розглядають як майбутнього суперника Європи та Америки. Частка Близького Сходу та Африки становить приблизно 4,6 % за кожним макрорегіоном. Рейтинг 10 найпривабливіших країн (за кількістю міжнародних туристських прибуттів) зазнав певних змін у 2017 – 2019 рр. (табл. 3.3).

Під час ранжування світових країн-лідерів за обсягами в'їзного туризму доречно враховувати більше, ніж один показник. Під час оцінювання за двома ключовими показниками – прибуттів і надходжень від в'їзного туризму – сім-вісім із десяти країн будуть в обох списках, незважаючи на помітні відмінності у якісних характеристиках туристських потоків: видів туризму, середньої тривалості перебування й особистих витрат. У разі оцінювання надходжень від іноземного туризму зміни не тільки відображають відносну ефективність, але й (значною мірою) коливання обмінного курсу національної валюти щодо долара США.

10 найпривабливіших туристичних країн світу

Міжнародні туристські прибуття, млн відвідувань				Надходження від в'їзного туризму, млрд дол. США			
Країни*	Роки			Країни*	Роки		
	2017	2018	2019		2017	2018	2019
Франція	86,9	89,4	н/д	США	210,7	214,7	214,1
Іспанія	81,9	82,8	83,5	Іспанія	75,3	81,7	79,7
США	77,2	79,7	79,3	Франція	58,9	66	63,8
Китай	60,7	62,9	65,7	Таїланд	52,4	56,4	60,5
Італія	58,3	61,6	64,5	СК	48	50	52,7
Туреччина	37,6	45,8	51,2	Італія	44,2	49,3	49,6
Мексика	39,3	41,3	45,0	Японія	34,1	42,1	46,1
Таїланд	35,6	38,2	39,8	Австралія	41,7	45	45,7
Німеччина	37,5	38,9	39,6	Німеччина	39,9	43	41,6
СК	39,5	38,7	39,4	Макао	35,9	40,7	40,1

* Порядок країн, згідно з рейтингом 2019 р.

Франція продовжує лідирувати в рейтингу міжнародних туристських прибуттів 2019 р. (хоча останні дані за 2019 р. ЮНВТО ще не оприлюднило 2020 р.), але посідає лише третє місце за надходженнями (63,8 млрд дол. США), тоді як США посідає перше місце за обсягами доходу (214,1 млрд дол. США) і третє за кількістю прибуттів (79,3 млн). Іспанія, як і в попередні роки, є другою країною у світі за величиною доходу та першою у Європі (79,7 млрд дол. США), водночас посідаючи друге місце у світі за кількістю іноземних прибуттів (83,5 млн). Китай посідає четверте місце за обсягами в'їзного турпотоку (65,7 млн), проте лише 11-те за надходженнями (35,8 млрд дол. США), тоді як Італія перебуває на п'ятому місці за прибуттями (64,5 млн) і шостому за надходженнями (49,6 млрд дол. США), поступаючись Сполученому Королівству Великої Британії та Північної Ірландії (52,7 млрд дол. США). Німеччина за останні три роки опустилася на щабель униз і 2019 р. посідала восьме місце за туристськими прибуттями та надходженнями.

На початку третього тисячоліття європейським і світовим лідером за кількістю іноземних туристів є **Франція**. Щороку цю країну відвідують близько 80 млн осіб. Франція пропонує різноманітні види рекреаційно-

туристичної діяльності: морський і гірський туризм, оздоровлення й лікування, паломництво, пізнавальний і розважальний туризм. Найпопулярнішими місцями серед туристів стали Євродиснейленд, Французька Рив'єра, або Лазуровий берег, Французькі Альпи, Футуроскоп, пляжі Нормандії, Париж, Ніцца, Лурд, Мон-Сен-Мішель, Сен-Мало.

Окрім Франції, за кількістю іноземних відвідувачів виділяються Іспанія та Італія, які разом приймають до 100 млн туристів щороку.

Головним "постачальником" туристів у Європі та світі є **Німеччина**. У середньому за рік німці здійснюють близько 80 млн туристичних поїздок, переважна більшість яких із метою відпочинку та розваг.

Переважна більшість міжнародних подорожей відбувається у "власному" макрореґіоні мандрівника, приблизно чотири з п'яти світових міжнародних прибуттів походять із того самого регіону. Традиційно джерела міжнародних турпотоків було переважно зосереджено у країнах із розвинутою економікою – Європи, Америки та Азійсько-Тихоокеанського регіону. Проте із підвищенням рівня наявних доходів багато економік, що розвиваються, показали швидке зростання останніми роками, особливо на ринках Азії, Центральної та Східної Європи, Близького Сходу, Південної Африки й Південної Америки. Європа на сьогодні, як і раніше, є найбільшим туристичним ринком у світі, охоплюючи трохи більше за половину міжнародних прибуттів, потім іде Азійсько-Тихоокеанський регіон (24,4 %), Північна й Південна Америка (15,5 %), Африка (4,8 %) і Близький Схід (4,5 %) [87].

Стійкі туристські потоки привели до формування в Європі чітко окреслених рекреаційно-туристичних районів, де спеціалізація на туристичних функціях переважає або є важливою. Для Європи головними є три функціональні типи районів: приморські, гірські та приозерні. Вони різняться між собою переліком послуг, інтенсивністю туристських потоків та рівнем використання ресурсного потенціалу.

Європейське Середземномор'я – головний район приморського туризму не лише на континенті, а й у всьому світі. Франція, Іспанія та Італія домінують у *Західному Середземномор'ї*. Особливо високі щорічні темпи приросту чисельності туристів демонструє **Іспанія**, де практично все узбережжя Середземного моря й острівні території перетворилися на суцільну пляжно-курортну зону.

Головною частиною Західного Середземномор'я **Франції** є Лазуровий берег (Cote d'Azur), або Французька Рив'єра, протяжністю близько

200 км з такими відомими туристичними центрами, як Ніцца, Канни, Сен-Тропе, Сен-Рафаель, Антиб та ін. Продовження цієї смуги в **Італії** – Італійська Рив'єра, або Рив'єра-ді-Поненте (Riviera di Ponente) із центрами в Сан-Ремо, Савонні й багатьма іншими.

Подальший розвиток рекреації й туризму в Західному Середземномор'ї заходить у суперечність з іншими видами господарської діяльності. Середземномор'я – важливий промисловий район Європи й один із головних світових нафтових транспортних коридорів, що ускладнює й без того напружену екологічну ситуацію в регіоні.

У межах *Східного Середземномор'я* високим рівнем розвитку туристичної індустрії, що спеціалізується на відпочинку й розвагах, виділяють **Італію** (східне узбережжя, де панує Венеція), **Мальту**, **Туреччину** та **Грецію**, де головними центрами стали острови в Егейському та Іонічному морях (Крит, Кікладські острови, архіпелаг Додеканіса та ін.).

Величезними потенційними можливостями володіє **Хорватія**. Довжина морського узбережжя цієї країни, де можливий розвиток рекреаційно-туристичної діяльності, разом з острівними територіями становить 6 тис. км.

У Європі склалося ще два приморські рекреаційно-туристичні райони: *Чорноморський* (Румунія, Болгарія, Україна, Росія, Грузія) і *Північно-Балтійський* (Латвія, Польща, Німеччина, Данія, Франція, Велика Британія), які користуються популярністю, головним чином, серед європейців і місцевих мешканців.

На території **Румунії** найбільш привабливою для туристів є південна ділянка чорноморського узбережжя завдовжки понад 700 км, яка стала популярною вже в кінці XIX ст. У 1960-х рр. там було здійснено докорінну модернізацію головних туристичних центрів і засобів розміщення.

Серед районів інтенсивного розвитку гірського туризму у Європі та світі чітко виділяють *Альпійський регіон*. Туристське освоєння Альп розпочалося ще в першій половині XIX ст., і в наш час щорічна кількість відвідувачів альпійських туристичних центрів може досягати 150 – 170 млн. Цьому сприяє зручність географічного положення району та високий рівень розвитку туристичної інфраструктури. Головними країнами, у які спрямовано потоки любителів гірського відпочинку, є Франція, Швейцарія та Австрія.

Стрімко зростає популярність *Карпатського району*. На ринку зимового гірського туризму Польща, Чехія та Словаччина пропонують надзвичайно привабливий за ціною, порівняно із середньоєвропейським, продукт.

Головні райони *озерного туризму* у Європі – Озерний край у Фінляндії, Мекленбурзьке приозер'я в Німеччині, Мазурське приозер'я в Польщі, Шацькі озера в Україні, озеро Балатон в Угорщині, озера Шотландії та Північної Ірландії у СК, озера в Ірландії – використовуються мешканцями сусідніх держав або мають місцеве значення. Винятком є район озера Балатон, який давно перетворився на туристичний напрямок світового рівня.

Американський регіон посідає друге місце за кількістю туристів. Саме тут зароджується найпотужніший у світі туристський потік із США до Мексики, який перевищує 20 млн осіб щороку. Північноамериканський субрегіон виділяє надзвичайно високий рівень розвитку внутрішнього туризму. У США щороку здійснюють близько 1 млрд подорожей. Подорожі та активний відпочинок стали невід'ємним елементом культури американців, що позначилося й на виробництві – індустрія туризму стала найбільшим експортером послуг і галуззю, де зосереджено найбільшу кількість підприємців.

Міжнародний туризм, із метою відпочинку та розваг, в *Азійсько-Тихоокеанському регіоні* – це відносно молоде явище, оскільки індустрія туризму в окремих країнах почала розвиватися у 1980-ті рр. Просторова структура в'їзного туризму в цьому регіоні значною мірою залежить від політики Китаю в галузі міжнародного туризму, а на географію виїзних потоків визначальний вплив має Японія. Стрімко завойовує міжнародний туристичний ринок Таїланд.

Найбільш суттєві зміни у структурі міжнародного туризму відбулися на *Африканському континенті*. Протягом 1980-х рр. частка міжрегіональних туристських потоків в Африці перевищувала внутрішньорегіональні. Ситуація змінилася у 1990-х рр., які пройшли під знаком поступового переважання внутрішніх регіональних подорожей над зовнішніми.

На ринку міжнародного туризму окремі африканські держави посіли чільне місце та пропонують високоякісний туристичний продукт: Єгипет, Туніс і Марокко – пляжно-купальний і пізнавальний туризм; Зімбабве, Танзанія й Кенія – сафарі й екологічний туризм; Південно-Африканська Республіка – пляжно-купальний відпочинок та екологічний туризм. Щодо інших африканських держав, то бідність і відсутність елементарних побутових умов, несприятливий для здоров'я клімат робить ці країни непривабливими з погляду рекреаційно-туристичної діяльності.

Близький і Середній Схід відіграють другорядну роль на ринку міжнародного туризму, із метою відпочинку і розваг. Перспективи його розвитку перебувають у прямій залежності від урегулювання локальних конфліктів, ліквідації наслідків війни та досягнення політичної стабільності в регіоні [28].

У *Європі* позицію лідера за рівнем розвитку лікувально-оздоровчого туризму займає **Чехія** – країна, яка кілька століть спеціалізується саме на цьому виді рекреаційно-туристичної діяльності. Щорічно країну відвідує, із лікувальною метою, близько 2 млн туристів із 70 країн світу. Головним конкурентом Чехії на європейському ринку лікувально-оздоровчих послуг є **Угорщина**, яку називають країною термальних бань, і **Румунія**, на території якої сконцентровано близько 30 % мінеральних вод Європи та діє понад 160 бальнеологічних курортів.

Домінування країн *Центральної та Східної Європи* у наданні лікувально-оздоровчих послуг пояснено кількома чинниками, серед яких:

- 1) багаті бальнеологічні й пелоїдні ресурси;
- 2) давні традиції в організації лікувально-оздоровчого відпочинку;
- 3) сучасні методики, висока якість обслуговування та відносно низькі ціни на послуги, особливо порівняно із західноєвропейськими країнами;
- 4) вигідність географічного положення;
- 5) традиційна присутність на ринку цих послуг туристів із Західної та Східної Європи та країн СНД.

Давні традиції лікувально-оздоровчий туризм має у країнах Західної Європи, де найбільшу кількість відомих курортів, серед яких переважають бальнеологічні та кліматичні, сконцентровано в Німеччині, Швейцарії й Австрії. Більшість курортних центрів у Західній Європі орієнтовано на можливих клієнтів.

Намагаючись утриматися на ринку лікувально-оздоровчого туризму, країни *Західної Європи* диверсифікують послуги, підвищують якість обслуговування, розробляють нові методики й підходи до лікування та оздоровлення. Одним із таких нововведень стало створення фітотерапевтичних курортів в Альпах, де використовують традиції народної медицини, яка широко залучає до процесу оздоровлення цілющі властивості трав.

Провідним лікувально-оздоровчим регіоном є *Північний Кавказ*. Разом із традиційними бальнеологічними та кліматичними курортами, в азійській частині країни створено кліматокумисолікувальні центри.

На *Американському континенті* безперечним лідером на ринку лікувально-оздоровчого туризму є **США**. Тут переважають бальнеологічні та приморські курорти. Значний потік туристів, що мають на меті оздоровлення й лікування, спрямовано до Куби, Барбадосу, Багамських Островів. Інтенсивно розвивається лікувально-оздоровчий туризм у Бразилії й Мексиці.

На *Близькому Сході* головні потоки туристів спрямовано до Мертвого моря (**Ізраїль, Йорданія**) – унікального лікувального регіону світового масштабу, де поєднано термальні мінеральні води, лікувальні грязі й особливі біометеорологічні умови.

У країнах *Південної, Східної та Південно-Східної Азії* через відсутність традицій лікувально-оздоровчий туризм на основі використання бальнеологічних ресурсів розвинено слабо. Натомість цей регіон пропонує лікувально-оздоровчі тури, які ґрунтуються на таких східних традиціях, як: дихальна гімнастика, масаж, голкотерапія, аюрведа та ін. Лідерами в цьому напрямі є **Китай, Таїланд та Індія**.

Австралія та Нова Зеландія мають усі необхідні ресурси для розвитку лікувально-оздоровчого сегмента туристичної галузі, але на заваді стоїть їхня значна віддаленість від головних центрів зародження туристських потоків. Але цінова політика авіаперевізників, винищення акул поблизу узбережжя цих країн, висока якість лікувально-оздоровчих послуг роблять регіон популярним місцем оздоровлення серед європейців, японців та американців, особливо, коли в Північній півкулі розпочинається зимовий період.

Розвивається лікувально-оздоровчий туризм в окремих країнах *Африки*. Тут швидкими темпами зростає популярність курортів **Тунісу, Марокко, Єгипту** (уповільнення розвитку туристичної галузі у країнах Північної Африки сталося через низку громадських заворушень у 2010 – 2011 рр., у Єгипті після відносно спокійного 2012 р. зменшилися майже до нуля туристські потоки 2013 р.), **Кенії, ПАР**. Для більшості ж держав континенту з їхньою соціально-економічною відсталістю, несприятливістю природних умов і високим рівнем захворюваності на СНІД, гепатит та інші небезпечні хвороби цей напрям розвитку поки що неможливий [13].

Останніми роками курорти вдало переорієнтували з обслуговування традиційних груп споживачів – людей похилого віку – на інші вікові категорії шляхом упровадження широкого спектра дозвілєво-розважальних (анімаційних) програм, що пропагують здоровий спосіб життя.

За місцем курортної галузі в господарському комплексі та справі охорони здоров'я у світовій практиці виділяють кілька основних моделей:

1) використання курортної галузі здебільшого для потреб національної системи охорони здоров'я з переважною орієнтацією на реабілітаційну діяльність (Німеччина, Росія, Білорусь, Україна, Чехія та ін.);

2) орієнтацію на іноземних туристів реалізовано переважно через розвиток приморських курортів, що мають здебільшого профілактичну спрямованість і забезпечують значні валютні надходження (Туреччина, Кіпр, Туніс, Болгарія, Хорватія та ін.);

3) поєднання профілактичної діяльності приморських кліматичних курортів і реабілітаційної діяльності бальнеологічних курортів (Франція, США, Японія, Італія та ін.).

Корінна відмінність курортів *Західної та Центральної Європи* в підходах до організації процесу лікування: на курортах західного зразка немає чітко лімітованих рекреаційних циклів, туристи на власний розсуд вибирають час лікувальних процедур і не зобов'язані дотримуватися порад лікаря [8].

Розвиток **СПА-індустрії** у Європі ґрунтується на багатовіковому інтересі до мінеральних джерел, що відрізняються від звичайних виглядом, смаком і температурою води. Ці "чудотворні" джерела використовувалися головним чином, римлянами, під час їхніх військових походів на території нинішньої Франції та інших країн Європи (сучасна Німеччина, Хорватія, Угорщина та ін.).

Відповідно до європейських традицій, у минулому, особливо в першій половині XIX ст., СПА-індустрія розвивалася у взаємній залежності з розвитком суспільства та державних структур окремих країн. Головною основою СПА-індустрії є використання природних ресурсів і багатств (зокрема сприятливих кліматичних умов), а також застосування медичних методик та комплексний підхід до терапевтичних програм.

Сьогодні відвідування СПА-установ, оздоровчий туризм, велнес, програми краси та фітнесу, регенераційні, відновлювальні й релаксаційні програми – це продукти та пакети туристичних послуг, що динамічно розвиваються, які в поєднанні з комплексним обслуговуванням, що охоплює проживання, харчування, розваги, спорт та багато інших, відповідають найбільш складним вимогам та побажанням як індивідуальних туристів, так і туристичних агентств та туроператорів.

СПА-туризм у Європі останнім часом проходить період відродження, у найближчому майбутньому можна чекати на ще активніше зростання як результат об'єднання Європи та розширення чисельності держав у Європейському Союзі. Це означає не тільки більш високий рівень життя й турботу про здоров'я в Центральній і Східній Європі, але й підготовку партнерських угод у межах взаємного європейського співробітництва у сферах соціального забезпечення та охорони здоров'я: наприклад, потенційне розширення медичного страхування на страхові випадки під час перебування за кордоном.

Із погляду потенціалу СПА-продукції у Європі розміщено не менше ніж тисяча СПА-установ майже у всіх країнах (за винятком Скандинавії й деяких балтійських держав, до них входять усі країни континентальної Європи й Середземномор'я), що пропонують умови та програми з орієнтацією на різні цілі, терміни й типи терапії. Крім класичних і традиційно європейських терапевтичних процедур, у курортних центрах Європи впроваджують нові, альтернативні й сучасні тренди, включно з індійським, китайським та іншими східними методами лікування, повертається використання природних засобів (лікування за Кнейппом). До інфраструктури СПА-установ усе частіше входять сучасно обладнані аквапарки, косметичні центри та інші подібні об'єкти.

Залежно від різних типів відвідувачів курортів: гостей, які просто шукають відпочинку, і клієнтів із серйозними захворюваннями, – додано всі режими профілактики (первинну, вторинну та третинну профілактики), реабілітаційні програми, лікування хронічних захворювань. Курорти приваблюють відвідувачів різного віку, самотніх і сім'ї з дітьми; нещодавно курорти стали популярним місцем для організації та проведення конгресів і конференцій. Крім тривалих лікувальних програм із чітко встановленим графіком, можливі й короткі відвідування курорту, терміном усього на кілька днів. Саме здорові гості можуть вибирати між готелями й пансіонатами різних цінових категорій, розміщених на території курорту. Що стосується медичних лікувальних установ, відвідувачі можуть скористатися амбулаторними відділеннями, у центрі міста або околицях, стаціонарне лікування здійснюють повністю або частково в медичних центрах, або у разі гострого захворювання в обладнаних клініках.

Лікувальні ресурси, згідно з європейською класифікацією:

1. *Джерела з лікувальною водою для терапевтичного використання* в багатьох випадках є головним чинником за офіційного затвердження

цього курорту лікувально-профілактичним закладом національного значення. Важливі обидва способи використання вод: внутрішнє, тобто для пиття й інгаляції, і зовнішнє використання, наприклад, у ваннах або для "активної терапії" (фізіотерапії). Фізіотерапевтичне лікування зазвичай відкрите для громадськості й має відповідати законодавчим вимогам цієї країни.

2. *Лікувальні гази.* У водах джерел часто наявні домішки газів, що використовують для лікування. Наприклад, радон (Rn), сірководень (H₂S), вуглекислий газ (CO₂) часто застосовують у лікуванні. Визнання цього природного ресурсу лікувальним залежить від законодавства конкретної країни.

3. *СПА, санаторії та лікувально-оздоровчі центри у приморських зонах.* На морських курортах зазвичай застосовують таласотерапію, методи лікування незмінно пов'язані з морем. Терапевтичні програми прямо залежать від морського клімату та його впливів (умісту солі, можливості купання в морі). Однією з характеристик таласотерапевтичних центрів є конкретна відстань від морського узбережжя (не більше ніж 600 – 800 м – це загальновизнаний європейський стандарт). Окремі компоненти морських умов (водорості, мул) також використовують у таласотерапії. Оскільки ці речовини добре зберігаються, їх можна застосовувати й у віддалених від моря санаторіях.

4. *Пелоїди в лікувально-оздоровчих закладах.* Ці природні лікувальні ресурси в певних курортних зонах широко використовують у терапії. Більшість країн ЄС дотримується схожого визначення пелоїдів, мулистих і глинистих лікувальних грязей, що виникли за геологічних і/або біологічних процесів у природному середовищі та які застосовують у терапії для компресів, обгортань, ванн і т. ін. Залежно від їхнього складу та співвідношення органічних і мінеральних компонентів, можна досягнути різних фізіологічних ефектів, наприклад, шляхом термічного, механічного або хімічного впливу.

5. *Біоклімато- та кліматотерапія.* Відповідний біоклімат є невіддільною частиною лікувально-оздоровчих методів, застосовуваних у санаторіях і на курортах. Чистота повітря й оптимальний вплив кліматопогодних чинників є основою кліматотерапевтичних методів лікування в оздоровчих установах. Кліматолікування засновано на використанні кліматичних чинників конкретної місцевості, належить до природних лікувальних ресурсів

(концепція "стимул – реакція") і є чинником, що визначає лікувально-оздоровчий статус установи. Деякі члени Європейської асоціації курортів вважають кліматологічні курорти окремим типом лікувально-оздоровчого закладу.

6. *Терапія за Кнейппом.* Систему оздоровчих заходів, згідно із Кнейппом у комбінації з методами Вінцента Прісніца, часто використовують у СПА-установах і санаторіях, проте зазвичай застосовують лише деякі складові частини системи. У разі використання детально розробленої й комплексної методики Кнейппа лікувальному центру може бути присвоєно індивідуальну типову характеристику.

Протягом останніх років жителі Європи приділяють усе більше уваги своєму здоров'ю. Через демографічні зміни та збільшення середньої тривалості життя виникають нові вимоги до систем охорони здоров'я. Ці умови ведуть до зростання попиту на медичні послуги високої якості. Лікувально-оздоровчі курорти та СПА-установи відіграють важливу роль у цьому процесі. Саме вони ефективно поєднують системи медичного обслуговування, профілактики та медичної реабілітації.

Європейська асоціація курортів (ESPA) налічує 40 членських об'єднань із 22 держав Європи, загальна кількість оздоровчих СПА-установ і курортів перевищує 1 200. Крім пропозиції лікувальних послуг, ці центри часто є важливою складовою частиною регіональної економіки та великим роботодавцем у регіонах із менш розвиненими виробничо-технічними умовами.

ESPA бере участь і в тих видах діяльності, які не входять до сфери безпосередніх інтересів її членів, – це, наприклад, підвищення загального рівня послуг у СПА-індустрії й гарантія якості СПА-установ та лікувально-оздоровчих центрів. ESPA зосереджує увагу на спрощенні формальностей, ясності та чіткості пропозицій під час спілкування із клієнтами, поліпшуючи цим відносини зі споживачем, а також розвиває системи обміну інформацією для взаємного передавання знань і досвіду.

Головною метою асоціації є захист інтересів організацій-учасників. Основні економічні умови все частіше формують на загальноєвропейському рівні. Протягом останніх декількох років ESPA помітно підвищила свою позицію у Брюсселі. Асоціація підтримує серйозні контакти з Європарламентом і Європейською комісією та показала себе компетентним партнером.

Учасники ESPA можуть діставати всі вигоди від ефективної роботи в цій сфері. Будучи частиною мережі асоціації, вони не тільки мають можливість поліпшувати свою діяльність, оновлювати методики, підвищувати ефективність шляхом синергетичного зв'язку та освоювати нові комерційні перспективи, але також мають доступ до інформації, необхідної для їхньої діяльності [72].

Першість серед європейських країн у розвитку та значенні бальнеологічних курортів медичного й оздоровчого туризму належить Німеччині, Румунії, Чехії, Угорщині, Австрії.

Німеччина. У країні розміщено понад 300 санаторіїв і СПА-установ, близько 50 бальнеологічних курортів, найбільш відомими курортами є Баден-Баден, Бад-Фюссинг, Вісбаден, Бад-Лібенштайн, Бад-Кройцнах, Бад-Наугайм, Бад-Лаузик, Бад-Емс, Бад-Брамбах, Бад-Вільдунген, Бад-Дюркгайм та ін. з унікальним поєднанням багатовікової культури СПА й чудовою красою сільської місцевості, приємним соціально-культурним середовищем. Значну їхню кількість орієнтовано на комплексне використання елементів природного середовища – джерел мінеральних вод, родовищ лікувальних грязей, клімату. Так, до бальнеокліматичних курортів належать Вісбаден, Бад-Брамбах, Бад-Зудероде, Бад-Лібенштайн, Бад-Райхенгалль та ін.

Ще римляни, добре знайомі із чудотворним впливом термальних ванн, заохочували розвиток оздоровчих центрів на території нинішньої Німеччини. Протягом XVIII і XIX ст. курорти перетворилися на фешенебельні центри світського життя, де представники аристократичних і заможних прошарків могли насолоджуватися заспокійливими лікувальними впливами клімату та моря. Всесвітньо відома система фізіотерапії Себастьяна Кнейппа приваблювала до Німеччини тисячі людей з усіх куточків світу. Національні курорти уособлюють високий стандарт якості, зокрема й щодо традиційних СПА-процедур і професійного терапевтичного спостереження. Кожна пора року має свою неповторну чарівність і заохочує до занять різними видами спорту, підтримуваним наявністю необхідної інфраструктури.

Щороку на німецьких курортах оздоровлюються близько 1 млн осіб. Найстаріший курорт країни *Бад-Кіссинген* із його цілющими мінеральними джерелами дозволяє лікувати серцево-судинні захворювання, порушення кровообігу та обміну речовин, діабет, хвороби опорно-рухового

апарату. Уславлений і престижний курорт *Баден-Баден*, завдяки гарячим хлоридно-натрієвим мінеральним водам, рекомендовано для загального очищення організму, лікування ревматизму, хвороб опорно-рухового апарату, периферійної нервової системи, а також деяких захворювань шлунково-кишкового тракту й органів дихання. Джерельну воду використовують для пиття, інгаляцій, купання, різноманітних водних процедур. Джерела найгарячішої (75 – 78 °C) у Західній Європі мінеральної води є лікувальною базою курорту *Аахен* (Швертбад). Її цілющі властивості використовуються, зокрема, найсучаснішою у Європі ортопедичною клінікою. 36 клінік Аахенського університету спеціалізуються в усіх напрямках медицини: кардіології, пульмонології, гастроентерології, онкології, гінекології тощо. Сучасним курортом є *Бад-Фюссінг* у Баварії, де навколо трьох гарячих джерел зосереджено понад 30 санаторіїв і готелів. Вони спеціалізуються на лікуванні захворювань суглобів і м'язів, серцево-судинної системи, посттравматичних і постопераційних паралічів, наслідків поліомієліту, гінекологічних захворювань.

Німеччина має досить вигідне приморське положення, хоча й виходить до холодних морів – Північного та Балтійського. Північноморські курорти – *Вестерланд, Кампен, Ліст, Вік, Нордернай, Хйорнум, Норддорф, Вангероге* – мають здебільшого острівне розташування й зосереджені на Північно- та Східнофризьких островах. Розширення портового господарства Гамбурга, Бремергафена, Вільгельмсгафена, Емдена обмежує розвиток курортів на континентальному узбережжі країни.

Більш потужний курортний район країни – приморська смуга вздовж Балтійського моря. Невелика його глибина в цих місцях сприяє розвитку сімейного відпочинку. Загалом на Балтиці функціонує понад 1 000 санаторіїв, будинків відпочинку і туристичних баз. Найвідоміші з них – *Шарбойц, Граль-Мюриц, Хайлігендам*. Численні морські курорти розміщено островах Рюген (*Ломе, Бінци, Зеллін, Бабе, Тіссов*) та Узедом (*Герінсдорф*) [8; 39; 72].

Баден, Бад-Шаллербах, Бад-Галль, Бад-Ішль, Бад-ґаштайн, Бад-Фьослау, Зауербрунн належать до найвідоміших бальнеологічних курортів **Австрії**, які приймають 20 % усіх туристів. Ще з часів римських завоювань відомий курорт *Баден*, що мав назву Акве (його розташовано поблизу Відня). Сьогодні це затишний курорт у римському стилі, відкритий цілий рік, розташований у старому басейні бідермейєрівського періоду.

Імперське курортне місто Баден славиться своїми цілющими сірчистими мінеральними джерелами далеко за межами країни. Із природною температурою до 36 °С, лікувальна вода є основою для численних процедур у галузі профілактики та лікування, оздоровлення та просто відпочинку. Використання слабомінералізованих сульфідних мінеральних вод дозволяє лікувати захворювання серцево-судинної, периферійної нервової системи та опорно-рухового апарату. *Бад-Гаштайн* – це найбільш відомий у світі із сучасних австрійських курортів. Його розміщено в землі Зальцбург і функціонує переважно шляхом використання радонових мінеральних вод, якими лікують захворювання опорно-рухового апарату й ендокринної системи [3; 18; 29].

У **Румунії** розміщено близько однієї третини всіх європейських мінеральних джерел. Їхні води використовують у лікуванні та для пиття. Курорти Румунії розташовано у всіх куточках країни, це справжні "джерела здоров'я", де, крім інших рекреаційних ресурсів, наявні мінеральні й термальні води, лікувальні грязі та терапевтичні мофети (газові випаровування). У країні функціонує понад 160 бальнеологічних курортів. Найстаріший із них, *Беїле-Геркулане*, розташовано посеред парку з рідкісними породами дерев в оточенні мальовничих вершин Південних Карпат. Основний лікувальний чинник – термальні (38 – 60 °С) сульфідні та хлорно-натрієві, подекуди радонові мінеральні води. Курорт спеціалізується на лікуванні захворювань серцево-судинної системи, порушенні обміну речовин, реабілітації після травм. Мінеральні джерела й цілюще повітря Карпат, а подекуди ще й грязьові родовища, є лікувальною базою багатьох курортів, зокрема *Прайд*, *Синая*, *Сленіг-Молдова*. Туристів приваблюють сприятливий клімат, незаймана природа, озера з лікувальними грязями.

Розвинену інфраструктуру адаптовано для потреб лікувально-оздоровчих комплексів (готелі й пансіони; терапевтичні центри, оснащені сучасною медичною технікою), наявні традиційні методи лікування, а також широкий асортимент натуральних продуктів. Румунські курорти розташовано переважно на низовинному рельєфі, і їхні дрібно-піщані, із домішкою черепашок, пляжі не перевищують 50 – 250 м завширшки і 10 км завдовжки. Найвідомішими приморськими бальнеологічними курортами є Манґалія та Ейфорія [8; 39; 73].

Чеська Республіка. Традиції чеських курортів є невід'ємною частиною європейської культурної спадщини, а завдяки високій якості природних цілющих джерел країна мала виняткову репутацію у Європі. Найбільш

популярні чеські курорти – це Карлові Вари, Маріанські Лазні, Подебради, Франтішкові Лазні, Яхімов, Тепліце.

Курорти сучасної Чехії щороку відвідує близько 2 млн осіб більше ніж із 70 країн світу. Понад 600 років функціонує найвідоміший чеський курорт *Карлові Вари*, мінеральні води якого відрізняються за хімічним складом, температурою та властивостями, їх застосовують за найширшого спектра захворювань: порушення обміну речовин, ожиріння, остеохондрозу, цукрового діабету, гастриту, виразки. Щороку в Карлових Варах лікують понад 50 тис. осіб, а близько 2 млн осіб відвідують курорт як екскурсанти. Із понад 40 чеських курортів слід відзначити бальнеологічні (*Константинові Лазні, Лазне-Белоград, Лазне-Дарков*), грязьові та бальнеогрязьові (*Лазне-Лібверда, Франтішкові Лазні*), бальнеокліматичні (*Яхімов* – перший радоновий курорт).

Застосування найсучасніших лікувальних і реабілітаційних методів у поєднанні із традиційним використанням природних мінеральних вод, грязей, природного газу, клімат та транспортна доступність робить Чеську Республіку європейською наддержавою у сфері санаторно-курортного лікування та оздоровлення [8; 39; 72].

Угорщину вважають "королівством термальних вод". Історичні традиції санаторно-курортної справи в Угорщині розвивалися під впливом багатьох культур. Головним доказом цього є багатство архітектури. У рекреаційних будівлях зустрічають елементи романської, грецької, турецької та північноєвропейської архітектури.

Особливості географічного положення країни є такими, що великі мінеральні джерела з високою якістю води поширено на більш ніж 80 % її території. За словами середньовічного мандрівника з Туреччини, Евлії Челебі, "у цих краях досить увіткнути в землю палицю – і заб'є джерело".

Традиція водолікування є в Будапешті вже майже дві тисячі років. Порівняно з іншими столицями, Будапешт володіє одним із найбагатших запасів мінеральної води. На території міста розташовано 123 термальних джерела. Щодня використовують близько двох мільйонів повних ванн термальної води.

В Угорщині розміщено близько 1 500 термальних джерел, половину яких використовують для купання, і приблизно 450 діючих водолікувальних купалень. Останнім часом багато власників курортних установ модернізують обладнання та розширюють асортимент послуг. Понад 50 громадських купалень визнано водолікарнями. Вони пропонують основні

послуги, пов'язані з оздоровчими гідропроцедурами, зокрема бальнеотерапію та фізіотерапевтичні процедури.

В Угорщині нараховують велику кількість свердловин із термальною водою, джерел лікувальної питної води, джерел мінеральної води, лікувальних печер, родовищ лікувальних грязей, однак більшість курортів країни сконцентровано навколо озера *Балатон*. Вони функціонують на основі термальних джерел, балатонських води та мулу; особливого мікроклімату передгір'я. Із кінця XVIII ст. використовують слабомінералізовані сульфатно-гідрокарбонатно-кальцієво-магнієві води джерел *Балато-фюреда*, який став уславленим курортом зі спеціалізацією на серцево-судинних захворюваннях. Неподалік від Балатону в передгір'ї розміщено один із найпопулярніших бальнеогрязевих курортів *Гевіз*. Термальні мінеральні води та сульфідні грязі місцевого озера ефективні під час лікування опорно-рухового апарату, периферійної нервової системи. Озеро придатне для цілорічного купання. Крім того, в Угорщині функціонує багато інших курортів (*Печ, Мішкольц, Парад*). Загалом 84 населені пункти Угорщини мають офіційно затверджені джерела мінеральної води. Безліч курортних споруд і будівель має історичну цінність і є пам'ятками архітектури [8; 39; 72].

У **Польщі** розміщено понад 40 лікувально-профілактичних санаторіїв, ще близько 70 мають відповідні умови для розвитку спектра терапевтичних послуг у майбутньому. Незважаючи на невелику кількість курортів, у них зосереджено величезні природні багатства. Польські курорти розташовані в найкрасивіших областях країни, мають широкий вибір можливостей для спорту та відпочинку. Оздоровчі центри пропонують високий стандарт процедур.

Більшу частину бальнеологічних курортів, яких налічують понад 30, територіально сконцентровано в Судетах і Карпатах, де в комплексі з іншими природними чинниками, з оздоровчою метою, використовують цілюще гірське повітря. Серед них – *Івонич-Здруй, Льондек-Здруй, Щавно-Здруй, Кудова-Здруй, Длугополе-Здруй* та ін. Загалом для польських курортів характерно комплексне використання всіх сприятливих чинників навколишнього середовища. Найбільш відомими бальнеогрязекліматичними курортами є *Іновроцлав, Камень-Поморські, Рабка, Риманув, Цехоцинек, Чернява-Здруй, Свєрадув-Здруй, Колобжег*, а також *Криниця-Здруй*, що одночасно належить до найбільших центрів відпочинку та зимового спорту.

Близько 200 років тому на схилах Бескидів було відкрито джерела гідрокарбонатної кальцієво-магнієвої, вуглекислої гідрокарбонатної кальцієво-магнієвої та гідрокарбонатної натрієво-кальцієвої мінеральних вод. Крім того, важливими лікувальними чинниками є торфові грязі та м'який клімат, що забезпечують ефективне лікування захворювань органів травлення, дихання, сечостатевої системи, серцево-судинної системи, порушення обміну речовин. Відомими грязьовими курортами Польщі є *Бусько-Здруй*, *Венець* і *Горинець-Здруй*.

Узбережжя Балтійського моря також є важливим рекреаційним ресурсом для Польщі. Польські приморські курорти поєднують кліматолікування з бальнео- та грязелікуванням. Таке комплексне надання послуг практикують на курортах *Сопот*, *Меджи-Здруй*, *Свіноуйсьце*, *Камень-Поморські*, *Колобжег*, *Устка*. Сопот, як відомо, – місце проведення численних музичних фестивалів [8; 39; 73].

У **Швейцарії** (Швейцарських Альпах) розташовано всесвітньо відомі *Баден*, *Санкт-Мориц*, *Бад-Рогац*, *Брид-ле-Бен*, *Шинцнах*. Один із найстаріших європейських бальнеологічних і гірськокліматичних курортів, *Санкт-Мориц*, лежить на висоті 1 856 м на березі однойменного озера. Ще з епохи бронзи цілющі властивості місцевих залізистих мінеральних вод використовують для лікування захворювань опорно-рухового апарату та системи травлення. Останнім часом австрійські та швейцарські курорти широко практикують, з оздоровчою метою, фітотерапію альпійськими лікарськими травами. Найвідомішим фітотерапевтичним центром країни є *Кран-Монтане*. На курорті успішно лікують дерматози, порушення обміну речовин, діабет, захворювання суглобів, розлади нервової системи [8; 39; 72].

Відомі бальнеологічні курорти **Словенії** – *Терме-Чатеж*, *Роґашка-Слатіна*, *Добрна*, *Доленське-Топліце*, *Моравське-Топліце*, *Шмарешке-Топліце*, *Раденці*. Найпопулярнішим серед них є *Терме-Чатеж*, відомий із кінця XVIII ст. Тут використовують термальні мінеральні води, придатні для лікування ревматичних захворювань, дегенеративного та позасуглобного ревматизму, захворювань опорно-рухового апарату, неврологічних хвороб, а також із реабілітаційною метою після онкологічних операцій. Унікальність курорту *Роґашка* визначено тим, що тут використовують мінеральну воду, якій за вмістом магнію і бактеріологічною чистотою немає аналогів у Європі. На курорті лікують хвороби шлунково-кишкового тракту, порушення обміну речовин, ожиріння. Бальнеокліматичний курорт *Добрна*

використовує термальні кальцієво-магнієво-гідрокарбонатні мінеральні води й торфові лікувальні грязі. Перша згадка про місцеве мінеральне джерело належить до 1147 р. Курорт спеціалізується на гінекологічних, урологічних, онкологічних, неврологічних захворюваннях, а також хворобах системи кровообігу [8; 39; 72].

Не менш відомою своїми бальнеологічними ресурсами (близько 500 мінеральних джерел) є **Болгарія**. Саме на території цієї країни розміщено найгарячіше джерело мінеральної води у Європі – *Сапарева Баня* (91,5 °C). Більшість бальнеологічних курортів Болгарії зосереджено в гірських масивах *Стара Планина*, *Родопи* та *Пирин* на півдні та заході країни. Курорт *Велінград* розміщено в мальовничій Чесапікській котловині в Західних Родопах, де використовують, із лікувальною метою, воду 72 термальних джерел (азотні, натрієві, фтористі, мінеральні води, різні за аніонним складом, мірою мінералізації та вмістом мікроелементів). Першу купальню в районі нинішнього курорту було збудовано ще 1640 р. Нині це один із найбільших у країні лікувальних центрів, що спеціалізуються на захворюваннях опорно-рухового апарату, периферійної нервової системи, нирок, шлунку та кишківника, серцево-судинної системи, гінекологічних хвороб.

Великою популярністю в Болгарії користується курорт *Кюстендил*, що функціонує на основі використання азотно-гідрокарбонатно-сульфатно-натрієвих мінеральних вод для лікування захворювань спинного мозку, серцево-судинної системи, порушень обміну речовин тощо. Варто зазначити такі болгарські **бальнеологічні** курорти, як *Меричлері*, *Овча Купель*, *Сливенські*, *Старозагорські* та *Хасковські Мінеральні Бані*, *Хісаря*; **бальнеогрязьові** – *Баня*, *Бургаські Мінеральні Бані*; **бальнеокліматичні** – *Банкя*, *Берковиц*, *Виршец*, *Горна Баня*, *Нереченські Бані*, *Стрелча*, *Тузла*, *Шабла*.

Перлинами болгарського чорноморського узбережжя є Златні Пляси (північний курортний район) та *Слинчев Бряг* (південний курортний район) із широкими піщаними пляжами та розвиненою інфраструктурою. Окремі курортні заклади цих районів надають послуги з бальнеолікування. Популярними серед європейців є болгарські курорти *Балчик*, *Албена*, *Дружба*, *Обзор*, *Несебир*, *Поморіє* (кліматогрязьовий), *Созопол*, *Приморско*, *Мічурін*, *Ахшопол* та ін. [8; 39; 72].

У **Сербії** функціонує 53 курорти. Багато термомінеральних, мінеральних (зокрема радіоактивних) джерел і родовищ лікувальних грязей

у поєднанні зі сприятливими кліматичними умовами та відносною дешевизною лікування приваблюють курортників із-за кордону, зокрема з України. Серед найвідоміших сербських курортів – *Вранська-Баня* (опорно-рухова й сечостатева система, органи дихання та травлення, діабет), *Соко-Баня* – нервова система, опорно-руховий апарат, дихальні шляхи), *Пішка-Баня* (серцево-судинна й нервова система, дихальні шляхи, гінекологія), *Баня-Ковиляча* (серцево-судинна й нервова система, опорно-руховий апарат), *Златибор* (серцево-судинна, нервова та ендокринна система). Популярними курортами є також *Русанда*, *Буковтка-Баня*, *Матарушка-Баня*, *Врнячка-Баня*, *Брестовачка-Баня* [8; 39; 72].

У **Франції** світової слави зажив бальнеологічний курорт *Віші*, який розміщено в Центральному масиві. Тут використовують 12 субтермальних і термальних джерел радонової вуглекислої гідрокарбонатно-натрієвої води для пиття, ванн, інгаляцій, зрошень. Ці процедури забезпечують лікування захворювань печінки, жовчних шляхів, кишківника, нирок, ендокринної системи.

На південний захід від Віші розміщено ще один популярний бальнеокурорт – *Ла-Бурбуль*, мінеральні води якого мають найбільший уміст миш'яку серед європейських джерел. На курорті ефективно лікують порушення обміну речовин, анемію, бронхіальну астму, захворювання шкіри. Серед інших бальнеологічних курортів Франції – *Евіан-ле-Бен*, *Бурбон-Лансі*, *Мон-Дор*, *Віттель*, *Контрексевіль*, *Мондорф-ле-Бен*, *Морсбон-ле-Бен*, *Пломб'єр-ле-Бен*, *Екс-ан-Прованс*, *Котре*, *Баньєр-де-Біґор*, *Екс-ле-Бен*, *Дакс*.

Перевага Франції як країни з розвиненою туристичною інфраструктурою полягає в тому, що її омивають води одночасно Середземного та Північного морів і Біскайської затоки. Найважливіший курортний район країни – *Лазуровий берег*, який налічує 25 курортів. Він є частиною Лігурійської Рив'єри, що займає територію від кордону з Італією до затоки Фрежус. Приморським Альпам завдячують своїми унікальними кліматичними умовами такі всесвітньо відомі курорти: *Ментона*, *Ніцца*, *Канни*, *Антиб*. Своєрідне продовження Рив'єри – нові курорти *Ланґедок-Руссильона*: *Ла-Гранд-Мотт*, *Льокат-Баркарес*, *Вальрас-Плаж*, *Агд*, *Сент-Сипрієн*, *Сен-Рафаель*, *Сен-Тропе* [8; 39; 73].

На Лазуровому березі розташовано карликову державу **Монако**, що одночасно є містом-курортом. Так, зокрема, у Монте-Карло 300 сонячних

днів на рік, що створює максимально сприятливі умови для таласотерапії [8; 39; 72].

Комфортні кліматичні умови **о. Корсика** перетворили його на місце відпочинку представників світової політичної й культурної еліти, однак формування на острові курортного господарства стримано політичними чинниками.

250-кілометрове узбережжя Біскайської затоки між Жирондою та іспанським кордоном дістало назву **Срібного берега**. Це другий за значенням приморський курортний район Франції. Тут розміщено такі курорти, як *Сен-Жан-де-Люз, Біарицц, Аркашон, Сулак-сюр-Мер, Сен-Поль-сюр-Мер, Шатолайн, Монтаніве-сюр-Мер, Лакано-Осеан, Мімізан-Плаж, Конті-Плаж, Оссеґор, Сибур* та ін. Найсприятливіші кліматичні умови в цьому районі формуються в серпні – вересні.

На північному узбережжі Франції (протоки Ла-Манш і Па-де-Кале) також функціонують численні курорти, серед яких найбільш відомими є *Гранвіль, Кутенвіль, Сен-Ва-ла-Уґ, Барфлер, Довіль-сюр-Мер, Дьєп, Берк, Ле-Трепор* [8; 39; 72].

Понад дві тисячі років налічує історія окремих бальнеологічних і бальнеогрязьових курортів **Італії**. За деякими даними, у країні функціонує близько 140 курортів і курортних місцевостей. Серед найвідоміших можна назвати: *Абано-Терме* на Венеціанській низовині; *Борміо, Левіко, Ронченко, Сирміоне* в Альпах; *Монтекатіні-Терме, Сальсомаджоре-Терме* в Апеннінських горах; *Аньяно-Терме, Кастелламаре-ді-Стабія* поблизу Неаполя. *Абано-Терме* є одним із найбільших курортів Західної Європи. Тут функціонує понад 70 готелів і пансіонатів із лікуванням. Термальні радонові, хлоридні, натрієві, йодобромні мінеральні води та грязьові родовища дозволяють лікувати захворювання опорно-рухового апарату, а також гінекологічні, хвороби дихальних шляхів, периферійної нервової системи.

На курортах Італії найбільш сприятливі погодні умови встановлюються із квітня до жовтня, однак у серпні за своєю кліматичною комфортністю цей регіон дещо поступається, наприклад, Ялті, Євпаторії, Одесі, курортам північної частини Хорватії.

Загалом приморські курорти Італії можна об'єднати у три курортні райони. Так, курорти Адріатичного моря розміщено переважно між Анконою та Трієстом. Найвідоміші з них – *Риччоне, Червія, Градо, Рюміні, Пезаро*. Центром іншого розвиненого курортного району є Неаполітанська

затока (курорти *Сорренто й Касамічола-Терме*) з островами-курортами Капрі та Іск'я. Цей район охоплює частину узбережжя Тирренського моря, що простягається в напрямі Рима (курорти *Анці, Лідо-ді-Остія*), а також о. Сицилія. Своєрідними природними символами району є вулкани Везувій та Етна. Курорти Сицилії (найбільший з них – *Таорміна*) зосереджено переважно у східній частині острова.

Ще один курортний район країни – Італійська Рив'єра (Рив'єра-Ліґуре), що займає прибережну смугу вздовж Ліґурійського моря між французьким кордоном і містом Спеція – розподілено на дві частини: Рив'єра-ді-Поненте (Алассіо, Сан-Ремо, Альбісола-Марина, Бордигера) та Рив'єра-ді-Леванте (Рапалло, Нерві, Сестрі-Леванте, Порто-фіно, Леванто, Віареджо, К'яварі). Оздоровчо-лікувальні можливості таких курортів, як *Іск'я, Червія, Лако-Амено, Касамічола-Терме*, розширюють шляхом використання бальнеологічних ресурсів [8; 39; 72].

Із першої половини ХІХ ст. починає розвиватися курортна справа в **Литві**. Бальнеологічні курорти цієї країни використовують, переважно, йодні та бромні мінеральні води, а також води без специфічних компонентів. Знайшли своє застосування й торфові лікувальні грязі та сапропелі. На основі їхніх запасів функціонують санаторно-курортні заклади у *Друскінінкаї, Бірштонасі та Паланзі*. Ці курорти, зокрема, пропонують ефективні програми реабілітації онкологічних хворих.

Курорти південного та східного узбережжя Балтики характеризуються спільними ландшафтними (переважно низькі піщані береги з дюнами та численними мілководними озерами й затоками, соснові ліси) та кліматичними (тривалість купального сезону – із початку червня до середини серпня) особливостями. Серед найбільш відомих приморських курортів **Литви** – Няринґа, що об'єднує чотири поселення – Юодкранте, Пярвалка, Презла, Ніда, а також Паланка; **Латвії** – Юрмала, Лієпая; **Естонії** – Хаапсалу, Пярну, Курессааре, Кінґісепп, Нарва-Йієсуу [18; 29].

Найбільш сонячним місцем Північної Європи є західне узбережжя **Фінляндії**. Саме тут зосереджено більшість фінських приморських курортів. У їхній забудові переважають готелі, обладнані з урахуванням надання терапевтичних послуг і широкого спектра оздоровчих процедур. На західному узбережжі країни функціонують курорти *Юутері та Хієккасяркят*; на південному – найвідоміший фінський курорт *Нанталі*. У центральній частині Фінляндії, серед численних озер та соснових лісів, діє кліматичний курорт *Ювяскюле* [8; 39; 72].

Серед приморських курортів Балтики слід назвати курорти **Швеції** – *Роннебю, Серс, Марстранд*. Для фінських і шведських приморських курортів характерні мальовничі пейзажі – численні скелясті острови, порослі хвойними лісами [8; 39; 72].

Головним туристичним ресурсом **Греції** є її історико-культурна спадщина та клімат, обумовлений островним та півострівним положенням країни на узбережжі теплих морів. Однак змістовний відпочинок у цій балканській країні можна поєднати з лікуванням на її численних бальнеологічних курортах, розміщених, зазвичай, поблизу головних туристичних центрів або на морському узбережжі. Саме такими є *Ікарія, Іпаті, Камена-Вурла, Кіліні, Кітнос, Нігрита, Платистома, Смаковон, Термопіле, Едіпсос, Елефтере*. Ідеальним місцем для оздоровлення вважають курорт *Камена-Вурла*: оточений залісненими гірськими схилами, він лежить на березі Егейського моря. Головний лікувальний чинник – гарячі (33 – 41 °С) джерела радоно-хлоридно-натрієвої та гідрокарбонатно-хлоридно-натрієвої мінеральної води, найбільш придатні для лікування захворювань опорно-рухового апарату та периферійної нервової системи. Поблизу розміщено г. Парнас із гірським курортом і центром зимового спорту *Аракова* і знамениті *Дельфи*.

Тут значна тривалість туристичного сезону. Так, починаючи з березня комфортні для кліматолікування умови формуються на Криті, Скіросі, Закінфі, а у вересні – жовтні саме грецькі курорти мають найбільш сприятливі для відпочинку кліматичні параметри. У літні ж місяці в більшості курортів країни встановлюється надто спекотна погода. Найбільш популярні кліматичні курорти континентальної Греції простягаються 40-кілометровою смугою вздовж берега Аполлона від Афін у південному напрямі до півострова Аттика. Інша курортна зона формувалася на узбережжі затоки Кіпарисіакос (Іонічне море) у західній частині півострова Пелопоннес. На Коринфському перешийку розміщено бальнеокліматичний курорт *Лутракіон*.

Динамічно розвиваються приморські курорти й курортні місцевості на численних островах Егейського та Критського морів: Криті, Родосі, Кікладах, Лесбосі, Північних Спорадах та ін. Серед Іонічних островів особливо слід відзначити Закінч, Керкіру та Кефалінію.

Якщо континентальні пляжі Греції переважно піщані, то островні – карбонатно-глинисті [8; 39; 72].

Найбільш сприятливими впродовж усього року є кліматичні умови курортів **Іспанії**, розташованих на Канарських островах (холодний субкомфорт формується лише в листопаді) і на середземноморському узбережжі (вони поступаються за своїми кліматичними характеристиками іншим курортам регіону лише в липні – серпні). Канарські острови розміщено на відстані 100 км від західного узбережжя Північної Африки. Найбільші курорти розташовано на о. *Гран-Канарія (Лас-Пальмас, Агумейс)* та о. Тенерифе (*Санта-Крус-де-Тенерифе, Ла-Лагуна*). У зимовий період Канарські острови приймають близько 200 тис. відпочивальників. Континентальні середземноморські курорти Іспанії розміщено переважно на вузькій прибережній рівнині Коста-Бланка, що лежить між Валенсією та затокою Мар-Менор. Основними курортами цієї зони є *Аліканте, Бенідорм, Бенікосим, Деніс, Альтея* та ін.

На північному сході Іспанії, у Каталонії, сформувався курортний регіон Коста-Брава (*Паламос, Пляя-де-Аро, Сан-Феліу-де-Пшольс, Тоса-де-Мар, Бланес* та ін.). На півдні Іспанії, на узбережжі моря Альборан, простягається курортний регіон Коста-дель-Соль із курортами *Малага, Торремолінос, Марбелья, Естепона*. Піщані бухти, оточені скелястими берегами, характерні для курортів Балеарських островів (*Пальма, Івіса, Сьюдадела, Порто-Кристо, Алькудія, Сольєр, Таламанка, Сан-Антоніо* та ін.). Менш сприятливі кліматичні умови властиві приморським курортам північно-західної частини Іспанії. Атлантичне узбережжя країни має скелястий ландшафт, і тому курорти цієї місцевості – *Сан-Себастьян, Дева, Лекейтьо, Луарка, Сада* та ін. – розміщено в бухтах, утворених гирлами річок [8; 39; 72].

Винятково сприятливі кліматичні умови визначили місце острівної **Мальти** серед провідних туристичних ринків Середземномор'я [19; 30].

Динамічно розвивається курортне господарство східного узбережжя Адріатики. Значна частина приморської смуги належить **Хорватії**. Оптимальні умови для відпочинку встановлюються тут у період із червня до вересня. Так, у липні одними з найкращих місць для відпочинку в усьому Середземномор'ї є курорти південної, а в серпні – північної частини Хорватії. Мальовничі пейзажі цих курортних зон (за винятком західної частини півострова Істрія) створюють численні острови та гірські хребти. Популярними приморськими курортами Хорватії є *Дубровник, Спліт, Макарська, Пула, Опатія, Трогір, Цриквениця, Рієка*.

Серед відомих Адріатичних курортів інших країн – *Ігало, Будва, Ульцин, Светі-Стефан, Котор (Чорногорія), Дуррес (Албанія), Порторож, Струньян (Словенія)* [8; 39; 72].

Азово-Чорноморський регіон дещо поступається перед Середземномор'ям своїми рекреаційними можливостями. Сприятливі для рекреації умови формуються на чорноморських курортах у червні – вересні (найсприятливіший період – липень).

Основна курортна зона **Португалії** сформувалася на півдні. Це курорти *Албуфейра, Лагуш, Сагреш*. На захід від Лісабона простягається *Кошта-ду-Сул* (Сонячний берег), де функціонують курорти *Кашкайш, Алжеш, Круш-Кебрада* та ін. Далі в бік Порту розташовано курорти *Ерисейра, Певніші, Сан-Мартинью-ду-Порцгу, Назаре, Ешпінью* та ін. Ще більшу рекреаційну цінність, обумовлену майже цілорічною тривалістю курортного сезону (за винятком грудня), мають курорти островів Мадейра (*Фуншал, Машику, Порт-Санту*). На стадії формування перебуває курортне господарство Азорських островів [8; 39; 72].

Високорозвинене приморське курортне господарство, попри малосприятливі кліматичні умови, має **Об'єднане Королівство Великої Британії та Північної Ірландії**. Основні курорти – *Борнмут, Богнор-Риджис, Брайтон, Вайт, Істборн, Гастинґс, Марґіт, Рамсґіт* – розміщено на південному узбережжі. Узбережжя від Дувра до Борнмута дістало назву Англійської Рив'єри. Дещо західніше розміщено Корнуельську Рив'єру. Найважливіші курорти західної частини країни – *Блекпул, Саутпорт, Флітвуд, Торнтон* – розташовано на узбережжі Ірландського моря. Найпопулярнішим серед курортів **Ірландії** є *Грамор* поблизу міста Корк. Найбільш відомим північноморським курортом Великої Британії є *Грейт-Ярмут* [8; 39; 72].

Значна частина прибережної території **Бельгії та Нідерландів** лежить нижче рівня моря і захищена від нього дамбами. На вузькій прибережній смузі, незважаючи на несприятливі кліматичні умови, успішно функціонує ряд відомих курортів: *Остенде* (кліматобальнеологічний), *Зебрюґге, Стене, Бредене, Ньюпорт-Бад, Коксейде, Де-Ланне* (Бельгія). За даними природоохоронних організацій, саме бельгійські пляжі вважають найчистішими у Європі. Серед приморських кліматичних курортів **Нідерландів** – *Сгевенінґен, Гайліґендамм, Гук-ван-Голланд, Еґмонд-ан-Зе, Зандворт, Катвейк-ан-Зе* [8; 39; 84].

Найвідоміший кліматичний курорт **Норвегії** – *Ганкьо* – розміщено на однойменному острові в північноморській затоці Богус. Курорт, захищений горами від холодних вітрів, оточений хвойними лісами та має піщаний пляж [8; 39; 72].

Особливості рельєфу, зокрема, Західної, Центральної та Північної Європи обумовлюють розвиток **гірськокліматичних** курортів. Сьогодні більшою популярністю користуються гірськолижні курорти, однак гірськокліматичні залишаються більш конкурентоспроможними, оскільки, крім цілорічного функціонування, разом із лікувально-оздоровчими послугами пропонують, зазвичай, увесь спектр послуг гірськолижних курортів.

Сьогодні головним регіоном зосередження гірськокліматичних курортів залишається найстаріший з них – *Альпи* [8; 39; 72].

На території **Німеччини**, немов продовжуючи гірські пасма Альп, простяглися гірські системи Шварцвальд, Швабський і Франконський Альб, Баварський Ліс, Рейнські Сланцеві гори, Гарц, Рудні гори. Усі вони мають комфортні кліматичні умови, значні лісові масиви, мальовничі ландшафти, що сприяє розвитку курортів. Так, у Шварцвальді функціонують курорти *Санкт-Блазієн* та *Гінтерцартен*, у Гарці – *Санкт-Андреасберг* та *Гайлігенштадт*; у Тюринзькому Лісі – *Фридріхрода*, *Обергоф* і *Бад-Лібенштайн*; у Рудних горах – *Бергісгюбель*, *Обервізенталь*, *Бад-Брамбах* і *Бад-Готлоуба*. У рівнинній частині Німеччини, неподалік від Берліна, функціонують курорти *Ной-Фарланд* і *Райнсберг*.

Серед гірських масивів, розташованих на території **Франції**: Піреней на півдні; Савенни і Центральний масив на південному сході; Альпи, Юра, Воґези та Арденни на сході. Вони є місцем зосередження переважно бальнеологічних і гірськолижних курортів. Так, у Французьких Альпах розміщено 19 гірськолижних курортів, які функціонують із грудня до травня. Найвідомішим піренейським гірськокліматичним курортом Франції світового значення є *Котре*, **Іспанії** – *Пантикоса*. Попри те, що близько двох третин території Іспанії займають гори, розвиток гірськокліматичних курортів тут не є пріоритетним у галузі рекреації. Це пояснено, передусім, несприятливими кліматичними умовами внутрішніх районів країни [8; 39; 73].

Чи не найбільш придатними для гірськолижних видів спорту є гірські системи Північної Європи – Скандинавські гори, Маанселькя, Гібіни та ін. Це підтверджено фактом неодноразового проведення в цьому регіоні олімпійських ігор і чемпіонатів. Однак суворі кліматичні умови перешкоджають організації в цих місцевостях кліматолікування [8; 39; 72].

У Центральній Європі основними районами зосередження курортів є Карпати, Родопи, Динари, Шумава. Найбільш високогірна частина Карпат, яку становлять Татри, Бескиди, Фатра та Словацькі Рудні гори, належить **Словаччині**. Тут функціонують такі курорти, як *Штребське Плесо, Лучівна, Оравські Підзамок, Штос*. Відомі бальнеологічні центри країни також розміщено території Карпат.

Значна частина Карпатських гір належить **Румунії**, де вони займають північні й центральні райони країни. Найвідомішими курортами румунських Карпат є *Преद्याл, Пояна-Брашов, Синая, Пелтиніш, Кея, Лаку-Рошу, Борсек, Ковасна* та ін. Румунські курорти цілком відповідають світовим стандартам і досить популярні серед європейців.

Північні відроги Карпат і Судет – це головні райони зосередження гірських курортів **Польщі**. Найвідоміший гірськокліматичний курорт країни, *Закопане*, розміщено в Татрах. Серед карпатських курортів заслуговують на увагу також *Устронь, Північна, Іванич-Здруй*. У Судетах функціонують: *Кудова-Здруй, Єдліна-Здруй, Цепліце-Сльонське-Здруй, Щавно-Здруй*.

Судети, Рудні гори, Чеський Ліс, Шумава, Карпати, Орлицькі гори та інші гірські масиви **Чехії** відзначаються сприятливими природними умовами для кліматолікування. Таку спеціалізацію мають, зокрема, курорти *Ліпова-Лазне та Єсенік* у передгір'ях Рудних гір. Однак усі необхідні складові частини кліматолікування є і в бальнеологічних центрах країни – *Карлова-Студанка, Янське-Лазне, Яхімов, Карлові Вари, Тепліце*.

Гірськокліматичні й бальнеологічні курорти **Болгарії** розміщено переважно в Родопах, Пірині, масивах Вітоша і Стара Планина. Саме тут розташовано популярні оздоровниці країни – *Боровец, Пампорово, Говедарці, Кюстендил, Мелник, Костенец-Баня, Котел, Юндола*. Унікальними є найбільш високогірний у країні курорт *Вітоша* (1 800 м над рівнем моря) і місто-курорт *Бансько* (на його території розміщено близько 120 музеїв).

Найвідоміші гірськокліматичні курорти **Огрид (Македонія)** і **Поградец (Албанія)** розміщено на березі мальовничого Огридського озера. В оточенні гірських хребтів розташовано інші курорти Балканського півострова – *Іліджа, Баня-Вручица (Боснія та Герцеговина), Рибарська-Баня, Жабляк (Сербія та Чорногорія), Катлановська-Баня (Македонія)*.

В **Угорщині** з її переважно рівнинним ландшафтом на схилах гори Кекеш (1 015 м), що є найвищою точкою країни, розміщено найвідоміший

гірсьокліматичний курорт *Кекештетьо*. Досить популярними курортами її рівнинної частини є *Шіофок та Ліллафюред* [8; 39; 72].

Східна Європа повністю лежить у межах Східноєвропейської рівнини, і лише на її межі з Азією піднімаються *Уральські гори та Великий Кавказ*. Північні (російські) схили Кавказьких гір загалом мають комфортні умови для організації кліматолікування (за винятком літніх місяців у передгірних і низькогірних районах), розвитку гірськолижного спорту й альпінізму (тут розміщено найвищу точку Європи – г. Ельбрус (5 642 м)). Унікальними є також бальнеологічні ресурси. Однак нестабільність політичної ситуації в регіоні перешкоджає використанню й подальшому освоєнню туристичного потенціалу гірсьокліматичних курортів *Теберда, Домбай, Красна Поляна*.

Більшість альпійських, карпатських, рудногірських і родопських гірсьокліматичних курортів водночас є бальнеологічними. Вибирати той чи той гірсьокліматичний курорт слід на основі комплексу ознак. Так, якщо кліматичні умови гірських систем Європи сприяють прискоренню обміну речовин, то на малих і середніх висотах гір Центральної Азії обмін речовин уповільнюється [8; 39; 72].

Курортне господарство **Азії** протягом останніх років можна охарактеризувати як найбільш динамічне. На світовому ринку туристичних послуг найвідомішими є Китай, Туреччина, Таїланд, Малайзія, Індонезія, Мальдівські острови та інші країни регіону.

Азія як найбільша за площею частина світу має також найширший спектр сприятливих умов для розвитку туризму і, зокрема, курортного господарства. Так, у меридіональному напрямку тут простежують усі кліматичні пояси та природні зони планети (від арктичних пустель до вологих екваторіальних лісів). Азія володіє унікальними бальнеологічними ресурсами. Вона має найбільшу довжину берегової лінії, зокрема з виходом до теплих морів; відзначається надзвичайною різноманітністю рельєфу – від найнижчої позначки суходолу – 395 м (Мертве море) до найвищої точки планети (8 848 м, г. Джомолунгма). Надзвичайно багатою й неповторною є культурно-історична спадщина. В Азії зосереджено 60 % загальної чисельності населення планети.

Ривок азійських країн на туристичному ринку світу значною мірою обумовлено розбудовою приморських курортів. Однак це здебільшого сучасні розважально-відпочинкові комплекси, розраховані переважно

на здорових клієнтів. Загалом це відображає сучасну світову тенденцію в розвитку приморських курортів. Як і у Європі, найсприятливіші умови з можливістю цілорічної рекреації мають курорти субтропіків, тоді як на північ і південь від цієї зони зростає вплив сезонності (зміна пір року або дощові сезони). Суттєвим чинником, що обмежує розвиток кліматичних курортів у тропічних та екваторіальних широтах, є несприятлива для європейців медико-географічна ситуація.

У субтропічній зоні розташовано приморські курорти Туреччини, Кипру, Сирії, Лівану, Ізраїлю, Грузії, окремих районів Китаю, Японії та Південної Кореї.

З іншого боку, нестабільна чи невизначена політична ситуація є суттєвою перешкодою для освоєння багатого рекреаційного потенціалу Ірану, Іраку, Грузії, Азербайджану, Сирії, Тибету (КНР), М'янми, Камбоджі та інших країн регіону.

За рівнем розвитку та значенням бальнеологічних курортів, насамперед, слід відзначити Росію, Грузію, Ізраїль, Туреччину, Японію, Азербайджан [8; 39; 72].

Туреччина, оточена морями із трьох сторін (на півдні омивається водами Середземного, на заході – Егейського, а на півночі – Чорного морів; має також внутрішнє море – Мармурове), відома також і природними термальними джерелами, і сучасними методиками таласотерапії.

Найбільш сприятливі медико-кліматичні параметри характеризують середземноморське узбережжя Туреччини. Головним курортним районом країни є *Анталія*. На півдні й заході розміщено курорти *Аланья, Мармарис, Сиде, Белек, Кушадаси, Бодрум, Ізмир, Кемер*. На чорноморському узбережжі Туреччини розвиненої курортної мережі немає.

Із незапам'ятних часів джерела термальних мінеральних вод використовують для відпочинку та оздоровлення. Джерела з теплою водою мали назву "іліка" (*гаряче джерело*). У міру того, як у місцях навколо джерел виникали купальні споруди та хамами, вони стали відомі під назвою "капалікарсі" (закрите гаряче джерело), а ще пізніше виникло слово "капліка" (СПА). Класична турецька лазня об'єднує традиції парних лазень, "манку", із римськими термами. Турецькі СПА-ванни – це басейни, наповнені термальною мінеральною водою. Традиція цілющих джерел і сьогодні відіграє важливу соціально-культурну роль.

Найвідомішим бальнеологічним курортом є *Памуккале*, мінеральні води сприяють розвитку бальнеолікування в *Бурсі* та *Ялові*. Хоча

проблемним залишається використання численних мінеральних джерел Вірменського нагір'я на сході країни.

Історія таласотерапії в Туреччині сягає корінням у часи розквіту Анатолії, або ж Малої Азії. Специфічний клімат прибережних територій Туреччини забезпечує всі оптимальні чинники: сприятливий вплив сонячного випромінювання протягом дня із травня до жовтня, ідеальні для купання температура та солоність морської води.

Завдяки сприятливим кліматичним умовам, останнім часом виріс інтерес до інвестування та будівництва таласотерапевтичного центрів уздовж усього узбережжя. Курортні готелі намагаються привернути увагу туристів не тільки пляжним відпочинком, але й нещодавно відкритими центрами таласотерапії та СПА. Велику частину центрів розташовано на середземноморському узбережжі, у районі так званої Турецької Рив'єри – м. *Анталії* й околицях, особливо в *Кемері*, *Белеку*, *Сиде* та *Манавгаті*. Багатий вибір курортів є й на узбережжі Егейського моря, у невеликих містах-центрах літнього туризму – *Бодрум*і та *Чешме*. Мінеральні джерела *Чешме*, одного з найстаріших термальних курортів, дозволяють здійснювати як таласотерапію, так і бальнеотерапію. В околицях Стамбула, у так званій курортній зоні, відомий центр таласотерапії в одному з готелів, який розміщено в *Силівері*, 60 км від узбережжя Мармурового моря.

Сьогоднішні центри таласотерапії орієнтовано радше на релаксаційні та велнес-програми для здорових відвідувачів, ніж на серйозну терапію для пацієнтів із захворюваннями. Однак успішними є програми для відвідувачів із такими проблемами дерматологічного характеру, як псоріаз, atopічний дерматит або з ревматичними захворюваннями – фіброміалгією і остеоартритом [8; 39; 72].

У північній частині Азії малосприятливі ландшафтно-кліматичні умови, транспортні обмеження й недостатня дослідженість гідромінеральної бази обумовлюють слабку розвиненість курортної мережі. Основними бальнеологічними ресурсами території є термальні мінеральні води (*Камчатка*, *Чукотка*, *Курили*, *Магаданська область*), вуглекислі мінеральні води (*Камчатка*), вулканічні гідротермальні лікувальні грязі типу "фанго" (особлива субстанція, що складається з вулканічного пилу й термальної води) (*Курили*, *Камчатка*), мулові (*Якутія*) і сапропелеві (*Магаданська область*) лікувальні грязі. До списку унікальних курортів Росії внесено курорти *Талая* (Магаданська область) і *Начикі* (Камчатська область). Варто також відзначити курорти *Абалах* (Якутія) і *Паратунка* (Камчатка) [3; 18; 29].

Унікальні можливості для розвитку бальнеологічних курортів має **Грузія**. Хоча збройні конфлікти на Кавказі, починаючи з 90-х років XX ст., завдали величезної шкоди навіть найбільш відомим грузинським курортам – *Боржомі, Цхалтубо, Бакуріані, Набеглаві, Менджик, Аспіндза, Шові, Джава, Абастумані*.

Курорт *Боржомі* засновано 1922 р. і тут використовують вуглекислі мінеральні води з підвищеним умістом хлору, бром, барію тощо, ефективно лікують захворювання кишківника, шлунка, печінки, жовчних шляхів, серцево-судинної системи, порушення обміну речовин.

Надзвичайно популярними в колишньому СРСР були чорноморські курорти Грузії: *Гагра, Кобулети, Батумі, Сухумі, Піцунда, Новий Афон, Цихісдзирі, Григолеті*. Приморська зона Грузії характеризується м'якою, безсніжною зимою й дуже теплим, вологим літом. Тут налічуються 47 курортів і курортних місцевостей, 4 з яких – клімато-бальнеологічні. Однак неврегульованість статусу Абхазії та військові конфлікти в сусідніх державах завдали значної шкоди курортному господарству країни, яке функціонує виключно коштом місцевого попиту [8; 39; 72].

Подібна ситуація склалась і в курортному господарстві Азербайджану та Вірменії. Серед відомих бальнеологічних курортів **Азербайджану** – *Шекі, Нафталан, Істису, Бадали, Мардакян*. У **Вірменії** функціонують курорти *Арзні, Джермук, Диліжан, Анкеван*.

У часи СРСР популярністю серед населення користувалися бальнеологічні курорти Центральної Азії – *Капан-Арасан, Муялди, Алма-Арасан, Сари-Аґач, Яникуріан* у **Казахстані**; *Арчман* у **Туркменістані**; *Ситораї-Махіхаса, Чиміон, Ташкентські Мінеральні Води, Чартак* в **Узбекистані**; *Джалал-Абад, Іссик-Ата, Кизил-Булак, Джети-Оғуз* у **Киргизстані**; *Годжа-Обіґарм, Шаамбари* в **Таджикистані**. Нині вони в основному задовольняють місцевий попит. Унікальні можливості курорту *Сари-Аґач* забезпечують не лише лікування захворювань кишково-шлункового тракту, сечостатевої й нервової системи, дерматитів, а й реабілітацію після отруєння важкими металами.

Специфічним типом курортів степових районів Центральної Азії є кліматокумисолікувальні. Вони спеціалізуються на лікуванні туберкульозу легенів, сприяють оздоровленню лімфатичної системи, органів травлення (пониженої кислотності та недостатньої секреції шлунка). Приблизно половина з курортів цього типу функціонує в **Росії** (*Шафраново, Аксаково, Алкіно, Манич, Юматово, Чехово* та ін.). Подібні курорти є і в **Казахстані** (Борове), **Туркменістані**, **Монголії**.

Головним бальнеологічним ресурсом **Ізраїлю** та **Йорданії** є унікальне Мертве море, вода якого містить у 80 разів більше броду і 35 разів – магнію, порівняно з морською водою Світового океану. Завдяки додатковому повітряному дзеркалу, на берегах моря вміст кисню в повітрі прибережної зони на 15 % більший, ніж в інших районах. На ізраїльському березі Мертвого моря на базі грязьових родовищ і сірчаних джерел функціонують курорти *Ейн-Ґеді, Неве-Зохар, Ейн-Бокек, Ейн-Букек*. Медичний профіль місцевих курортів – псоріаз, дерматити, захворювання дихальних шляхів, опорно-рухового апарату тощо. Аналогічні курорти функціонують і на йорданському березі Мертвого моря [8; 39; 72].

Розвинене курортне господарство, що ґрунтується на використанні переважно термальних мінеральних вод і вулканічних та гідротермальних лікувальних грязей, має **Японія**. На острові Хонсю функціонують бальнеологічні курорти *Атами, Хаконе, Кусацу, Нікко*, на о. Кюсю – *Беппу*.

За оцінками фахівців, серед країн Азії сприятливі умови для розвитку бальнеологічних курортів мають **М'янма, Монголія** (*Хузирт, Улясутая, Ноян-Халуна*), **Філіппіни** (*Хідден-Веллі, Аллен*).

Найсприятливіші для рекреації кліматичні умови на курортах **Кіпру** (як і у всій азіатській частині Середземномор'я) установлюються в кінці квітня – на початку червня та в кінці вересня – на початку листопада. Улітку тут надто спекотно, що небезпечно навіть для здорових людей, а взимку часто йдуть дощі. Головні курорти Кіпру – *Ларнака, Лімасол, Пафос, Кіренія*.

Неврегульована політична ситуація на Близькому Сході перешкоджає, попри сприятливі природно-кліматичні умови, розвитку курортного господарства Ізраїлю, Сирії та Лівану. Основним приморським кліматичним курортом на 188-кілометровій прибережній смузі **Ізраїлю** є *Нетанія*, розташована на відстані 35 км від Тель-Авіва. Переважно на відпочинок орієнтовано середземноморські курортні комплекси *Хайфи, Ашкелона (Ізраїль), Триполі, Сайди (Ліван), Латакії (Сирія)*. Важливим ізраїльським курортом на узбережжі Червоного моря є *Ейлат*.

Географічне положення **Лівану**, його природні умови дають унікальну можливість поєднання зимових видів відпочинку в гірських районах із купанням у теплому морі з розривом у часі 30 хв. Загалом курорти азійської частини Середземномор'я мають дещо нижчу рекреаційну цінність, ніж європейської, включно з чорноморським узбережжям.

На фоні стрімкого економічного зростання в **Китаї** динамічно розвивається туристична галузь. Серед найвідоміших приморських курортів – *Ганчжоу, Рипалс-Бей (Сянган)*, а також курортні міста о. *Хайнань*.

Прекрасними кліматичними умовами для цілорічного відпочинку характеризується *тропічне* узбережжя країн Аравійського півострова, Ірану та Пакистану. Однак політична нестабільність у регіоні суттєво обмежує розвиток курортного господарства. Виняток становлять лише **ОАЕ** (особливо емірати *Абу-Дабі та Дубаї*) і **Пакистан** (курорти *Кліфтон, Гокс-Бей*), які активно розвивають туристичну індустрію. В інших країнах регіону діють поодинокі курортні комплекси, що задовольняють потреби місцевих споживачів. Це *Ет-Таїф* (Саудівська Аравія), *Акаба* (Йорданія), *Кешм* (Іран). Найсприятливіший період для відпочинку та оздоровлення триває тут із кінця жовтня до кінця квітня.

У *субекваторіальному* поясі лежать прибережні райони країн Південної та Південно-Східної Азії. Найбільш розвинене й адаптоване до міжнародних туристичних потоків курортне господарство в цьому регіоні має **Таїланд**. У 20-ті рр. ХХ ст. на узбережжі Сіамської затоки виник курорт *Хуа Хін*, що одночасно є літньою резиденцією королівської сім'ї. На березі цієї затоки розташовані курорти *Паттайя* (Таїландська Рив'єра), *Ча Ам, Бангсен, Районг* з о. Семет, острів-курорт *Самуї* із пляжами з білого коралового піску. На перешийку Кра, на відстані 508 км від Бангкока, розміщено бальнеологічний курорт *Ранонг*. Водами Андаманського моря омивається ще один таїландський острів-курорт – *Пхукет*.

Прекрасні природно-кліматичні умови для розвитку курортного господарства мають Індія, Китай, В'єтнам, Філіппіни, Шри-Ланка, хоча соціально-економічна ситуація в цих країнах серйозно гальмує його розвиток. Найвідомішим приморським кліматичним курортом **Індії** є місто *Пурі* на березі Бенгальської затоки. Перспективними в аспекті курортного будівництва вважають райони *Мумбаю, Гоа* та Малабарського узбережжя Аравійського моря. Серед курортів **Філіппін** слід назвати *Анілао, Бауанг, Пунта-Балюарте, Багак*. Найреспектабельніший приморський курорт країни – *Ель-Нідо* – розміщено в північній частині о. Палаван.

Досить жаркий і вологий клімат, що залишається незмінним протягом усього року, характеризує *екваторіальні* приморські курорти **Малайзії** (*Бату, Феррингі-Біч, о. Лангкаві, Чератинг, Тіамін-Айленд, Дамай*), **Сінгапура** (о. *Сентоса*), **Мальдівів**, більшості островів **Індонезії** (*Аньєр, Карита*). Найпопулярніший індонезійський острів-курорт *Балі* лежить у субекваторіальному кліматичному поясі.

У зоні помірного мусонного клімату розташовано частину морського узбережжя Китаю, Південної Кореї та Японії.

Важливу рекреаційну роль, зумовлену специфічним мікрокліматом, у внутрішніх материкових районах виконують **озера**. Довкола Каспійського моря виникли курортні зони на *Апшеронському півострові* (Азербайджан), поблизу *Махачкали* та *Дербента* (Росія), *Туркменбаші* (Туркменістан). Важливою курортною й гірськокліматичною зоною Киргизстану є *Іссик-Кульська*. Курортні місцевості розташовано також довкола *Байкалу*.

В Азії розміщено відомі **гірські системи**: Гімалаї, Памір, Тибет, Кунь-Лунь, Тянь-Шань, Кавказ, Алтай, Саяни, Ельбрус та ін., рекреаційні можливості яких майже не використовують із метою кліматолікування. Найбільш цінні й унікальні **гірськокліматичні курорти Азії** – це: *Аршак* (Росія); *Абастумані, Авадхара, Бакуріані, Вардзіа, Джава, Казбегі, Лібані, Рица, Цхнети* (Грузія); *Анташ, Батабат, Гейгель, Істису* (Азербайджан); *Севан, Арзні, Диліжан, Бюрокан* (Вірменія); *Медео, Чимбулак* (Казахстан); *Іссик-Кульський* курортний район (Киргизстан); *Чарвак, Чимчан, Шагімардан, Кушинкан* (Узбекистан); *Бшеррі, Фарайя, Луклук* (Ліван); *Бурса-Улудаг, Ерзурум, Болу* (Туреччина); район *Фудзіями*, околиці *Саппоро* (Японія); *Сринагар, Дарджилінг, Шимла, Калімпонг* (Індія); *Муррі* (Пакистан); *Меса* (Таїланд); *Брастагі, Боґор, Чипанас, Третес* (Індонезія); *Багіо* (о. Лусон на Філіппінах); *Букіт-Ларут, Камерон-Гайлендс, Гентінг-Гайлендс, Фрезерс-Гілл* (Малайзія) [8; 39; 72].

Курортне господарство країн Америки, Африки, Австралії та Океанії значно різниться як у галузевому, так і в територіальному аспектах. З одного боку, це високорозвинена туристична індустрія США, Єгипту, Австралії, а з іншого – практично повна відсутність не лише курортної, а й будь-якої туристичної інфраструктури в Судані, ДР Конґо, Сомалі. Причини такого становища різні: від рівня соціально-економічного розвитку до особливостей природного середовища [8; 39; 72].

Особливо слід відзначити розвиток курортного господарства **США**. Бальнеологічні курорти функціонують в усіх регіонах країни. На північному сході США це *Кліфтон-Спрінґс і Саратоґа-Спрінґс*, у штаті Мічіґан – *Маунт-Клеменс*, у Західній Віргінії – *Вайт-Салфер-Спрінґс*, у Джорджії – *Ворм-Спрінґс*, в Індіані – *Френч-Лік*, в Арканзасі – *Хот-Спрінґс*, у Міссурі – *Екселсіор-Спрінґс*, у Колорадо – *Гленвуд-Спрінґс і Колорадо-Спрінґс*, у Каліфорнії – *Палм-Спрінґс* (кліматобальнеологічний, на базі 47 термальних джерел із температурою до 62 °С).

Кліматичні умови США, особливо континентальних штатів, сприятливі для організації кліматолікування: більшість території країни розміщено в субтропічному, невелика смуга на півночі – в помірному, південні райони (Гавайські острови і частково Флорида) – у тропічному кліматичних поясах. Аляска лежить у межах арктичного, субарктичного та помірного кліматичних поясів. Найсприятливіші умови для організації приморських курортів наявні в Каліфорнії (*Лонг-Біч, Санта-Барбара, Сан-Дієго, Санта-Круз, Санта-Каталіна, Санта-Моніка*), Флориді (*Майамі-Біч, Вест-Палм-Біч, Дейтона-Біч, Кі-Вест, Сент-Огастин, Сент-Пітерсберґ*) і на Гавайських островах (*Вайкікі-Біч, Гонолулу*). На східному узбережжі США функціонують курорти *Атлантик-Сіті, Лонг-Бранч* і *Нью-Порт*, забезпечуючи рекреаційні потреби найбільшої у країні агломерації Босваш.

На заході країни, де широкою смугою простяглися хребти Кордильєр, наявні сприятливі умови для розбудови гірськокліматичних курортів. Серед найвідоміших курортів регіону слід відзначити *Лас-Вегас, Сан-Веллі, Скво-Веллі, Санта-Фе, Тусон*. На північному сході країни серед мальовничих вершин Аппалачів діє курорт *Лейк-Плесід*. Курорти США є переважно розважальними, а не оздоровчими центрами.

Найвідоміші курорти **Канади** – *Банф* (бальнеологічний і гірськокліматичний), *Грейвенгорст* (гірськокліматичний), *Сент-Катаринс* (бальнеологічний).

Найбільш популярною курортною зоною **Мексики** є *Акапулько*. Цей тропічний приморський курорт розміщено на березі Тихого океану в оточенні відрогів Південної Сьєрра-Мадре. Відомими мексиканськими курортами є також *Канкун, Гуанахуато, Куернавака* і курортна зона на оз. *Чапала*.

Переважно на основі сприятливих кліматичних ресурсів розвивають курортне господарство **Аргентини**. Найвідоміші приморські курорти Атлантики – *Мар-дель-Плата, Мірамар, Мар-дель-Сур* – лежать у субтропічному кліматичному поясі. Найбільший приморський курорт Південної Америки, *Мар-дель-Плата*, дозволяє щорічно оздоровлювати понад 1 млн осіб. Всесвітньо відомим є гірськокліматичний курорт *Сан-Карлос-де-Барилоче*, розташований у межах національного парку Нуель-Уапі на березі однойменного озера в оточенні андських вершин [8; 39; 72].

Бразилія як найбільша за територією латиноамериканська країна володіє різноманітним рекреаційним потенціалом, що сьогодні не використовують достатньою мірою. Найбільш задіяним у рекреаційній сфері є тропічне узбережжя Атлантичного океану на його ділянці між Ресифі

і Порту-Алегрі. Тут розміщено найвідоміший приморський курортний комплекс країни – *Копакабана*. Сприятливі умови для кліматолікування мають *Флоріанополіс*, *Аракажу*, *Сантус*, *Віла-Велья*, *Сальвадор* та ін. Найпопулярнішим бальнеологічним курортом Бразилії є *Посус-ді-Калдас* (штат Мінас-Жерайс); гірськокліматичним – *Петрополіс* (гори Серра-дуз-Орґас поблизу Ріо-де-Жанейро).

Серед найпопулярніших приморських кліматичних курортів Південної Америки – *Пунта-дель-Есте* в **Уругваї** та *Вінья-дель-Мар* у **Чилі**.

Одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки **Куби** сьогодні є міжнародний туризм. Найбільший острів Вест-Індії має всі необхідні для цього умови: сприятливі для цілорічної рекреації кліматичні параметри, бальнеологічні ресурси, значну довжину узбережжя, своєрідну природу та культурну спадщину. Найпопулярніші приморські курорти країни – *Санта-Фе* (Гавана), *Варадеро* та *Ла-Фе* (о. Хувентуд). Найпопулярнішим бальнеокліматичним курортом країни є *Сан-Вісенте* [8; 39; 72].

Курортне господарство **Африки** сьогодні ще тільки набирає силу. Більшість курортних комплексів, які виникають на континенті, має суто розважально-відпочинковий характер. Такими є *Хурґада*, *Шарм-ель-Шейх*, *Сафаґа*, *Нувейб* у **Єгипті**; *Танжер*, *Тетуан*, *Аґадир*, *Могаммедія* в **Марокко**; *Сусс*, *Монастир*, *Набуль*, *Джебра*, *Магдія* в **Тунісі**. Найбільш розвиненими курортними регіонами континенту є його північна та південна частини.

Країни Північної Африки омиваються Середземним морем, а Єгипет і Марокко ще й, відповідно, Червоним морем та Атлантичним океаном, на узбережжі яких функціонують кліматичні курорти світового значення. Це Хаммамет і Хаммам-Ліф у **Тунісі** та Ель-Хосейма в **Марокко**. В Аґадирі функціонує один із найбільших світових центрів таласотерапії, що має 120 сучасних кабінетів.

У регіоні діють також бальнеологічні курорти: *Хаммам-бу-Хаджар* і *Хаммам-Мескутін* в **Алжирі**, *Хаммам-Ліф* у **Тунісі**, *Хелуан* у **Єгипті**. Важливим кліматичним курортом Єгипту є також *Асуан*. Унікальні можливості для розвитку гірськокліматичних курортів, зокрема для зимових видів спорту, на Африканському континенті мають лише Атлас (курорти *Заґора* і *Варзазат* у **Марокко**, *Тлемсен* в **Алжирі**) і Драконові гори (**Південно-Африканська Республіка**) [8; 39; 72].

Розвиток курортного господарства як складової частини туристичної індустрії в деяких країнах регіону (зокрема, у Лівії й Алжирі) значною мірою стримано несприятливою політичною ситуацією.

Найрозвиненіше курортне господарство на півдні континенту має **Південно-Африканська Республіка**. У країні функціонують бальнеологічні (*Мосселбай, Варм-бад*), кліматичні (*Сан-Сіті*) та приморські (*Дурбан, Іст-Лондон*) курорти.

У східній частині континенту виділяють бальнеологічні курорти **Ефіопії** (*Амбо, Волясо*) та курортні зони *Массауа (Еритрея); Малінді, Момбаса, Ламу, Кіліфі (Кенія); Танґа та о. Занзибар (Танзанія); Бейра та о. Мозамбік (Мозамбік); Саліма (Малаві); Сейшельських островів і Маврикію*, що перебувають на стадії формування.

У Західній Африці перспективними для освоєння є пляжі **Мавританії, Сенегалу, Гамбії, Кот-д'Івуару, Ґани, Того, Нігерії** [8; 39; 72].

Географічна відокремленість **Австралії** не стала перешкодою для бурхливого розвитку туристичної індустрії. Найбільш сприятливими для проживання є кліматичні умови крайнього південного сходу та сходу країни. Саме тут розташовано найвідоміші австралійські курорти – *Дейлсфорд* (гірськокліматичний і бальнеологічний), *Морі* (бальнеологічний), *Спрінгвуд* (гірськокліматичний). На східному узбережжі, поблизу Брисбена, сформувалася курортна зона *Ґолден Кост*. Цей тропічний курорт, що об'єднує близько 20 поселень (найвідоміші з них – *Куланґатта та Саутпорт*), простягся на 35 км уздовж чудових піщаних пляжів. Розвивається курортне господарство Нового Південного Вельсу (*Вел-Біч*), Західної Австралії (довкола Перта) та Тасманії. На висоті близько 2 000 м над рівнем моря розміщено курорт *Косцюшко Ґайлендс*, на якому період із травня до жовтня є сприятливим для гірськолижного спорту [8; 39; 72].

Найвідоміший бальнеологічний курорт **Нової Зеландії**, *Роторуа*, розташовано на березі однойменного озера на відрогах вулканічного плато. У районі значне поширення мають сульфатні термальні мінеральні води, грязьові вулкани та гейзери. Довкола *Веллінґтона* сформувалася курортна кліматична зона.

Численні островні країни Вест-Індії та Океанії, незважаючи на значну географічну відособленість, мають схожі умови для розвитку туризму. Основним їхнім рекреаційним ресурсом є тепле море із чудовими пляжами та переважно тропічний клімат. У розвитку туризму ці країни роблять ставку на відпочинково-пляжну рекреацію, круїзи, дайвінг, екотуризм тощо. Найбільш успішно туристичну інфраструктуру розвивають на **Багамських Островах, Ямаїці, Барбадосі, Бермудах, Домініканській Республіці, Арубі, Фіджі, Самоа, Тонґа, Соломонових Островах**,

у **Французькій Полінезії**. Термальні джерела мінеральної води мають **Гренада, Домініка, Ямайка, Мартініка (Франція)** та ін. [8; 39; 72].

На сьогодні можна виділити такі тенденції в розвитку курортного господарства світу:

зростає кількість курортників, що обумовлено створенням нових та модернізацією старих курортів, розширенням "сезонів", престижністю тощо;

курорти поступово трансформують в багатофункціональні оздоровчі центри, орієнтовані на широке коло споживачів. Особливо відчутно цю тенденцію виявили у 90-х рр. XX ст. у країнах Центральної Європи, де курорти було позбавлено традиційної фінансової підтримки з боку держави;

відбувається подальша територіальна й галузева диференціація курортів; зокрема, новими на ринку курортно-оздоровчого туризму є країни Північної Африки, Південно-Східної Азії, Австралії;

більшість курортів використовує не один вид рекреаційних ресурсів, що збільшує ефективність лікування та привабливість цих курортів [8; 39; 72].

Ключові терміни до теми 3: районування світу, світові рекреаційні комплекси, курорти Європи, курорти Азії, курорти Північної Америки, курорти Південної та Центральної Америки, курорти Африки, курорти Австралії та Океанії, туристичні потоки, географічне положення.

Рекомендована література: [3; 8; 19; 30; 39; 72].

4. Рекреаційне районування України. Особливості формування та розвитку регіональних туристично-рекреаційних комплексів

4.1. Історичний розвиток медичних рекреаційних ресурсів

Завдяки географічному положенню, геологічній будові й гідрогеологічним умовам Україна традиційно має всі види курортів.

Перші бальнеологічні курорти в Україні виникли на мінеральних водах у *Шклі* (1576 р.), *Трускавці* (1827 р.) і *Моршині* (1877 р.) Львівської області; *Березівці* під Харковом (1862 р.) і *Миргороді* Полтавської області (1917 р.); грязьові – на *Сакському озері* у Криму (1799 р.), на *Одеських лиманах* (1829 р.), *Слов'янських озерах* у Донбасі (1832 р.), *Євпаторії* (1890 р.) і *Бердянську* Запорізької області (1902 р.).

У 60-ті рр. XX ст. в Україні було 426 санаторіїв, 154 профілакторії, 132 будинки відпочинку та 31 пансіонат із загальною кількістю місць понад 150 тисяч, а до кінця 1990-х рр. в Україні функціонувало 15 курортів державного та 13 – місцевого значення.

Крім того, на території України постановою Кабінету Міністрів України було затверджено перелік і межі 265 територій, що резервували для організації зон лікування та відпочинку населення.

Інтенсивне курортне будівництво дозволило створити систему спеціалізованих санаторіїв. У загальному вигляді їхня структура має такий вигляд: санаторії для лікування хворих із захворюваннями серцево-судинної – 22 %; травної – 20 %; нервової – 17 %; дихальної системи – 16 %, органів руху – 17 %; нирок і сечовивідних шляхів – 6,5 %; із захворюваннями жіночих статевих органів – 4,5 %; шкіри – 0,2 %.

На початок 1994 р. на курортах України діяло понад 3 600 санаторіїв, будинків відпочинку, пансіонатів та інших закладів, у яких одночасно могли відпочивати близько 700 тис. осіб.

У зв'язку з розпадом СРСР, ситуація в санаторно-курортній галузі різко погіршилася. За роки самостійності України санаторно-курортній системі практично не приділяли увагу з боку держави. Відсутність бюджетного фінансування призвела до згортання ряду державних програм (санаторно-курортне лікування хворих на туберкульоз, травматичну хворобу спинного мозку, післяінфарктних хворих і т. ін.).

Усі спеціалізовані санаторії перейшли, переважно, на сезонний характер роботи, водночас багато з них згорнули свої лікувальні бази та почали переходити в розряд закладів відпочинку з низьким рівнем сервісного обслуговування.

Через відсутність контролю почали виникати нові заклади (бази відпочинку з лікуванням, центри здоров'я тощо), що мають слабку медичну базу та некваліфікований персонал.

Загалом санаторно-курортної системи України нині як системи немає, хоча актуальність санаторно-курортного лікування залишається досить високою [42].

За даними Державної служби статистики, кількість санаторно-курортних та оздоровчих закладів на Україні є такою (починаючи із 2002 р. інформацію щодо діяльності оздоровчих закладів подають за 12 місяців: з 01.10 попереднього до 31.09 звітнього року) (табл. 4.1) [48; 83].

Таблиця 4.1

Санаторно-курортні та оздоровчі заклади в Україні, 1990 – 2017-х рр.

Роки	Санаторії та пансіонати з лікуванням			Санаторії-профілакторії			Будинки й пансіонати відпочинку			Бази та інші заклади відпочинку			Дитячі оздоровчі табори		
	усього	у них ліжок, тис.	місць на заклад	усього	у них ліжок, тис.	місць на заклад	усього	у них ліжок, тис.	місць на заклад	усього	у них ліжок, тис.	місць на заклад	усього	у них ліжок, тис.	місць на заклад
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1990	505	154	305	556	55	99	332	115	346	2 213	302	136	15 687	467	30
1991	513	154	300	568	55	97	342	116	339	2 236	318	142	10 521	394	37
1992	531	155	292	571	54	95	321	106	330	2 135	298	140	...	...	...
1993	546	157	288	544	52	96	308	95	308	2 003	294	147	7 242	632	87
1994	539	156	289	520	47	90	303	90	297	1 968	268	136	6 249	266	43
1995	551	159	289	517	43	83	294	83	282	1 862	263	141	5 884	256	44
1996	545	155	284	463	39	84	286	80	280	1 777	240	135	5 615	242	43
1997	536	155	289	428	33	77	289	76	263	1 754	236	135	5 601	237	42
1998	547	156	285	416	33	79	292	77	264	1 913	234	122	6 904	241	35
1999	547	155	283	404	32	79	303	71	234	1 961	235	120	7 644	236	31
2000	549	151	275	377	31	82	266	63	237	2 010	238	118	7 615	227	30
2001	555	151	272	357	29	81	273	61	223	2 015	236	117	8 578	221	26
2002	544	151	278	334	28	84	290	63	217	1 982	236	119	10 890	231	21
2003	536	147	274	325	27	83	292	62	212	2 005	236	118	14 961	228	15
2004	531	147	277	311	25	80	302	62	205	2 033	231	114	19 443	256	13
2005	524	145	277	291	23	79	321	65	202	2 016	233	116	18 366	236	13
2006	520	148	285	277	23	83	301	63	209	1 976	232	117	18 238	231	13
2007	523	143	273	269	21	78	302	64	212	1 934	224	116	18 363	226	12
2008	523	143	273	264	20	76	305	65	213	1 940	225	116	18 363	226	12

Закінчення табл. 4.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
2009	513	141	–	252	21	–	296	62	–	1 907	216	–	17 379	198	–
2010	510	141	–	234	19	–	290	60	–	1 920	217	–	17 342	196	–
2011	508	141	–	224	19	–	280	59	–	1 947	216	–	17 703	194	–
2012	484	133	–	185	18	–	286	60	–	1 925	208	–	17 744	188	–
2013	477	132	–	165	15	–	271	57	–	1 916	202	–	18 549	191	–
2014	320	79	–	118	17	–	90	17	–	1 400	157	–	13 977	126	–
2015	309	78	–	79	12	–	76	15	–	1 399	165	–	9 743	113	–
2016	291	70	–	63	10	–	73	14	–	1 295	146	–	9 669	112	–
2017	284	71	–	55	10	–	67	12	–	1 235	133	–	9 745	106	–

118 Примітка. Дані 2014 – 2017 рр. наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Рекреаційні ресурси – це об'єкти та явища природного й антропогенного походження, що їх використовують для туризму, лікування, відпочинку, які впливають на територіальну організацію рекреаційної діяльності, формування рекреаційних районів (центрів), їхню спеціалізацію та економічну ефективність.

Україна надзвичайно багата на природні курортні ресурси, які мають лікувальні властивості. На території держави є мінеральні води всіх основних бальнеологічних груп: вуглекислі, сульфідні, радонові, залізисті й миш'якові, йодні, бромні та йодобромні, борні, крем'янисті, води з підвищеним умістом органічних речовин та води без специфічних компонентів і властивостей.

Більшість курортів України, що мають кілька лікувальних чинників, належать до курортів змішаного типу: бальнеогрязьових, бальнеокліматичних, кліматобальнеогрязьових. В Україні діє багатофункціональна система санаторно-курортного обслуговування населення. Санаторно-курортне лікування здійснюють санаторії, санаторії-профілакторії, лікувальні бази, пансіонати з лікуванням.

Україна має всі необхідні умови для розвитку рекреаційного комплексу, на її території розміщено достатню кількість рекреаційних ресурсів: бальнеологічних, кліматичних, ландшафтних, пляжних, пізнавальних.

Курортне лікування – це лікування природними курортними чинниками (ресурсами). До них належать: мінеральні води; лікувальні грязі й озокерит; ропа лиманів та озер; соляні печери; природні комплекси зі сприятливими кліматичними умовами, придатні для використання, із метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань та організації відпочинку.

Розділами курортології є такі: бальнеологія, бальнеотерапія й бальнеотехніка; грязелікування; медична кліматологія та кліматотерапія.

У рекреаційних потребах населення провідне місце належить відпочинку на природі. Тому важливим ресурсом є лісова рослинність. **Лісові рекреаційні ресурси** в Україні розподілено досить нерівномірно. Найбільше лісових масивів у Південно-Західному районі, де формування рекреаційних територій спирається саме на цей чинник. У Закарпатській, Київській, Житомирській, Черкаській областях ліси виконують функції водорегулювання, водоохорони, ґрунтозахисту.

Ландшафтно-кліматичні ресурси сприяють розвитку рекреаційної діяльності. Береги, моря, річки, водосховища, озера, Українські Карпати

та Кримські гори, лісові масиви – для цих ландшафтів характерне поєднання чистого повітря, наповненого киснем, високої вологості.

Україні притаманний помірно континентальний клімат, і тільки на півдні Кримського півострова – середземноморський.

Кліматичні ресурси районів України різноманітні, але загалом клімат сприятливий для розвитку рекреаційної діяльності. Кліматичні умови України характеризуються зональністю, чіткими сезонними контрастами в ході метеорологічних елементів, зростанням континентальності з північного заходу на південний схід, формуванням кліматичних відмінностей у гірських областях та на узбережжях морів [23].

Вплив відкритого свіжого повітря на організм людини (аеротерапія) і сонячне опромінювання (геліотерапія) можна застосовувати в усі сезони року і в усіх кліматичних зонах України. У зв'язку з тим, що південь території країни омивають Чорне й Азовське моря, це дає змогу широко використовувати таласотерапію як один з основних методів кліматичного лікування, пов'язаного з перебуванням біля моря (морська терапія).

За особливостями кліматичних умов території та відповідно до організації курортної справи в Україні, виділяють кілька рекреаційних районів (табл. 4.2).

Таблиця 4.2

Рекреаційні райони України

Райони	Склад	Характеристика клімату
1	2	3
Північ та Північний Схід	Волинська, Чернігівська, Сумська області, північні частини Рівненської, Житомирської, Київської та Харківської областей	Значні контрасти мінімальних зимових і максимальних літніх температур
Центральний	Тернопільська, Хмельницька, Вінницька, Черкаська, Кропивницька, Полтавська, Дніпропетровська, Луганська, південні частини Рівненської, Житомирської, Київської, Харківської, північна частина Донецької областей	М'який із менш виявленими сезонними температурними контрастами
Південний	Одеська, Миколаївська, Херсонська, Запорізька області та південна частина тимчасово окупованих територій півдня Донецької області та АР Крим	Дуже теплий клімат, коротка зима, невелика кількість опадів – 300 – 500 мм на рік, велика кількість сонячних днів

1	2	3
Західний	у межах Українських Карпат – Передкарпатський і Закарпатський курортні райони	Зима порівняно м'яка, літо – тепле. Опадів – 700 – 800 мм на рік, у горах – до 1 600 мм. Характерна висока відносна вологість повітря (близько 80 %)

Сприятливий у терапевтичному аспекті клімат південної (Чорноморське узбережжя) і західної (Українські Карпати) частини території України – важлива передумова організації приморських і гірських курортів, на яких широко використовують кліматотерапію як основну (або одну з основних) лікувальних методик. Майже в усіх областях України виявлено значні запаси мінеральних вод, в окремих – грязьові ресурси (пелоїди), озокерит, що використовують як лікувальні чинники окремо або в комплексі.

В Україні є велика різноманітність **мінеральних вод**, яке можна використовувати, насамперед, для лікування складних захворювань за призначенням лікарів, а також і таких, які можна вживати без обмеження.

Рекреаційні ресурси пляжів відіграють важливу роль в організації курортів на березі морів, річок, озер. На південному узбережжі України є штучні та природні пляжі.

Пізнавальні ресурси держави теж слугують характерним чинником, що визначає мотиви відвідування регіонів України внутрішніми та іноземними туристами. Туристи відвідують історико-архітектурні пам'ятки Києва, Чернігова, Львова, Одеси та інших міст.

Закон України "Про курорти" № 2026 від 05.10.2000 р. визначив правові, організаційні, економічні та соціальні засади розвитку курортів в Україні. У ньому визначено офіційне тлумачення основних курортологічних понять:

Курорт – це освоєна природна територія на землях оздоровчого призначення, що має природні лікувальні ресурси, необхідні для їхньої експлуатації будівлі та споруди з об'єктами інфраструктури, які використовують, із метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань і рекреації та підлягає особливій охороні.

Курортно-рекреаційні заклади – це спеціалізовані заклади короткочасного (щоденного, щотижневого) та тривалого розміщення людей, призначені для задоволення їхніх рекреаційних потреб (лікувально-оздоровчих, культурно-освітніх і спортивних).

Із метою збереження природних властивостей наявних лікувальних ресурсів, запобігання забрудненню, пошкодженню та передчасному виснаженню цих ресурсів, закон установлює в межах курорту *округ санітарної (гірничо-санітарної) охорони*, який розподілено на *три зони*:

перша зона (зона суворого режиму);

друга зона (зона обмежень);

третя зона (зона спостережень).

Правила, що регулюють використання ресурсів, передбачено для кожної зони. Більшість обмежень на використання ресурсів накладають щодо першої зони (зони суворого режиму).

Перша зона (зона суворого режиму) охоплює місця виходу на поверхню мінеральних вод; території, на яких розташовано родовища лікувальних грязей, мінеральні озера, лимани, воду яких використовують для лікування, пляжі, а також прибережну смугу моря та прилеглу до пляжів територію завширшки не менш як 100 метрів.

На території першої зони (зони суворого режиму), зокрема заборонено: користування надрами, не пов'язане з використанням природних лікувальних ресурсів, розорювання земель, провадження будь-якої господарської діяльності; спорудження будь-яких будівель та інших об'єктів, не пов'язаних з експлуатаційним режимом та охороною природних і лікувальних чинників курорту; улаштування стоянок автомобілів, пунктів їхнього обслуговування; проїзд автотранспорту, не пов'язаний з обслуговуванням цієї території, використанням родовищ лікувальних ресурсів або природоохоронною діяльністю; постійне й тимчасове проживання громадян (крім осіб, які безпосередньо забезпечують використання лікувальних чинників).

Управління у сфері діяльності курортів здійснюють Кабінет Міністрів України; центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері діяльності курортів; центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері курортів; інші органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування.

Важливим принципом санаторно-курортного лікування є його комплексність, тобто використання різноманітних природних лікувальних чинників у поєднанні з дієтотерапією, фізіотерапевтичними процедурами, лікарськими та іншими лікувальними засобами й методами.

За характером природних лікувальних ресурсів курорти України розподіляють на курорти державного та місцевого значення:

до курортів державного значення належать природні території, що мають особливо цінні й унікальні природні лікувальні ресурси, їх використовують, із метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань;

до курортів місцевого значення належать природні території, що мають загальнопоширені природні лікувальні ресурси, їх використовують, із метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань.

За характером природних лікувальних чинників курорти України розподіляють на кілька типів (або профілів) (табл. 4.3).

Таблиця 4.3

Типи курортів України

Профілі	Основні лікувальні чинники
Бальнеологічні	мінеральні води, що застосовують у вигляді ванн, душів, для пиття, інгаляцій, зрошування, промивання
Грязьові	грязь, що застосовують у вигляді ванн, аплікацій, тампонів, компресів. Використовують мулову грязь солоних озер і лиманів, сапропелеву (мулову грязь прісних озер), торфову (прісну й мінералізовану), а також гідротермальну й сопкову (вулканічного походження)
Кліматичні	повітряні та сонячні ванни, купання. Для посилення дії лікувальних чинників у лікувальний комплекс містять фізіотерапевтичні процедури, лікувальне харчування, лікувальну фізичну культуру
Із кількома лікувальними чинниками: змішаного типу – бальнеогрязьові, бальнеокліматичні, кліматогрязьові, кліматобальнеогрязьові	
Курорти з особливими, унікальними природними чинниками	

Медичний профіль (спеціалізацію курортів) визначають з урахуванням властивостей природних лікувальних ресурсів.

За своєю медичною спеціалізацією курорти України розподіляють на:

- а) курорти загального призначення;
- б) спеціалізовані курорти для лікування конкретних захворювань.

Природні курортні чинники – клімат, мінеральні води, лікувальні грязі – скрізь використовують і поза курортами: у місцевих санаторіях, санаторіях-профілакторіях, будинках відпочинку, а також у лікарнях та інших лікувально-профілактичних закладах [23].

4.2. Законодавчі основи рекреаційної діяльності в Україні

Нормативи впливу на навколишнє середовище – це граничні характеристики джерел впливу на навколишнє середовище, дотримання яких у будь-якому разі не може призвести до порушення встановлених критеріїв якості навколишнього середовища.

Екологічний норматив (квота) – це величина антропогенного навантаження, що розрахована на підставі екологічних регламентів і здобула правовий статус. Має тимчасовий характер, зумовлений рівнем розвитку науки, технології та економіки.

Рекреаційне навантаження – це ступінь безпосереднього впливу відпочивальників (туристів, рибалок, мисливців та ін.), їхніх транспортних засобів тощо на об'єкти, зараховані до рекреаційних ресурсів (охоронювані території, мальовничі місця, пам'ятки природи тощо). Обчислюють кількістю людей або людино-днів на одиницю площі чи рекреаційний об'єкт і зіставляють із рекреаційною місткістю об'єкта. Розрізняють такі рекреаційні навантаження:

оптимальне;

граничне (максимально допустиме);

деструкційне (згубне).

Рекреаційна місткість – це розмір здатності привабливої для відпочинку території або акваторії забезпечувати певній чисельності відпочивальників психофізіологічний комфорт і спортивно-оздоровчу діяльність без руйнування природного середовища та/або антропокультурних комплексів на цій території (акваторії) і без швидкого спрацювання спеціального обладнання. Рекреаційну місткість як допустиме рекреаційне навантаження обчислюють у чисельності людей або людино-днів на одиницю площі чи рекреаційний об'єкт за певний відрізок часу.

Рекреаційний потенціал – це вся сукупність природних, культурно-історичних і соціально-економічних передумов для організації рекреаційної діяльності на певній території.

Іноді рекреаційним потенціалом називають відношення між фактичною та гранично можливою кількістю туристів, яку визначають, зважаючи на наявність рекреаційних ресурсів.

Рекреаційне навантаження визначають кількістю відпочивальників на території 1 га (10 000 м²) протягом усього вегетаційного періоду.

Рекреаційний кадастр – це:

1) систематичне зведення даних, що містить кількісний опис природних об'єктів і явищ рекреаційного призначення. Він має містити географічну характеристику, дані про динаміку, ступінь дослідженості об'єкта чи явища, рекомендації з використання, необхідні заходи з охорони;

2) зведення даних про території, призначені для відпочинку та відновлення здоров'я людини.

У жодній країні світу нині не застосовують метод визначення точних кількісних норм: який відсоток площі території під особливою охороною може бути відведено під розвиток туризму; якою має бути протяжність туристичних маршрутів, співвіднесена із загальною площею території, що охороняють; нарешті, скільки відвідувачів на день (на місяць, у сезон, за рік) можна пропустити за маршрутом через ООПТ (особливо цінні та охоронювані природні території) без шкоди для довкілля, хоча саме ці нормативи лежать в основі планування рекреаційних комплексів.

Нормування навантажень на основі кількісних показників стало основним методом управління туризмом в уразливих природних територіях в 70-х рр. минулого століття.

Водночас за аксіому брали положення, що між туристично-рекреаційним використанням та його впливом на природне середовище є пряма й очевидна залежність: чим більше відвідувачів (туристів та відпочивальників), тим сильніша зміна природного середовища. Однак, як показала практика, цей підхід мав серйозні недоліки. У його основі лежала концепція заборони, обмеження та примусу, тоді як здебільшого успіх у природоохоронній діяльності досягали (і досягають зараз), насамперед, за допомогою регулярного контролю за станом території й погоджених дій усіх зацікавлених осіб та організацій.

Новий підхід обчислено в **методиці меж допустимих змін** – МДЗ (limits of acceptable change, LAS). Основи цієї методики було закладено в роботах Р. Бурдена і П. Рандерсона, Дж. Станкея (R. Burden, P. Randerson, J. Stankey), а також латвійських учених А. Ж. Меллума, Р. Х. Рунґуле,

I. B. Emsica (A. Zh. Melluma, R. Kh. Rungule, I. V. Emsis) і деяких інших. У сучасному викладі цю методику було розроблено 1985 р. у США.

Нині її застосовують не тільки американською Службою національних парків, а й аналогічними структурами управління в багатьох інших країнах. Про її важливість для збереження стійкості екосистем і визначення оптимальних рівнів відвідування туристами природних резерватів свідчать і матеріали V Всесвітнього конгресу з охорони природних територій (Дурбан, 2003).

Якщо в методиці допустимих навантажень основним показником є гранично допустима кількість відвідувачів за одиницю часу на одиницю площі, то в методиці МДЗ за основний показник вибрано гранично можливі зміни вихідних природних ландшафтів.

Методика МДЗ дозволяє перейти від традиційно сформульованої й неоднозначно розв'язуваної проблеми визначення кількісних параметрів граничних навантажень до визначення якості тих природних умов, які мають зберігати на охоронюваній території.

Рекреаційні ресурси – це сукупність природно-кліматичних, побутових, культурних, оздоровчих, пізнавальних, історичних та інших ресурсів, які використовують або можуть використовувати для надання рекреаційних послуг у процесі рекреаційної діяльності.

Рекреаційні ресурси доцільно розподілити на дві групи:

природні рекреаційні території та ресурси – рекреаційні, курортні, лікувально-оздоровчі зони, інші природні території, об'єкти, комплекси, використання яких можливе, із рекреаційною метою;

рекреаційні соціально-побутові ресурси – будівлі, споруди, архітектурні та будівельні комплекси, інші об'єкти соціально-культурного призначення, які використовують, із рекреаційною метою.

Природні рекреаційні території – це частина простору навколишнього природного середовища, призначена для масового відпочинку населення, для відновлення життєвих сил і здоров'я людей.

До них належать:

рекреаційні, курортні, лікувально-оздоровчі зони;

землі рекреаційного, історико-культурного та частково природоохоронного призначення;

окремі ділянки земель лісового, водного фонду;

інші рекреаційні території, комплекси, придатні для використання, із метою рекреації.

Для *правового режиму природних рекреаційних територій* характерним є:

- наявність загального та спеціального правового регулювання їхнього використання й охорони;

- спрямованість на забезпечення спеціальної мети – відновлення життєвих сил і здоров'я людини;

- заборона господарської та іншої діяльності, яка шкідливо впливає на навколишнє природне середовище, будь-які зміни природного ландшафту;

- заборона будь-яких дій, що порушують суспільні рекреаційні інтереси під час їхнього використання;

- установлення спеціального порядку їхнього створення, обмеження права користування ними;

- загальнодержавний характер власності на них;

- установлення додаткових обов'язків користування ними;

- змішаний характер їхнього правового режиму.

Загальні положення законодавства про рекреаційну діяльність визначає Конституція України, а також закони України "Про природно-заповідний фонд України", "Про тваринний світ", "Про охорону навколишнього природного середовища", "Про ліцензування певних видів господарської діяльності", "Про екологічну експертизу"; Декрет КМУ "Про стандартизацію і сертифікацію"; Лісовий кодекс України; Водний кодекс України; Земельний кодекс України.

Стандартизацію термінології та відповідність технічних характеристик послуг, що пропонуються постачальниками туристичних послуг, зокрема діяльності споріднених галузей, туристичних напрямків і вимог щодо засобів, які ними використовуються у процесі обслуговування покупців, постачальників і споживачів на туристичному ринку критеріям для ухвалення обґрунтованих рішень, визначено Міжнародною організацією зі стандартизації (ISO, International Organization for Standardization).

Основні стандарти ISO, розроблені для туризму та пов'язаних послуг, опубліковані й на стадії розроблення, наведено в табл. 4.4 і 4.5.

Стандарти під прямою відповідальністю Секретаріату технічного комітету 228

Коди	Назви		
1	2	3*	4
03.200:	<i>Leisure. Tourism</i>	<i>Досуг. Туризм</i>	<i>Дозвілля. Туризм</i>
ISO 11107:2009	Recreational diving services. Requirements for training programmes on enriched air nitrox (EAN) diving	Услуги любительского дайвинга. Требования к тренировочным программам по дайвингу на обогащенном воздухе нитроксе (EAN)	Послуги любительського дайвінгу. Вимоги до тренувальних програм із дайвінгу на збагаченому повітрям нітроксі (EAN)
ISO 11121:2009	Recreational diving services. Requirements for introductory training programmes of scuba diving	Услуги любительского дайвинга. Требования к начальным тренировочным программам по дайвингу с аквалангом	Послуги любительського дайвінгу. Вимоги до початкових тренувальних програм із дайвінгу з аквалангом
ISO 13289:2011	Recreational diving services. Requirements for conducting of snorkelling excursions	Услуги по оздоровительному дайвингу. Требования к проведению экскурсий с дыхательными трубками	Послуги з оздоровчого дайвінгу. Вимоги до проведення екскурсій з дихальними трубками
ISO 13293:2012	Recreational diving services. Requirements for gas blender training programmes	Рекреационные услуги по дайвингу. Требования к программам подготовки для работы с газосмесителем	Рекреаційні послуги з дайвінгу. Вимоги до програм підготовки для роботи з газозмішувачем
ISO 13970:2011	Recreational diving services. Requirements for the training of recreational snorkelling guides	Услуги по оздоровительному дайвингу. Требования к подготовке гидов по оздоровительному нырянию с дыхательной трубкой	Послуги з оздоровчого дайвінгу. Вимоги до підготовки гідів з оздоровчого пірнання з дихальною трубкою
ISO/TR 21102:2013	Adventure tourism. Leaders. Personnel competences	Приключенческий туризм. Инструкторы. Компетенции персонала	Пригодницький туризм. Інструктори. Компетенції персоналу

1	2	3	4
ISO 18513:2003 (перегл. 2009)	Tourism services. Hotels and other types of tourism accommodation. Terminology	Туристские услуги. Гостиницы и другие виды средств размещения туристов. Терминология	Туристські послуги. Готелі та інші засоби розміщення. Термінологія
ISO 24801-1:2007	Recreational diving services. Safety related minimum requirements for the training of recreational scuba divers. Part 1. Level 1. Supervised diver	Дайвинг для активного отдыха и развлечений. Минимальные требования безопасности при подготовке аквалангистов. Часть 1. Уровень 1. Дайвер под наблюдением инструктора	Дайвінг для активного відпочинку та розваг. Мінімальні вимоги безпеки під час підготовки аквалангістів. Частина 1. Рівень 1. Дайвер під наглядом інструктора
ISO 24801-2:2007	Recreational diving services. Safety related minimum requirements for the training of recreational scuba divers. Part 2. Level 2. Autonomous diver	Дайвинг для активного отдыха и развлечений. Минимальные требования безопасности при подготовке аквалангистов. Часть 2. Уровень 2. Самостоятельный дайвер	Дайвінг для активного відпочинку та розваг. Мінімальні вимоги безпеки під час підготовки аквалангістів. Частина 2. Рівень 2. Самостійний дайвер
ISO 24801-3:2007	Recreational diving services. Safety related minimum requirements for the training of recreational scuba divers. Part 3. Level 3. Dive leader	Дайвинг для активного отдыха и развлечений. Минимальные требования безопасности при подготовке аквалангистов. Часть 3. Уровень 3. Дайвер-руководитель	Дайвінг для активного відпочинку та розваг. Мінімальні вимоги безпеки під час підготовки аквалангістів. Частина 3. Рівень 3. Дайвер-керівник
ISO 24802-1:2007	Recreational diving services. Safety related minimum requirements for the training of scuba instructors. Part 1. Level 1	Дайвинг для активного отдыха и развлечений. Минимальные требования безопасности при подготовке аквалангистов-инструкторов. Часть 1. Уровень 1	Дайвінг для активного відпочинку та розваг. Мінімальні вимоги безпеки під час підготовки аквалангістів-інструкторів. Частина 1. Рівень 1

Закінчення табл. 4.4

130

1	2	3	4
ISO 24802-2:2007	Recreational diving services. Safety related minimum requirements for the training of scuba instructors. Part 2. Level 2	Дайвинг для активного отдыха и развлечений. Минимальные требования безопасности при подготовке аквалангистов-инструкторов. Часть 2. Уровень 2	Дайвінг для активного відпочинку та розваг. Мінімальні вимоги безпеки під час підготовки аквалангістів-інструкторів. Частина 2. Рівень 2
ISO 24803:2007	Recreational diving services. Requirements for recreational scuba diving service providers	Дайвинг для активного отдыха и развлечений. Требования к провайдерам услуг для аквалангистов	Дайвінг для активного відпочинку та розваг. Вимоги до провайдерів послуг для аквалангістів
97.200.30:	<i>Camping equipment and camp-sites</i>	<i>Туристическое снаряжение и площадки для кемпинга</i>	<i>Туристичне спорядження та майданчики для кемпінгу</i>
ISO 5912:2011	Camping tents	Палатки туристические	Намети туристичні
ISO 7152:1997	Camping tents and caravan awnings. Vocabulary and list of equivalent terms	Палатки туристические и навесы для жилых прицепов. Словарь и перечень эквивалентных терминов	Намети туристичні та навіси для житлових причепів. Словник і перелік еквівалентних термінів
ISO 7152:1997/Amd 1:2006	Camping tents and caravan awnings. Vocabulary and list of equivalent terms. Amendment 1	Палатки туристические и навесы для жилых прицепов. Словарь и перечень эквивалентных терминов. Изменение 1	Намети туристичні та навіси для житлових причепів. Словник і перелік еквівалентних термінів. Зміна 1
ISO 8936:2007	Awnings for leisure accommodation vehicles. Requirements and test methods	Тенты для жилых прицепов. Требования и методы испытаний	Тенти для житлових причепів. Вимоги та методи випробувань
ISO 10966:2011	Sports and recreational equipment. Fabrics for awnings. Specification	Оборудование для спорта и отдыха. Ткани для тентов и палаток. Технические требования	Обладнання для спорту та відпочинку. Тканини для тентів і наметів. Технічні вимоги

* Переклад з офіційного сайту ISO.

Як видно, більшість стандартів охоплює тільки послуги з організації дайвінгу, регулювання інших видів діяльності все ще перебуває на стадії проекту. Ухвалені стандарти ISO переглядають кожні п'ять років [89].

Таблиця 4.5

**Стандарти на стадії розроблення під прямою відповідальністю
Секретаріату технічного комітету 228**

Коди	Назви	
1	2	3
03.200:	<i>Leisure. Tourism</i>	<i>Дозвілля. Туризм</i>
ISO/NP 13009	Beaches. Criteria to render the service	Пляжі. Критерії надання послуг
ISO/AWI 13687	"Yachting clubs": the standardization of tourist services in yachting clubs and marinas	"Яхт-клуби": стандартизація туристичних послуг в яхт-клубах і на причалах
ISO/DIS 14785	Tourist information offices. Tourist information and reception services. Requirements	Туристичні інформаційні офіси. Туристична інформація і послуги приймання. Вимоги
ISO/AWI 17679	Wellness spa. Service requirements	Оздоровчий спацентр. Вимоги до обслуговування
ISO/CD 17680	Thalassotherapy. Service requirements	Таласотерапія. Вимоги до обслуговування
ISO/CD 18065	Natural Protected Areas. Tourist services for public use provided by Natural Protected Areas Authorities. Requirements	Природні території під охороною. Туристичні послуги для громадського використання, надані адміністрацією природоохоронних зон. Вимоги
ISO/DIS 21101	Adventure tourism. Safety management systems. Requirements	Пригодницький туризм. Системи управління безпекою. Вимоги
ISO/DTR 21102	Safe delivery of adventurous activity	Безпека організації пригодницьких заходів
ISO/DIS 21103	Adventure tourism. Information to participants. Minimum requirements before, during and after the adventure tourism activity	Пригодницький туризм. Інформація для учасників. Мінімальні вимоги до, під час і після заходу пригодницького туризму
ISO/DIS 24801-1	Recreational diving services. Requirements for the training of recreational scuba divers. Part 1. Level 1. Supervised diver	Дайвінг для активного відпочинку та розваг. Вимоги до підготовки аквалангістів. Частина 1. Рівень 1. Дайвер під наглядом інструктора

1	2	3
ISO/DIS 24801-2	Recreational diving services. Requirements for the training of recreational scuba divers. Part 2. Level 2. Autonomous diver	Дайвінг для активного відпочинку та розваг. Вимоги до підготовки аквалангістів. Частина 2. Рівень 2. Самостійний дайвер
ISO/DIS 24801-3	Recreational diving services. Requirements for the training of recreational scuba divers. Part 3. Level 3. Dive leader	Дайвінг для активного відпочинку та розваг. Вимоги до підготовки аквалангістів. Частина 3. Рівень 3. Дайвер-керівник
ISO/DIS 24802-1	Recreational diving services. Requirements for the training of scuba instructors. Part 1. Level 1	Дайвінг для активного відпочинку та розваг. Вимоги до підготовки аквалангістів-інструкторів. Частина 1. Рівень 1
ISO/DIS 24802-2	Recreational diving services. Requirements for the training of scuba instructors. Part 2. Level 2	Дайвінг для активного відпочинку та розваг. Вимоги до підготовки аквалангістів-інструкторів. Частина 2. Рівень 2
97.200.30:	<i>Camping equipment and camp-sites</i>	<i>Туристичне спорядження та майданчики для кемпінгу</i>
ISO/DIS 23537	Requirements for sleeping bags	Вимоги до спальних мішків

4.3. Міжнародний досвід планування туристичних рекреаційних комплексів

Для рекреаційної діяльності типові впорядкованість та одночасно періодичність. Їх обумовлено як природними ритмами й циклами (добовими, сезонними, космічними), так і циклічністю (чергуванням праці та відпочинку) соціально-побутової діяльності відпочивальників і суспільства (зокрема, організаторів відпочинку).

Цикли – одна з найхарактерніших форм організованості рекреаційної діяльності відпочивальників (цикли рекреаційної діяльності) й організаторів відпочинку (цикли рекреаційного обслуговування). Цикли рекреаційної діяльності формують на основі типізації рекреаційних занять.

Елементарне рекреаційне заняття (ЕРЗ) – це внутрішньо цілісний, однорідний, нероздільний на технологічні компоненти елемент рекреаційної

діяльності. Елементарне рекреаційне заняття – основа формування програм відпочинку. Соціологи нараховують близько 100 тис. ЕРЗ, і кількість їх кожні 10 років подвоюється. Очевидно, що оперування такою базою потребує застосування типізації ЕРЗ і зведення їх у більші групи-типи рекреаційних дій (ТРД). Для цього використовують такі властивості ЕРЗ, як альтернативність і взаємозамінність. Умовою об'єднання декількох ЕРЗ в один ТРД є можливість без видимого збитку для цілей рекреації замінити одне ЕРЗ іншим.

Тип рекреаційної діяльності (ТРД) – це однорідне угруповання ЕРЗ, кожне з яких є взаємозамінним та альтернативним для всіх інших елементарних рекреаційних занять цієї групи, тобто до одного ТРД належать взаємозамінні ЕРЗ. Ця умова є дуже важливою у практиці прикладного туропереїтингу, коли можливостей для здійснення будь-якого ЕРЗ може й не бути, але необхідно компенсувати цей недолік пропозицією туристові інших ЕРЗ.

У процесі конструювання циклів рекреаційної діяльності важливими властивостями ТРД слугують взаємозумовленість і взаємопротипоказність. Саме вони дозволяють зводити ТРД у нові комбінації-цикли рекреаційної діяльності.

Цикл рекреаційної діяльності (ЦРД) – це взаємозалежне та взаємообумовлене поєднання ЕРЗ, що виникає на базі провідного ТРД.

ЦРД становить нібито сюжет майбутньої туристичної програми, дозволяє на основі поведінкових можливостей і зразків реалізувати конкретні рекреаційні цілі, мотивації та вимоги туристів за допомогою вибору поєднань ТРД як еталонів рекреаційної діяльності. Із їхньою допомогою можна врахувати рекреаційні потреби та сформулювати вимоги до умов їхньої реалізації, визначити технологію обслуговування.

За відсутності ТРД кожна людина самостійно неусвідомлено конструює ЦРД, зважаючи на власні уявлення про корисність і привабливість рекреаційної діяльності, звичок, моди, цін, грошових доходів та інших чинників. Найчастіше в такий спосіб самостійно організована діяльність не може відповідати *двом фундаментальним вимогам ефективності: рекреаційній корисності й індивідуальної привабливості* [13].

Взаємозв'язок чотирьох форм рекреації становить **життєвий цикл рекреаційної діяльності**, для реалізації якого необхідні відповідні кожній формі масиви рекреаційного часу (хвилини, години, дні, тижні) та особливим чином організоване середовище.

Оскільки є суспільно необхідний робочий час, то є й суспільно необхідний час на відновлення витрачених сил, тобто **суспільно необхідний рекреаційний час** – це час, необхідний для простого відтворення сил людини, витрачених на виготовлення якого-небудь продукту за суспільно нормальних умов виробництва, а також час, необхідний для розширеного відтворення, що забезпечує подальше зростання продуктивності праці. На кожному етапі розвитку суспільства рекреаційний час так чи так має досягати суспільно необхідної величини. Інакше прогрес у розвитку продуктивних сил суспільства не може бути забезпечено. Доцільно поставити мету: перетворити на рекреаційний час весь масив неробочого часу.

Допустимим рекреаційним навантаженням у науковій літературі вважають граничну місткість території для забезпечення нормальних умов відпочинку без порушення відновлювальних властивостей природних комплексів. Біологічні норми навантаження на природні комплекси зазвичай установлюють у такому розмірі (табл. 4.6):

Таблиця 4.6

Допустиме рекреаційне навантаження на природні території

Типи територій		Осіб/га
Типи лісів	Хвойний ліс на вкрай сухих ґрунтах	0,5 – 1
	Хвойний ліс на сухих ґрунтах	1 – 2
	Змішаний сухий ліс	2 – 3
	Листяний сухий ліс	2 – 3
	Широколистяний ліс на багатих ґрунтах	3 – 5
Типи галявин	Суходільні	5 – 10
	Заплавні з нормальним зволоженням	10 – 20
	Низинні та з нормальним зволоженням	10 – 20

Ці межі визначають нормативами рекреаційного навантаження щодо функціональних зон (лісової, лісопаркової, паркової) або залежно від величини міста.

для *лісових територій* встановлено нормативи від 1 до 10 осіб/га;

для лісопаркових – від 8 до 20 осіб/га;

для паркових – від 20 до 150 осіб/га.

Норми для лісів розраховували таким чином (табл. 4.7):

Таблиця 4.7

Можливе рекреаційне навантаження на ліси

Типи лісів	Типи лісів (навантаження, осіб/га)					
	ялинники	вологі ялинники	сосняки	вологі сосняки	Березняки й осичняки	вологі березняки й осичняки
Пологі суглинні рівнини						
за умови короткочасного відпочинку	30	20	35	25	50	37
за умови довготривалого відпочинку	11	7	12	9	18	13
Плоскі рівнини, складені суглинками із прошарками пісків						
за умови короткочасного відпочинку	20	12	25	15	37	25
за умови довготривалого відпочинку	7	4	9	5	13	9

Рекомендовані норми рекреаційного навантаження на водойми наведено в табл. 4.8.

Таблиця 4.8

Рекомендоване рекреаційне навантаження на водойми

Назви	Одиниці вимірювання	Норми
1. Середнє одноразове навантаження на водойму, не менше 10 % площі якого може бути використано під відпочинки на воді, зокрема: на пляжах і воді на веслових, моторних, вітрильних суднах любительське рибальство, прогулянки вздовж берега	осіб/га	100 – 140 90 – 126 6 – 9 4 – 5
2. Прийняття сонячних і повітряних ванн на пляжах	осіб/га	1 250 – 2 000
3. Купання на території купання до ізобати 1,4: у проточних водоймах у слабопроточних водоймах	осіб/га	1 000 – 1 250 500 – 650
4. Катання на веслових суднах	суден/км	1 – 2
5. Любительське рибальство: протяжність берега водойми	м/осіб	≥ 300

У процесі проєктування зон відпочинку із площею поверхні водойм понад 10 га довжина берегової лінії пляжу має бути не більшою ніж 1/20 частина сумарної довжини берегової лінії водойми. Орієнтовна довжина берегової лінії пляжу, залежно від чисельності людей, що купаються, для водойми із площею поверхні меншою ніж 10 га наведено в таблиці. Розрахункова величина пляжу становить не менше ніж 8 м²/осіб (табл. 4.9).

Таблиця 4.9

Орієнтовні параметри берегової лінії пляжу в зонах відпочинку

Площа водойми, га	Орієнтовна довжина берегової лінії пляжу, м	Площа території пляжу, га	Кількість осіб, що купаються одночасно
10,0	60,0	0,20	240
5,0	40,0	0,13	160
3,0	30,0	0,10	120

Рекреаційні норм, відповідно до виду діяльності, зазвичай такі (табл. 4.10):

Таблиця 4.10

Допустиме рекреаційне навантаження, території різного типу

Типи рекреаційного використання території	Площі, м ² /турист
Приміські зони відпочинку, спортивні майданчики	80
Пляжі	близько 18,5
Зони для пікніків	100
Пішохідні доріжки	80
Велосипедні доріжки	80

Середнє допустиме навантаження на водойму розраховують за такою формулою [44]:

$$H = \frac{1}{K} \left(\frac{FV}{T_g} \right), \quad (4.1)$$

де H – щоденна допустима норма чисельності рибалок-любителів на водойму;

F – площа водойми, га;

V – оптимальний вилов риби з одного гектара, кг/га;
T – кількість днів продуктивного вилову риби;
g – норма вилову риби на одного рибалку-любителя, дорівнює 5 кг;
K – поправковий коефіцієнт "на вдачу", дорівнює 0,33.

В Україні деякі рекреаційні норми було встановлено як державні будівельні норми у стандарті "Містобудування. Планування і забудова міських і сільських поселень" (ДБН 360-92), але їх було недостатньо, щоб окреслити всі аспекти планування рекреаційних територій. Цей стандарт утратив чинність 2018 р., на сьогодні чинним є ДБН Б.2.2-12:2019 "Планування і забудова територій", у якому деякі норми було переглянуто. Туристично-рекреаційному плануванню відтепер присвячено окремий розділ 8 "Ландшафтні та рекреаційні території", який має такий зміст:

- 8.1. Мережа ландшафтних та рекреаційних територій.
- 8.2. Озеленені території населених пунктів.
- 8.3. Позаміські ландшафтні території.
- 8.4. Рекреаційні території.
- 8.5. Курортно-оздоровчі території.
- 8.6. Туристичні зони.
- 8.7. Природно-заповідні території.

ДБН Б.2.2-12:2019 досить детально визначає норми рекреаційного навантаження на території різних типів та вимоги до проектування міських та позаміських ландшафтних зон.

4.4. Основні туристичні райони України та їхня характеристика

Найбільшою популярністю в населення користуються райони узбережжя Чорного й Азовського морів та Карпати.

Найбільшими чорноморськими **курортами Півдня України** є такі: Одеса, Затока, Куяльник, Лебедівка, Лузанівка, Сергіївка, Приморський, Хаджибейський, Холодна Балка, Чорноморка, Очаків, Скадовськ, Коблеве, Рибаківка, Гола Пристань, Лазурне.

На березі Азовського моря в *Запорізькій області* розташовано два популярні кліматогрязьові курорти: Бердянськ та Кирилівка; іншими відомими морськими курортами є Приморськ, с. Новокостянтинівка, с. Строганівка. На території *Донецької області*: Слов'янськ, Слов'яногірськ (бальнеологічні). На жаль, курорти, прилеглі до тимчасово окупованих територій, не можна використовувати за рекреаційним призначенням.

Наступним за популярністю курортним регіоном України є **Карпатський**, що охоплює Львівську, Івано-Франківську, Чернівецьку й Закарпатську області.

Відоме своїми курортами **Українське Полісся**. Найвідоміші з них розташовано на Київщині: *Біла Церква, Боярка, Ворзель, Ірпінь, Конча-Заспа, Миронівка, Пуща-Водиця, Святошин*.

Житомирська бальнеолікарня – це бальнеологічний курорт лісостепової зони, розташований на півдні Житомира, на березі річки Тетерев. Для лікування застосовують радонову (45 од. Махе) гідрокарбонатно-хлоридно-кальцієво-магнієву воду з мінералізацією 0,6 г/л. Функціонує курортна поліклініка та радонолікарня.

Важливим курортно-рекреаційним районом України є **Придністров'я** в межах Вінницької, Тернопільської, Хмельницької, Чернівецької, Кропивницької, Одеської та Миколаївської областей. Сформований як територіально-рекреаційна система в басейнах річок Прут, Дністер, Південний Буг. Основними рекреаційними ресурсами району є м'який помірно континентальний клімат, лікувальні грязі, мінеральні води, досить густа гідрографічна сітка, багата рослинність, мальовничі краєвиди, природні комплекси, численні пам'ятки природи.

Поширено радонові (*Хмільник, Сарнів*), сульфатно-хлоридно-натрієві (*Микулинці, Мшанець, Сатанів, Кам'янець-Подільський*), із підвищеним умістом органічних речовин (*Ново-Збручанська* в Тернопільській області) лікувальні води. Лікувальні властивості мають і торфовища. Бальнеологічні й пелоїдні ресурси Придністров'я ефективні під час лікування опорно-рухового апарату, нервової та серцево-судинної системи, шкіри, обміну речовин і гінекологічних захворювань. Серед найбільш відомих курортів району є *Немирів* і *Хмільник* (Вінницька область).

Вагоме місце в рекреаційній спеціалізації окремих країв України посідає **Західне Поділля** із групою популярних бальнеологічних курортів: смт *Скала-Подільська*, смт *Гусятин*, смт *Микулинці*, смт *Сатанів*, с. *Слобідка Сатанівська*, с. *Скоморохи*, с. *Конопківка*, с. *Маків*.

Неабияке значення в рекреаційній спеціалізації України мають курорти **Придніпров'я**: *Миргород, Гадяч, Ліщинівка, Баси, Соснівка*.

Курорт *Солоний лиман* (біля озера в Новомосковському районі **Дніпропетровської області**) – рівнинний грязьовий і бальнеологічний курорт степової зони. Лікувальні природні ресурси – грязь і ропа лиману хлоридно-сульфатно-гідрокарбонатно-натрієвого складу з мінералізацією 31 г/л,

а також слабомінералізована (0,26 г/л) гідрокарбонатно-хлоридно-натрієво-кальцієва питна вода, що після промислового розливу використовують як столову та лікувальну. На курорті функціонує бальнеогрязелікарня зі стаціонаром. Показаннями для лікування є захворювання суглобів і периферійної нервової системи.

Бальнеолікарня у м. **Знам'янка (Кропивницька область)** – бальнеологічний курорт степової зони. Має радонолікарню, для лікування застосовують гідрокарбонатно-сульфатно-хлоридно-натрієво-кальцієво-магнієво-радонову воду із вмістом радону 63 од. Махе та загальною мінералізацією 0,7 г/л [23].

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 28 грудня 1996 року № 1576 "Про затвердження переліку населених пунктів, віднесених до курортних" яка втратила чинність від 21 лютого 2017 р. № 91, у зв'язку зі втратою частини рекреаційних територій, було встановлено наведений далі перелік.

1. Чорноморське узбережжя Миколаївської, Одеської та Херсонської областей:

Миколаївська область – *Березанський район* – с. Вікторівка с. Коблеве, с. Морське, с. Рибаківка; *Очаківський район* – м. Очаків, с. Василівка, с. Покровка, с. Покровське, с. Чорноморка.

Одеська область – м. Одеса; *Білгород-Дністровський район* – смт Затока, смт Сергіївка, с. Косівка, с. Курортне, с. Миколаївка, с. Попаздра, с. Приморське; *Комінтернівський район* – смт Гвардійське, смт Ліски, с. Вапнярка, с. Крижанівка, с. Нова Дофінівка, с. Сичавка; *Овідіопольський район* – с. Грибівка, с. Дальник, с. Кароліно-Бугаз, с. Санжійка, с. Іллічівка; *Татарбунарський район* – с. Лебедівка, с. Приморське, с. Тузли.

Херсонська область – *Голопристанський район* – м. Гола Пристань, с. Більшовик, с. Залізний Порт; *Каланчацький район* – с. Приморське, с. Хорли; *Скадовський район* – м. Скадовськ, смт Лазурне, с. Красне.

2. Гірські та передгірні райони Закарпатської, Івано-Франківської та Львівської областей:

Закарпатська область – *Міжгірський район* – с. Сойми; *Мукачівський район* – смт Чинадієве; *Рахівський район* – с. Кваси; *Свалявський район* – смт Поляна, с. Голубине; *Хустський район* – с. Шаян.

Івано-Франківська область – *Яремчанська міська рада* – м. Яремча, смт Ворохта, с. Микуличин, с. Татарів, с. Яблуниця; *Долинський район* – с. Новий Мізунь, с. Мислівка; *Косівський район* – с. Шешори, *Рогатинський район* – с. Черче.

Львівська область – м. Трускавець; *Бориславська міська рада* – смт Східниця; *Городоцький район* – смт Великий Любінь; *Дрогобицький район* – с. Модричі, с. Опака; *Львівська міська рада* – смт Брюховичі; *Сколівський район* – м. Сколе, смт Верхнє Синьовидне, смт Славське, с. Гребенів, с. Корчин; *Стрийський район* – м. Моршин, с. Лисовичі; *Старосамбірський район* – с. Смерічка; *Турківський район* – с. Розлуч; *Яворівський район* – смт Івано-Франкове, смт Немирів, смт Шкло.

3. Узбережжя Азовського моря та інші курортні місцевості:

Вінницька область – м. Хмільник.

Донецька область – *Слов'янська міська рада* – м. Слов'янськ, м. Слов'яногірськ; *Новоазовський район* – м. Новоазовськ, смт Сєдове; *Першотравневий район* – смт Ялта, с. Мелекине, с. Урзуф.

Дніпропетровська область – *Новомосковський район* – с. Новотроїцьке, с. Орлівщина.

Запорізька область – м. Бердянськ; *Приазовський район* – с. Новокостянтинівка, с. Строганівка; *Приморський район* – м. Приморськ, *Якимівський район* – смт Кирилівка.

Житомирська область – *Житомирський район* – с. Дениші.

Київська міська рада – смт Конча-Заспа, смт Пуща-Водиця.

Київська область – *Ірпінська міська рада* – м. Ірпінь, смт Буча, смт Ворзель.

Полтавська область – м. Миргород.

Рівненська область – *Сарненський район* – смт Степань.

Тернопільська область – *Борщівський район* – смт Скала-Подільська, *Бучацький район* – с. Скоморохи; *Гусятинський район* – смт Гусятин; *Теребовлянський район* – смт Микулинці, с. Конопківка.

Харківська область – *Дергачівський район* – смт Березівське; *Харківський район* – смт Пісочин, с. Рай-Оленівка.

Херсонська область – *Генічеський район* – м. Генічеськ, с. Генічеська Гірка, с. Стрілкове, с. Щасливцеве.

Хмельницька область – *Городоцький район* – смт Сатанів, с. Слобідка Сатанівська; *Дунаєвецький район* – с. Маків.

Таким чином, на сьогодні в Україні немає офіційно затвердженого переліку курортних місць, що пов'язано зі складною геополітичною ситуацією на Сході та Південному Сході країни. Але варто було б затвердити принаймні території пріоритетного розвитку в межах регіонів, щоб не втрачати інвестиційної привабливості держави загалом.

Ключові терміни до теми 4: курортологія, рекреаційне районування, рекреаційні об'єкти України, правові засади рекреаційної та курортної сфери, сезонність, рекреаційне навантаження, курорти України, санаторно-курортна система.

Рекомендована література: [23; 42; 48; 83; 89].

5. Рекреологія як наука. Рекреаційна система

5.1. Суб'єкт, об'єкт та метод рекреології

Рекреологія – 1) міждисциплінарна наука про рекреаційні системи, заснована на парадигмах екології людини; 2) наука про процеси й методи відновлення живих сил людини [13].

Ці принципи вперше було сформульовано науковим колективом вітчизняної школи рекреології й рекреаційної географії під керівництвом Володимира Сергійовича Преображенського. Із 1976 р. основні дослідження в галузі рекреології зосереджено у Всесоюзній науково-дослідній лабораторії з туризму й екскурсій (ВНДЛТЕ). 1992 р. багаторічні наукові дослідження в галузі рекреації було узагальнено в теоретичній монографії "Теорія рекреології й рекреаційної географії".

Серед дослідників загально визнане визначення рекреології як науки про процеси й методи відновлення живих сил людини.

Основним *об'єктом дослідження* загальної рекреології слугує рекреаційна система.

Об'єктом рекреології є людина, а *предметом дослідження* – діяльність у вільний час, що становить невід'ємну частину фізичного, соціального й духовного життя особистості.

Рекреація – це процес розширеного відтворення фізичних, психічних та інтелектуальних сил людини.

У туризмі концепцію дозвілля тісно пов'язано з концепцією рекреації. Індустрія дозвілля, яка містить туризм, є однією з могутніх індустрій світу. Вона відіграє роль роботодавця, дає дохід і приваблює споживача. Спосіб дозвілля стає важливим соціальним економічним чинником, який визначає моделі поведінки споживача туристичних послуг. На рівні фірм знання про рекреаційні потреби, способи дозвілля дуже важливі для маркетингу та успішного просування туристичного продукту на міжнародний

ринок. Рекреація має великий вплив на суспільство й дає соціальну, психологічну та фізіологічну користь.

У сфері туризму це визначено зростальною важливістю таких наук, як соціальна психологія та поведінка туриста, метою яких є відображати соціальні розбіжності у структурі поведінки споживача, успішно презентувати нові туристичні продукти на міжнародному туристичному ринку.

Рекреологія (від лат. "рекрео" – відновлюю та грец. "логос" – учення) – це галузь знань про причини та способи здійснення рекреаційної діяльності як невід'ємної складової частини життя кожної людини й людського суспільства, соціально-культурні, економічні, антропоекологічні механізми організації цієї діяльності та її наслідки. Рекреологія ґрунтується на уявленні про територіальні рекреаційні системи, формування яких визначено антропоекологічними та соціально-культурними потребами людей, соціальними та економічними потребами суспільства. Загальне оцінювання рекреаційних систем здійснюють, залежно від їхньої медико-біологічної, соціально-культурної та економічної ефективності.

У формуванні рекреології беруть участь рекреаційна географія, рекреаційна архітектура та містобудування, екологія людини, курортологія; розвиваються рекреаційні економіка, соціологія, психологія та ін.

Науковий напрям, що вивчає рекреаційні ресурси, склад, структуру та функціонування територіальних рекреаційних систем, властивості рекреаційних територій, сформувався у вітчизняній географії наприкінці 60 – початку 70-х рр. XX ст. і дістав назву *рекреаційна географія*. У багатьох країнах Європи й Америки частковий аналог рекреаційної географії відомий за назвою "географія туризму та відпочинку", "географія вільного часу", "географія дозвілля".

Сучасна **курортологія** – це медична наукова дисципліна, що вивчає цілющі властивості природних фізичних чинників, характер їхньої дії на організм людини, можливості їхнього застосування, із лікувальними та профілактичними цілями, на курортах і в позакурортних закладах, що розробляє показання та протипоказання для санаторно-курортного лікування й методи застосування курортних чинників у разі різних захворювань.

Основними розділами курортології є:

бальнеологія – це розділ курортології, що вивчає лікувальні мінеральні води, їхнє походження, фізико-хімічні властивості, такий вплив

на організм у разі різних захворювань, що розробляє показання до їхнього застосування на курортах і в позакурортних умовах;

бальнеотерапія – це методи лікування, профілактики та відновлення порушених функцій організму природними та виготовленими штучно мінеральними водами на курортах і в позакурортних умовах. Як науковий розділ належить до бальнеології;

бальнеотехніка – це галузь техніки й бальнеології, що забезпечує охорону природних бальнеологічних ресурсів (мінеральних вод і лікувальних грязей) від псування, виснаження та забруднення;

грязелікування – це метод лікування з використанням пелоїдів – лікувальних грязей різного походження, що застосовують на курортах і в позакурортних умовах;

медична кліматологія – це прикладний розділ на стику кліматології й медицини, що вивчає вплив кліматопогодних чинників на організм людини в умовах трудової діяльності та відпочинку, методи їхнього використання, із лікувально-профілактичними цілями;

кліматотерапія – це сукупність методів лікування, що використовують дозований вплив кліматопогодних чинників і спеціальних кліматопроектур на організм людини. Теоретичні основи кліматотерапії розробляє медична кліматологія;

курорттографія – це розділ курортології, до якого належить опис місцезнаходження та природних умов курортів і курортних місцевостей із характеристикою їхніх лікувальних чинників, бальнеотерапевтичних, кліматотерапевтичних та інших закладів для лікування та відпочинку [13].

Рекреаційну архітектуру визначають як сферу архітектурної діяльності (на всіх рівнях проєктування), об'єктом якої є формування рекреаційних просторів (рекреаційних територій, будівель, комплексів споруд). Мета її – створення оптимального середовища для всіх видів і форм рекреації.

Складовою ланкою розвитку сучасної регіональної економіки слугує **курортно-рекреаційна економіка**, зосереджена переважно на територіях розміщення природних рекреаційних ресурсів. Територію розглядають як своєрідний вид економічного ресурсу.

У курортно-рекреаційній діяльності територіально-просторовий ресурс слугує триєдиним фактором виробництва продукту:

1) територія як місце розташування підприємств, що надають рекреаційні послуги, та лікувальних ресурсів (повітря, моря та ін.);

2) територія для видобутку ресурсів активної лікувальної дії (грязі, ропа, мінеральні води, озокерит);

3) територія як земля для експлуатації (пляжний ресурс), природоохоронні рекреаційні угіддя (ліс, паркові зони), а також сільськогосподарські угіддя для вирощування продукції та споживання в рекреаційній сфері.

Використання в санаторно-курортній діяльності природних ресурсів визначено тим, що ці ресурси є рідкісними й унікальними з погляду їхніх споживчих властивостей, лікувально-профілактичного впливу на організм людини; є можливість цілорічного використання природних ресурсів у курортному виробництві; значну частину ресурсів може бути відновлено з погляду повернення лікувальних властивостей через фазу регенерації природних лікувальних ресурсів.

Збалансоване природокористування – це така система відносин суспільного виробництва, за якої досягають оптимальне співвідношення між економічним зростанням, якісним станом природного середовища, зростанням матеріальних і духовних потреб населення [5].

Екологія людини – це комплексна наука, яка вивчає взаємовідносини людини й навколишнього середовища. Вона сприяє збереженню та зміцненню здоров'я, розвитку фізичних і психічних можливостей людини; вивчає, як впливає руйнівна діяльність людини в біосфері на стан її здоров'я і які заходи з охорони біосфери можуть сприяти зміцненню та розвитку здоров'я людини.

5.2. Вихідні постулати та основні поняття рекреології

Вихідні постулати рекреології такі:

1. Серед безлічі потреб людини й суспільства виділяють групу (підмножину) різнорідних потреб, реалізація яких пов'язана зі специфічними потребами людини у відновленні й розвитку живих сил і певних умов їхнього задоволення – із вільним часом і особливими властивостями простору.

2. Наявність цих потреб спонукає людину до рекреаційної діяльності, відмінної від повсякденної трудової (і побутової), а суспільство (і його інститути) – до створення для неї спеціальних умов.

3. Залучаючи у сферу рекреаційної діяльності природні об'єкти (природні явища, об'єкти й комплекси) і культурні комплекси, створюючи та використовуючи технічні системи, а також інших людей, людина знаходить

і формує, а суспільство створює, підтримує й розвиває особливі системи для задоволення потреб – рекреаційні.

4. Для опису рекреаційної системи необхідно охарактеризувати: потреби, напрям діяльності, що привели до формування системи та визначають її функціонування й розвиток, її елементи, внутрішні (між елементами) і зовнішні (із суперсистемою й одноранговими системами) системоутворювальні зв'язки, ефективність. Основним системоутворювальним зв'язком слугує діяльність відпочивальників та організаторів відпочинку.

5. Призначення систем (і їхні властивості) визначено функціями рекреаційної діяльності.

6. За своїм характером рекреаційні системи належать до групи соціо(демо)екологічних, просторових, динамічних систем [13].

Рекреологія – одна з перших наукових дисциплін, що позначила потребу в ландшафті як цілісності. Туризм – сфера, предмет праці якої полягає не у зміні природи, а у її сприйнятті; єдина сфера, зацікавлена у збереженні цілісного ландшафту, тому що тільки він може забезпечити цілісну діяльність. У цьому і є сутність *ландшафтно-діяльнісного принципу Преображенського*. Згідно зі вченнями В. С. Преображенського, діяльність – це інваріантна частина системи, що пов'язує суб'єкта з ландшафтом; водночас зв'язок має як сутнісні ознаки суб'єкта, так і сутнісні ознаки ландшафту.

Рекреаційні потреби визначають як усвідомлену людиною, групою людей, суспільством необхідність у відновленні й розвитку фізичних і духовних сил. Потреби може бути реалізовано тільки через діяльність: фізичну, психічну, інтелектуальну; через це вони слугують спонуканням до діяльності.

Рекреаційні потреби суспільства – це потреби у простому й розширеному відтворенні його соціально-трудового та соціально-культурного потенціалу.

Рекреаційна діяльність – це діяльність, спрямована на реалізацію рекреаційних потреб, відновлення й розвиток фізичних і духовних сил людини, її інтелектуальний розвиток, що характеризується самоцінністю не тільки результатів, але й самого процесу.

Рекреаційне заняття – це найпростіший елемент рекреаційної діяльності відпочивальників.

Рекреаційний час – це частина соціального часу, що використовують для рекреаційної діяльності.

Рекреаційний простір – це частина соціального простору, що використовують для рекреаційної діяльності; формують у результаті діяльності відпочивальників та організаторів відпочинку.

Рекреаційна система – це соціальна демоекологічна система (тобто система, у центрі якої – людина, населення), що складається із взаємозалежних підсистем: груп відпочивальників, природних і культурних комплексів, технічних систем, обслуговчого персоналу, органу управління та володіє функціональною цілісністю; цільовою функцією системи є задоволення рекреаційних потреб.

Рекреаційна система становить сукупність соціальних, демографічних, медико-біологічних, економічних та інших характеристик регіону, території.

На основі цих характеристик у процесі розв'язання проблем природокористування, із метою курортно-рекреаційного освоєння, першочерговим завданням є оцінювання **рекреаційного потенціалу місцевості**, обумовленого взаємодією біокліматичних, територіальних, природних і гідромінеральних ресурсів досліджуваної території.

Оцінювання рекреаційного потенціалу території засновано на послідовному аналізі характеристик усіх її елементів. Ці характеристики згруповано у три основні блоки: 1) медико-біологічний; 2) психо-естетичний; 3) функціонально-господарський.

Оцінювання здійснюють для всіх **типів рекреації**: пізнавальної, спортивної та оздоровчої.

Виділяють **три рівні рекреаційного потенціалу**:

- 1) *достатній* (сприятливі кліматичні умови, наявність пам'яток природи, історії й культури);
- 2) *помірний* (менш сприятливі кліматичні умови);
- 3) *низький* (райони з досить високими рівнями забруднення).

5.3. Основні концепції рекреології

Традиційно концепції рекреації розподіляють на три групи:

Політекономічна розглядає рекреацію в системі розширеного відтворення головної продуктивної сили суспільства – людини.

Соціокультурна розглядає рекреацію як соціокультурний феномен, що сприяє зростанню доступності населення до культурної спадщини.

Технологічна розглядає рекреацію як систему технологічних прийомів із виробництва туристичних послуг та обслуговування населення.

Оскільки головним компонентом рекреаційної системи є людина (рекреант), тобто функціонування всієї системи підпорядковано саме потребам рекреанта, традиційні концепції рекреації можна розширити на підставі соціально-історичного сприйняття ролі людини в суспільстві та її взаємозв'язку з навколишнім середовищем (також у ставленні до рекреаційних ресурсів). Прихильниками такого підходу виділено такі концепції:

Гуманоцентризм указує на системний органічний взаємозв'язок людини та природи, передбачає виховання людини, відповідальної за інші форми життя. Основний акцент роблять на розвиток екологічної совісті й екологічного боргу – не тільки зберегти наявні ресурси, підтримати сформовану у природі рівновагу, але й докладати зусилля для досягнення найкращого стану екосистем [13].

Гуманоцентризм – це звернення до людини як особистості, урахування її нахилів, індивідуальних особливостей, дбайливого ставлення до особистості, подолання авторитаризму [26]. Найкраще відповідає принципам екологічного туризму, відновлення продуктивних сил людини вбачають у її спілкуванні з природою.

Екологоцентризм – погляд, відповідно до якого взаємодія людини із живою природою має бути підпорядкованою вимозі збереження цілісності саморегуляції біосфери.

Рекреаційні ресурси використовують у межах припустимого рекреаційного навантаження.

Розуміння необхідності у плануванні – це перший крок у спробі контролювати негативний вплив масового туризму. На самому початку цього процесу державні органи не виділяли окремо культурний вплив і приділяли увагу переважно питанням навколишнього середовища.

У 60-х рр. XX ст. на державному рівні почали усвідомлювати проблеми, пов'язані з туризмом. Однак знадобилося ще 20 років для того, щоб почати законодавче регулювання, із метою скорочення негативного впливу. Виникла концепція нового туризму, що називали по-різному: "сталий туризм", "екотуризм", "зелений туризм", "нешкідливий туризм" і нарешті – "відповідальний туризм", що має бути підкріплено ретельно продуманою стратегією управління, що передбачає співробітництво приватного й державного секторів, і спрямованою на запобігання неоправданним збиткам навколишньому середовищу ще до того, поки це не стало занадто пізно.

Одним із перших документів, що виявляє загальну стурбованість, стала спільна декларація Всесвітньої туристичної організації та Екологічної програми ООН 1982 р. (the WTO/UNEP Joint Declaration [91]), що закликала до здійснення раціонального управління туристичною галуззю, із метою відновлення й захисту навколишнього середовища. Через рік згадані організації запропонували використовувати стратегію розподілу на зони, що передбачає концентрацію туристів у регіонах, які щонайкраще здатні поглинути негативний вплив, і розосередження їх у тих місцях, де навколишнє середовище занадто вразливе для того, щоб витримати масовий туризм.

Глибоку стурбованість щодо необхідності у здійсненні стабільного розвитку було виявлено на Генеральній Асамблеї ООН у середині 1980-х рр., де було створено комісію для ретельного вивчення проблем, пов'язаних із народонаселенням планети та її ресурсів, а також розроблення рекомендацій, що стосуються довгострокового планування.

1987 р. Брундтлендська комісія (Brundtland Commission, formally the World Commission on Environment and Development (WCED)) подала звіт "Наше загальне майбутнє" (Our Common Future), у якому було дане визначення планомірного розвитку: "Розвиток, що задовольняє потреби сьогодення й не піддає ризику можливість наступних поколінь задовольнити їхні потреби" [80].

Під впливом згаданого документа ООН організувала міжнародну конференцію "Навколишнє середовище й розвиток" (The United Nations Conference on Environment and Development, UNCED) (так званий Всесвітній саміт, The Rio Earth Summit), що відбулася в Ріо-де-Жанейро 1992 р. [85]. Хоча питання туризму не було порушено ні у Брундтлендському документі, ні на Всесвітньому саміті, запропоновані рекомендації істотно вплинули на розвиток галузі (особливо Порядок денний № 21 – Agenda 21 – керівництво для урядів для узгодження дій із захисту й розвитку навколишнього середовища [70]).

1992 р. став першим імпульсом для планомірного розвитку туризму: готельний сектор заснував Міжнародну екологічну ініціативу готельного бізнесу (the International Hotels Environment Initiative (IHEI) [75]), із метою скорочення негативного впливу відпочивальників на навколишнє середовище. Того самого року благодійна група "Проблеми туризму" (The Tourism Concern [84]) також розробила керівництво й почала активно лобіювати

законопроекти, спрямовані на організацію приватним сектором планомірного розвитку.

До початку XXI ст. із цією концепцією встигли ознайомитися й працівники туристичної галузі, і подорожуюча публіка. 2000 р. Екологічна програма ООН (ЮНЕП) репрезентувала "Ініціативу стабільного розвитку туризму" (Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development (TOI)), розроблену спеціально для туроператорів. Наступним кроком стала Декларація ООН, що назвала 2002 р. *Міжнародним роком екотуризму*. Декларація стала результатом спільної роботи Комісії Організації Об'єднаних Націй з питань сталого розвитку (the UN Commission on Sustainable Development (CSD)) та спеціальної міжвідомчої робочої групи з туризму (the Ad Hoc Interagency Working Group on Tourism), скликаної в Ередії (Коста-Рика) 1999 р., згідно з якою Всесвітній туристичній організації та ЮНЕП було доручено працювати разом до Всесвітнього саміту з екотуризму (World Ecotourism Summit), який відбувся у Квебеку (Канада) у травні 2002 року [76].

Також 2002 р. у Йоганнесбурзі (Південно-Африканська Республіка) було проведено Всесвітній саміт на тему сталого розвитку (the World Summit on Sustainable Development, WSSD), де вперше було заявлено про необхідність планомірно розвивати туристичну галузь; хоча Всесвітній саміт, що пройшов того самого року у Квебеці, не мав належного впливу.

Своєю чергою, такі зацікавлені організації, як Всесвітня туристична організація (ЮНВТО, UNWTO) і Всесвітня рада подорожей і туризму (WTTC), підсилили діяльність із впровадження принципів сталого розвитку, спрямованих на мінімізацію збитків навколишньому середовищу, дикій природі й місцевим жителям. Зокрема, було ухвалено такі рекомендації: активне використання місцевих будівельних матеріалів для зведення туристичних комплексів, перероблення відходів і води, залучення місцевого населення на роботи з обслуговування туристів. Названі організації опублікували доповідь "Значення Порядку дня № 21 для галузі туризму й подорожей: планомірний розвиток, із метою збереження навколишнього середовища" (Agenda 21 for the travel and tourism industry: towards environmentally sustainable development), що закликала туристичні компанії взяти курс на збереження екології тих районів, розвитком яких вони займаються.

Екоомоцентризм передбачає, що економічна сторона соціально-історичної дійсності є головною, відповідно до позиції марксизму. Згідно

з М. Вебером, завжди варто враховувати чотири головні аспекти: політику (влада, держава й бюрократія), господарство (економіка, виробництво, обмін, розподіл), релігію (тепер зазвичай говорять про культуру й ідеологію) і становище на міжнародній арені (геополітичні). М. С. Розов додатково вводить такі компоненти: географію (кордони, ландшафти, відстані, ґрунти, акваторії), демографію (розселення, етнічна різноманітність, міграції), соціально-структурну сферу (структури споріднення, освіти, інформування, медицини) і технології (інфраструктура, зв'язок, транспорт та ін.) [65]. Рекреацію розглядають як елемент відновлення продуктивних сил суспільства, подолання соціального напруження та має повністю відповідати потребам суспільства загалом.

Антропоцентризм лежить в основі споживацького ставлення до природи, виправдання знищення й експлуатації інших форм життя, тобто ставлення до природи розглядають із погляду блага людини. Побудова рекреаційних систем відповідає поточним потребам рекреантів і встановлює максимальні граничні норми рекреаційного навантаження.

Потенційна місткість туризму, згідно з визначенням ЮНВТО, це "максимальна кількість людей, що може відвідати місце призначення водночас, не призводячи до руйнування фізичного, економічного й соціокультурного навколишнього середовища та до неприпустимого зниження якості задоволеності відвідувачів".

Туризм може впливати на такі місцеві ресурси: енергію, продовольство, земельні ресурси та воду, які вже можуть бути в обмеженій чисельності. Чинники негативного впливу: інтенсивне використання водних і земельних ресурсів; постачання та споживання енергії; зміна ландшафту через будівництво інфраструктури й туристичних комплексів; забруднення повітря та збільшення обсягів відходів; ущільнення ґрунту (ушкодження й руйнування вегетації); порушення спокою місцевих жителів і фауни.

У концепції *натуроцентризму* природу розглядають як досконалий організм, в основі лежить ствердження духовної самоцінності всього живого, людина має визнати цю самоцінність і не втручатися у природний хід подій [17]. Відповідає пасивній рекреації, коли вплив від діяльності рекреантів не перевищує мінімальні граничні норми рекреаційного навантаження.

Техноцентризм – це погляд, відповідно до якого закономірності глобальної еволюції, зокрема закон інформаційного відбору, перетворюють

технічне інтелектуальне на центр цивілізації (світобудови); людина вторинна щодо техніки; техноценоз перебудовує соціальну сутність у напрямі, сприятливому для себе [26]. Побудову рекреаційних систем ведуть у загальному руслі розвитку інфраструктури територіальної одиниці, майже без урахування рекреаційного навантаження. Рекреація не виконує основних функцій, поступаючись загальній тенденції розвитку соціальних систем.

Ключові терміни до теми 5: природні рекреаційні комплекси, урбанізовані рекреаційні комплекси, рекреант, рекреаційні потреби, функція відпочинку, екологоцентрована концепція рекреації, гуманоцентрована концепція рекреації, економцентрована концепція рекреації, техноцентрована концепція рекреації, натуроцентрована концепція рекреації.

Рекомендована література: [2; 13; 17; 26; 65; 70; 75; 76; 79; 84; 85; 90].

6. Рекреаційне природокористування й охорона природи в рекреаційних комплексах

6.1. Концепція сталого розвитку в туристичній діяльності

ЮНВТО визначає **сталий туризм** як "туризм, який повною мірою враховує поточні й майбутні економічні, соціальні та екологічні наслідки від його діяльності, задоволення потреб відвідувачів, галузі, охорони навколишнього середовища та громад, що приймають" [81].

Керівні принципи та практика управління сталим розвитком туризму можна застосовувати в усіх видах туристичної діяльності в різних напрямках, зокрема в масовому туризмі й окремих нішових сегментах. Принципи сталого розвитку належать до екологічних, економічних і соціально-культурних аспектів розвитку туризму та довгостроковий ефект мають забезпечувати балансом між цими трьома групами впливів.

Завданнями сталого туризму є такі [79]:

1) оптимальне використання природних ресурсів, які є ключовою складовою частиною розвитку туризму, підтримання найважливіших екологічних заходів і допомога у збереженні природної спадщини та біорізноманіття;

2) повага соціально-культурної аутентичності громад, що приймають, збереження їхньої минулої й сучасної культурної спадщини та традиційних цінностей, а також сприяння міжкультурному порозумінню й терпимості;

3) гарантування життєздатних, довгострокових економічних операцій, забезпечення соціально-економічної вигоди для всіх зацікавлених сторін та справедливого розподілу прибутку, включно зі стабільною зайнятістю й можливістю отримати дохід і доступ до соціальних послуг місцевих громад, сприянням боротьбі з бідністю.

Сталий розвиток туризму потребує усвідомлених дій усіх зацікавлених сторін, а також сильного політичного керівництва для забезпечення широкої участі та погодження ключових положень. Він є безперервним процесом і потребує постійного моніторингу чинників впливу, і, за потреби, упровадження необхідних профілактичних та/або коригувальних заходів. Сталий туризм має також підтримувати високий рівень якості обслуговування й забезпечувати набуття туристами певного досвіду, підвищення їхньої обізнаності про особливості сталого розвитку та просування практики сталого туризму.

Дві взаємопов'язані ознаки сталого туризму такі:

здатність продовжувати туристичну діяльність у майбутньому, забезпечуючи всі необхідні умови;

здатність суспільства сприймати й мати вигоду від розвитку сталого туризму.

2005 р. було опубліковано програмний документ ЮНЕП "Екологічна програма ООН" та ЮНВТО "На шляху до більш сталого туризму" (Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers). У документі визначено 12 цілей для сталого розвитку туризму, що стосуються економічних, соціальних та екологічних наслідків:

1) *економічна життєздатність* – забезпечувати життєздатність та конкурентоспроможність туристичних напрямків і підприємств, щоб вони й у довгостроковій перспективі процвітали та давали користь;

2) *процвітання дестинації* – максимізувати внесок туризму в економічне процвітання відвідуваного напрямку, зокрема визначення частки витрат відвідувачів, що залишають у місцевому бюджеті;

3) *якість зайнятості* – поліпшувати умови праці та збільшувати кількість робочих місць, створених і підтримуваних галуззю туризму, зокрема забезпечення гідного рівня заробітної плати, умов праці й доступності

працевлаштування без дискримінації за ознакою статі, раси, інвалідності або іншими способами;

4) *соціальна рівність* – розгалужений та справедливий розподіл економічних і соціальних вигод від туризму серед місцевих громад, включно із запровадженням нових можливостей, підвищенням доходів і забезпеченням доступу до послуг для бідних верств населення;

5) *задоволення відвідувачів* – забезпечити перебування, задоволення та приємні враження для відвідувачів без дискримінації за ознакою статі, раси, інвалідності або іншими способами;

6) *місцевий контроль* – забезпечити й розширити права та можливості для місцевих громад у плануванні й ухваленні рішень щодо управління та подальшого розвитку туризму у власному районі разом із консультаціями з іншими зацікавленими сторонами;

7) *добробут спільноти* – підтримувати й підвищувати якість життя місцевих спільнот, зокрема соціальних структур і доступ до ресурсів, послуг та систем життєзабезпечення, уникаючи будь-яких форм соціальної деградації або експлуатації;

8) *багатство культури* – поважати та сприяти збереженню історичної спадщини, місцевої культури, традицій і особливостей місцевих громад;

9) *фізична цілісність* – підтримувати та підвищувати якість ландшафтів, як міських, так і сільських, уникати фізичного та візуального погіршення стану навколишнього середовища;

10) *біологічне різноманіття* – забезпечувати збереження природних територій, ареали поширення диких видів, зводити до мінімуму можливу шкоду;

11) *ефективність використання ресурсів* – звести до мінімуму використання обмежених і невідновлюваних ресурсів у процесі розвитку та функціонування туристичних об'єктів і послуг;

12) *чистота навколишнього середовища* – звести до мінімуму забруднення повітря, води та землі й утворення відходів підприємствами галузі туризму та окремими відвідувачами.

Виробництво та споживання деякої туристичної продукції за своєю природою не може відповідати засадам сталого розвитку. Майже у всіх випадках інтенсивність впливу залежить від характеру виробництва і місця розташування підприємств і пунктів споживання. Тим не менш різні типи товарів і послуг мають різні сильні та слабкі сторони з погляду їхньої значущості для сталого розвитку (табл. 6.1) [79].

**Потенційні переваги та недоліки різних типів туризму,
з огляду на потреби сталого розвитку**

Типи туризму	Потенційні переваги	Потенційні недоліки
1	2	3
Великі курорти й готелі, або аналогічні заклади	створення значної чисельності робочих місць; ресурси для підтримання навчання; ділові навички та фінансова стабільність; можливість інвестувати в системи екологічного менеджменту та нові технології; потенціал для диверсифікації ринку, із метою зменшення впливу сезонності; розміщення великих обсягів відвідувачів	нестача земельних та інших видів ресурсів; потенційно великий екологічний вплив; протистояння з боку місцевих громад; потенційно великі обсяги відпливу коштів, включно з переведенням прибутку за кордон; анонімність і відсутність автентичності; загроза експлуатації місцевих спільнот/навколишнього середовища та відсутність впливу з боку локальних органів влади; можлива відсутність довгострокових зобов'язань перед місцевими громадами
Середні, малі та мікропідприємства	індивідуальна власність, можливість урахування місцевих умов; може бути розташовано в депресивних зонах; гнучкість із потенціалом зростання; досвід передавання традицій; прибуток може бути використано для потреб місцевої спільноти	середній та низький рівень зайнятості; мінлива якість; відсутність коштів для здійснення інвестицій у систему управління якістю та екологічний менеджмент; відсутність ділових навичок; труднощі в забезпеченні доступу до ринків

1	2	3
Туризм на основі залучення місцевих громад	продукція належить/виробляється співтовариством, зі спільним розподілом економічних та соціальних вигод; більш широка обізнаність громади стимулює збереження місцевої культури та навколишнього середовища; передавання місцевого досвіду; підвищення обізнаності відвідувачів щодо проблем спільноти, а також підтримання з боку відвідувачів	невизначеність у питаннях власності та відсутність підприємницької мотивації може призвести до слабкої економічної стійкості; постає завдання забезпечити справедливий розподіл прибутку; відсутність ділових навичок та ускладнений доступ до ринків; важко перебороти залежність від зовнішньої допомоги
Підприємства, що працюють у галузі екологічного туризму	зростання попиту на цей вид; продукцію спеціально розробляють так, щоб мінімізувати вплив на навколишнє середовище та підтримати природоохоронні заходи, а також залучити місцеві громади; підходить для вразливих/охоронюваних територій	розміщення у природних зонах і залучення корінних мешканців провокує додатковий негативний вплив; зловживання терміном "екотуризм" для заходів, що, насправді, є шкідливими для довкілля; часто має сезонний характер
Підприємства, що працюють у галузі активного відпочинку	зростання попиту на цей вид; дійсно забезпечує відновлення сил; потенціал для розширення сезону; нові види туризму у віддалених сільських районах; багато екологічно чистих видів відпочинку – наприклад, ходьба, велотури	може завдати серйозної екологічної шкоди за відсутності правильної організації/контролю; потенційні проблеми безпеки тих, хто подорожує
Підприємства, що працюють у галузі культурного туризму	збереження культурної спадщини; потенціал для розширення сезону; підвищення обізнаності відвідувачів	важко однозначно визначити термін; за умов неякісної організації може, навпаки, завдати шкоди культурному потенціалу

Регулювання багатьох сфер діяльності, що мають сильний вплив на сталість туризму, належить до компетенції уряду (табл. 6.2) [79].

Таблиця 6.2

**Сфери державного регулювання,
що впливають на сталість розвитку туризму**

Сфери діяльності	Заходи з регулювання
Галузь туризму загалом	Загальне розроблення, координація та реалізація політики в галузі туризму. Підтримання розвитку туризму, менеджмент та маркетинг у галузі
Державні органи виконавчої влади	Місце туризму в національній економіці, серед інших програм і пріоритетів
Фінансування	Обсяги бюджетних ресурсів, що виділяють на туризм. Податкова політика
Торгівля	Умови торговельних переговорів. Заохочення експорту та інвестицій
Економічний розвиток	Заходи забезпечення сталого розвитку. Підтримання підприємств
Навколишнє середовище та природні ресурси	Регулювання впливу на навколишнє середовище й контроль за ним. Збереження біорізноманіття. Управління територіями, що перебувають під охороною. Управління ресурсами екотуризму
Транспорт	Доступність транспорту, управління трафіком і питань сталого розвитку транспортної галузі
Культура	Управління та збереження історичних пам'яток і культурної спадщини
Сільське господарство	Розвиток сільських районів і питання постачань
Освіта	Навчання фахівців із туризму
Здоров'я	Соціальний захист і соціальне страхування для відвідувачів та співробітників
Спорт, відпочинок і розваги	Заохочення відвідування пам'яток, заходів, подій і т. ін. Складові частини внутрішнього ринку
Внутрішня політика	Злочинність і безпека. Захист дітей
Міжнародна політика	Відносини між країнами. Візовий режим

Світову раду зі сталого туризму (GSTC) [82] було створено в серпні 2010 року як орган, призначений поширювати та впроваджувати Глобальні

критерії сталого туризму (the Global Sustainable Tourism Criteria). Їх спрямовано на роз'яснення вимог, які мають виконуватися підприємствами галузі туризму, вони охоплюють чотири сфери: максимізацію вигоди від туристичної діяльності для місцевого населення, зниження негативного впливу на культурну спадщину; зменшення шкоди місцевому навколишньому середовищу та планування, із метою забезпечення сталого розвитку [81].

Глобальні критерії сталого туризму є результатом зусиль фахівців з усього світу. Зосереджуючи увагу на соціальній та екологічній відповідальності, а також позитивних і негативних економічних та культурних наслідках туристичної діяльності, критерії розподілено за чотирма темами:

- 1) управління на засадах сталого розвитку;
- 2) соціально-економічний вплив;
- 3) вплив на культурну спадщину;
- 4) вплив на навколишнє середовище (зокрема споживання ресурсів, зниження забруднення довкілля та збереження біорізноманіття й ландшафтів).

Критерії є мінімумом, а не максимумом, якого підприємства й дестинації мають досягти, із метою забезпечення соціальної, екологічної, культурної та економічної стійкості. Оскільки туристичні напрямки мають власну культуру, традиції, природне середовище, звичаї та закони, критерії має бути адаптовано до місцевих особливостей і доповнено додатковими умовами для конкретного місця та виду діяльності. На сьогодні було розроблено дві групи критеріїв: для готелів і туроператорів та для напрямків (дестинацій) (додатки А і Б) [82].

6.2. Структура та класифікація природних рекреаційних ресурсів

Лісові ресурси держав разом з економічними функціями відіграють важливу рекреаційну та природоохоронну роль. Рекреаційну цінність лісів визначено їхньою соціально-культурною, економічною та медико-біологічною функціями. Особливе значення має *медико-біологічна функція*, яка сприяє зниженню захворюваності, збільшенню тривалості життя.

Медико-біологічна функція лісів полягає у виділенні кисню, поглинанні вуглекислого газу, пилу й шуму, іонізації повітря фітонцидами. Другою важливою рекреаційною функцією лісів є їхні *естетичні властивості*.

Вирішального значення естетичні властивості лісів набувають у тих лісонасадженнях, куди приїжджають рекреанти заради відпочинку.

Загальна площа природних рекреаційних ландшафтів України становить 9,4 млн га, проте держава належить до європейських країн із бідними

лісовими ресурсами: площа лісового покриву становить лише 16,7 %². Для порівняння, частка Фінляндії – 73,7 %, Швеції – 68,7 %, Словенії – 61,7 %, Латвії – 54,8 % (рис. 6.1) [85, останні дані за 2018 р.].

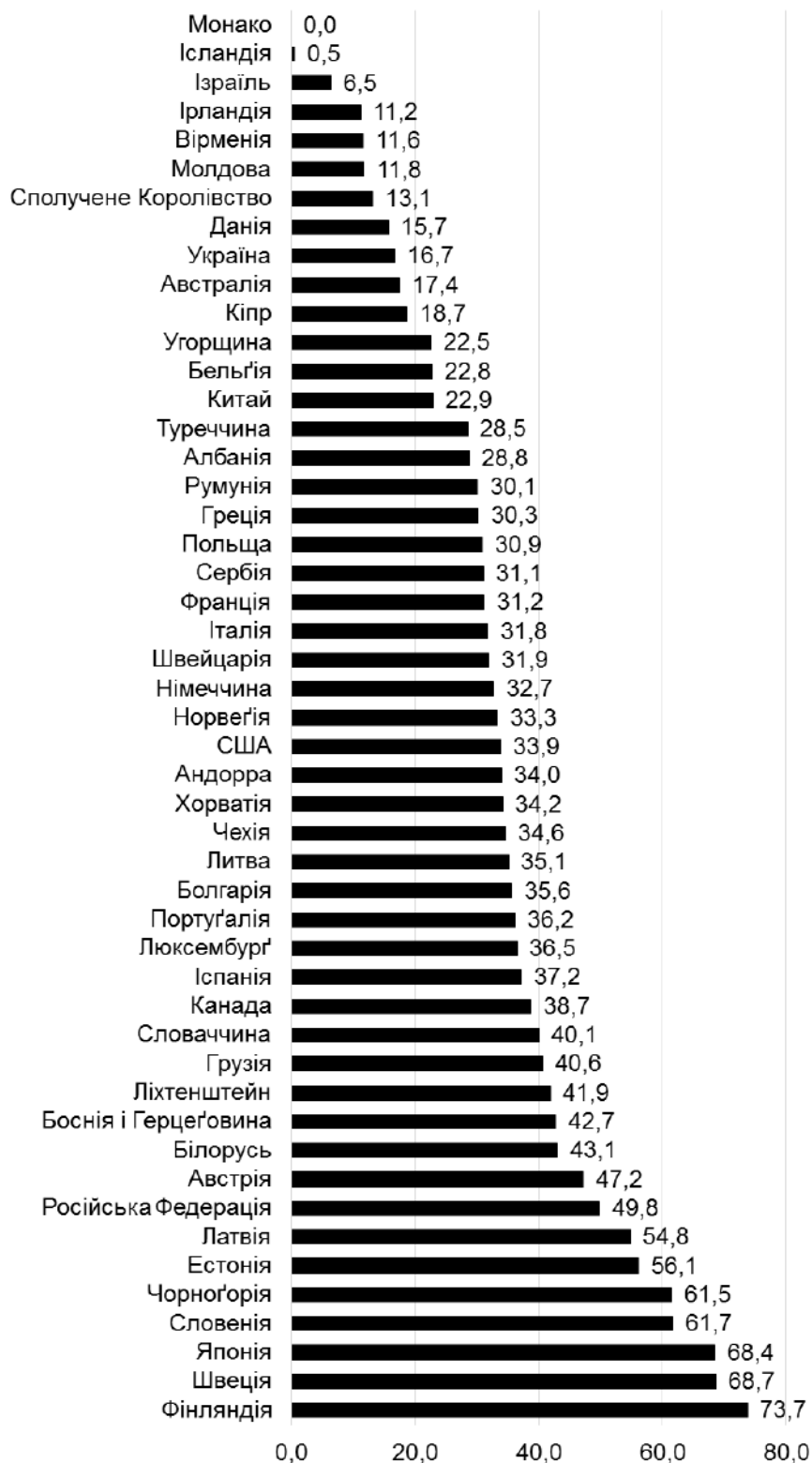


Рис. 6.1. Площа лісів (% території), окремі країни, дані за 2018 р.

² У вітчизняних літературних джерелах зустрічають цифру 15,6 %.

Лісистість у різних частинах і регіонах держави є нерівномірною. Вона є значно вищою на Заході й Півночі, особливо в Карпатах.

За даними Державної служби статистики України [84], площа українських лісів державного значення становить 6,9 млн га, а тих, що можна використовувати для рекреаційної діяльності – 4 млн га.

Для України характерні переважно рівнинні території з невеликими висотами. За даними І. М. Гуньовського, середня висота рівнинної частини, яка займає 95 % площі України, становить 175 м над рівнем моря, і тільки 5 % припадає на Українські Карпати та Кримські гори – унікальні для рекреаційного освоєння природні комплекси. Гірсько-рекреаційні ресурси Карпат і Кримських гір (на території тимчасово окупованої АР Крим) використовують для розвитку відпочинкового, кінного, гірськолижного, пізнавального, екологічного туризму.

Українські Карпати – один із найбільш мальовничих регіонів України, що характеризується середньовисокими горами, чітко виявленою вертикальною зональністю. Близько 40 % території Карпат укрито лісом, а ще близько 35 % зайнято лучною рослинністю.

У межах України довжина Карпат від верхів'їв р. Сяну (на західному кордоні держави) до витоків р. Сучави (на румунському прикордонні) становить 280 км. Простягаються вони з північного заходу на південний схід за середньої ширини близько 100 км. Окремі гірські хребти розподілено поздовжніми улоговинами та розчленовано глибокими поперечними долинами. Загалом у межах України Карпати розподіляють на: зовнішні (Скибові), куди входять Бескиди, Ґорґани й Покутсько-Буковинські Карпати; центральні або Верховинські; внутрішні або Полонинсько-Чорногірські.

Середня висота Українських Карпат становить 1 000 м. Найвищими вершинами є: Говерла – 2 061 м, Бребенескул – 2 035 м, Піп Іван – 2 022 м, Петрос – 2 020 м, Гутин-Томнатик – 2 016 м, Ребра – 2 001 м. Усі вони містяться в межах найвищого масиву Українських Карпат – у Чорногірському масиві, який простягається територією Івано-Франківської та Закарпатської областей на 40 км між долинами річок Чорної Тиси, Білої Тиси та Чорного Черемошу.

Територія України перебуває у двох кліматичних зонах – помірній і субтропічній. Кліматична зона *помірних широт* охоплює всю рівнинну частину території країни, Українські Карпати та Кримські гори, а *субтропічна* – Південний берег Криму. У кліматичній зоні помірних широт в Україні виділяють дві кліматичні зони: *атлантико-континентальну*, яка охоплює зону мішаних лісів та лісостепу, і *континентальну*, яка охоплює зону степу.

Клімат *зони мішаних лісів* є найбільш сприятливим для відпочинку й лікування людей із захворюваннями органів дихання, нервової та серцево-судинної систем, із порушеннями обміну та ін. Клімат зони можна використовувати для розширення адаптаційних можливостей людей, які через обставини змушені працювати на територіях з екстремальними метеорологічними умовами. Найбільш сприятливим для відпочинку є теплий період із травня до жовтня та несприятливим – із листопада до квітня з піками у грудні, лютому-березні. Період серпень – початок вересня в межах зони є досить стабільним періодом без особливих екстремальних перепадів основних метеорологічних елементів, що особливо сприятливо для відпочинку ослаблених хворих.

Слід ураховувати, що у *хвойному лісі* можливе погіршення самопочуття хворих із серцево-судинними захворюваннями. Має значення дія озону, що утворюється під час окиснення ефірних олій. Концентрація озону зростає із підвищенням температури повітря. У молодому хвойному лісі вона є вищою, ніж у старому.

Для *зони лісостепу* характерні помірна сонячна радіація, переважання рівнинної поверхні та наявність лісових масивів. В умовах лісових масивів істотно змінюється хімічний склад повітря, що залежить найперше від структури порід дерев. Клімат лісостепової зони є найбільш сприятливим для відпочинку та лікування людей із захворюваннями органів дихання, травлення, нервової й серцево-судинної систем, з обмінними порушеннями та ін. Найбільш сприятливим для відпочинку та лікування є теплий період із травня до жовтня.

Зона степів характеризується рівнинами, розташованими на висоті 150 – 250 м над рівнем моря, річковими долинами. Значна кількість годин сонячного сяяння і переважання антициклонального режиму погод забезпечують тут можливість здійснення кліматолікування в найбільш оптимальних умовах протягом усього року. За біологічною значущістю сонячної радіації зона степів характеризується невеликим періодом ультрафіолетової недостатності й сильною біологічною активністю сонячної радіації в теплий період року. Літо є сонячним, теплим і сухим, триває із середини травня до середини вересня. Для степової зони характерна велика повторюваність сонячних погод із переважанням спекотних і сухих. За таких особливостей є небезпека перегрівання організму, тому найбільш сприятливі умови для здійснення аеротерапії – у ранкові часи. Восени режим погоди близький до літа й також сприятливий для лікування.

Лише наприкінці жовтня починається період облогових дощів. Варіації погодного режиму в осінній період є більш виявленими, ніж улітку.

Клімат степової зони є сприятливим для використання всіх видів кліматолікування. Найбільш сприятливим для відпочинку та лікування є теплий період із травня до жовтня. У цей період на півдні зони можна широко використовувати таласотерапію як основний метод кліматолікування. Метеоумови для повітряних ванн степової зони в теплий період року характеризують як прохолодні та комфортні у природних умовах. Літні місяці характеризують значною повторюваністю спекотного дискомфорту на південному сході зони, що може викликати метеопатичні реакції, особливо у хворих на серцево-судинні захворювання.

Клімат *приморської зони*, що прилягає до південноукраїнських степів, помірно континентальний, поєднує особливості морського та степового клімату. Близькість моря послаблює зимові морози й літню спеку. Безморозний період 230 днів. Ясних сонячних днів у році понад 290. Річна кількість опадів 200 – 400 мм. Літо є тривалим, теплим. Зима характеризується переходом температури через 0 °С. Морське повітря у прибережній смузі насичене аерозолями морських солей бромю, хлору, йоду. Ця зона сприятлива для кліматолікування протягом усього року, особливо для хворих на гіпертонічну хворобу, ішемічну хворобу серця, атеросклероз, неврози.

Відмінною рисою *гірського клімату* є менша міждобова мінливість основних метеорологічних чинників. Гірське повітря характеризують більшою чистотою, насиченістю негативними іонами. Кількість годин сонячного сяяння, біологічна активність ультрафіолетової частини спектра в горах зростає. Вертикальне розташування поясів створює своєрідні умови та великі можливості для лікування та відпочинку.

Таким чином, визначаючи кліматичні особливості території України, у її межах можна виділити такі зони, які враховують особливості курортного кліматолікування.

Відносно сприятлива зона охоплює зону мішаних лісів, середньогірні та високогірні гірські пояси Карпат і тимчасово окупованої АР Крим та характеризується значною лісистістю, порівняно з іншими зонами. Відрізняється значною мінливістю кліматичних умов і класів погод у холодний і перехідні періоди року. Літо є теплим і помірно теплим у гірських районах. Зима характеризується значними контрастами у світловому й динамічному режимі основних метеорологічних елементів. Зона є достатньо

зволоженою. Теплий період року характеризується більш стійким режимом погоди. Сприятливі для кліматолікування погоди в цій зоні становлять 50 – 65 % днів на рік. Проте, у зв'язку зі значною повторюваністю хмарних і дощових погод у літній період, метеоумови для аеротерапії характеризують як прохолодні та холодні у природних умовах, і лише в південній частині комфортні умови повітряних ванн спостерігають у липні в 50 % днів. Розширення комфортних умов до 85% можливе шляхом використання коригувальних пристроїв. Контрастна мінливість погодного режиму з малосприятливою для організму людини погодою нерідко перевищує 35 % днів на рік. Найбільш оптимальним періодом для кліматолікування є період із травня до серпня.

Сприятлива зона охоплює зону лісостепу та степу й низькогірні гірські пояси Карпат і тимчасово окупованої АР Крим. Період оптимальної геліотерапії збільшується до 5 місяців (квітень – вересень). Літо є теплим і дуже теплим у південній частині. Літній період характеризується високою стійкістю погоди, невеликою міждобовою мінливістю та добовою амплітудою. Найбільшу повторюваність мають сонячні помірно вологі та вологі погоди (до 90 % в окремі місяці). Проте високі температури в липні – серпні нерідко створюють умови перегрівання організму (5 – 10 %). У прибережних районах дні зі спекотними класами погод зменшуються, унаслідок охолоджувального впливу морських бризів. Зимовий період характеризують підвищеною хмарністю, низькими температурами та підвищеною швидкістю вітру. Метеоумови за аеротерапії в літній період характеризують як прохолодні та комфортні у природних умовах. У південній частині можливе широке використання таласотерапії. Найбільш оптимальним періодом для кліматолікування є період із травня до вересня.

Достатньо сприятлива зона охоплює Південний берег тимчасово окупованої АР Крим. Літо є дуже теплим, зима – м'якою. Стійкого переходу температури через 0 °С у межах зони не спостерігають. Протягом року спостерігають дуже стійкі погодні умови, сприятливі для метеочутливих людей. Контрастна мінливість погодних умов становить 18 – 32 %. Найбільшу мінливість метеоумов спостерігають у листопаді – грудні та лютому – квітні, а мінімальна – у серпні – вересні. Оптимальним періодом для таласотерапії є період із кінця квітня до жовтня. Сприятливий морський клімат без різких коливань створює достатньо комфортні умови для лікування протягом усього року хворих різних вікових категорій і особливо дітей [20].

Водні ресурси – це гідрологічні й лімнологічні (річки, потічки, водосховища та ставки, канали й моря), бальнеологічні (мінеральні й термальні води) і бальнеогрязьові (запаси грязей) ресурси.

Україну відносно добре забезпечено водно-рекреаційними ресурсами. Країна має добре розвинену річкову сітку, до складу якої входить близько 73 тис. **річок**, зокрема 14 із них мають довжину понад 500 км. Загальний об'єм стоку всіх річок становить 210 км^3 . Більшість річок України належить до басейну Чорного й Азовського морів. Річки мають переважно дощове та снігове живлення і, здебільшого, рівнинний характер. Найбільшими річками України є такі: Дніпро, Дністер, Дунай, Південний Буг, Сіверський Донець, Західний Буг, Прип'ять, Десна, Ворскла, Оріль, Черемош, Прут, Стрий.

На річках Карпат і Кримських гір (тимчасово окупованої АР Крим) часто зустрічають **пороги** та **водоспади**, які є туристичними об'єктами. Найвідомішими з *карпатських водоспадів* є: Гук (у підніжжі Говерли), Манявський (на р. Манявці), Шипіт (на р. Шипіт), Яремчанський (Яремча); *кримських*: Учан-Су та Джур-Джур.

Значні запаси водних ресурсів України зосереджено в **озерах**, яких нараховують понад 20 тис., зокрема 30 озер площею понад 10 км^2 . Також в Україні створено понад 1 057 **водосховищ** та понад 27 тис. ставків. Територією України їх розподілено нерівномірно.

Озера України можна згрупувати на волинські, придунайські, чорноморські (озера-лимани), кримські та деснянські. Багатою на озера є Волинь. Різні за формою та глибиною *волинські озера* провального й карстового походження трапляються групами та поодинокі. Найбільш відома група Шацьких озер (складається із 22 озер). Найбільше з них – оз. *Свитязь* (площа дзеркала $24,5 \text{ км}^2$, найбільша глибина 58 м) – називають Українським Байкалом. Серед інших великих озер Шацької групи популярністю серед туристів користуються такі: Пулемецьке ($16,3 \text{ км}^2$), Турське ($13,5 \text{ км}^2$), Луки ($6,7 \text{ км}^2$), Біле, Довге.

Придунайські озера – заплавного походження, більшість із них мілководні та з'єднані між собою протоками й каналами. Тут розміщено найбільше прісноводне озеро України – *Яллуз* (149 км^2), з'єднане з озером Кугурлуй. Цікавими для краєзнавців озерами є Китай (60 км^2) та Катлабуг (68 км^2).

На узбережжі Чорного моря розміщені 22 озера-лимани: Сасик (210 км^2), Тилігуйський (160 км^2), Хаджибейський (70 км^2), Алібей (72 км^2), Шагани (70 км^2), Куяльницький (61 км^2), Будацький (30 км^2) тощо.

На території тимчасово окупованої АР Крим найбільшими є такі озера: Сасик-Сиваш (76,3 км²), Донузлав (46,2 км²), Айгульське (37,5 км²), Актакське (26,8 км²), Узунларське (21,2 км²), Кирлеуцьке (20,8 км²), Тобечицьке (18,7 км²) та ін.; на узбережжі Азовського моря – Молочний лиман (170 км²).

Найбільшими в Україні є *Дніпровський* (860 км²) і *Дністровський* (360 км²) *лимани*.

Карпатські озера за способом виникнення розподіляють на льодовикові, вулканічні та завальні. Серед туристів і краєзнавців найбільшою популярністю користуються славнозвісні високогірні карпатські озера *льодовикового походження*: Бребенескул (на висоті 1 801 м), Брескул (1 750 м), Несамовите (1 750 м), Верхнє (1 628 м), Драгобратське (1 600 м), Нижнє (1 515 м), Марічейка (1 510 м), Ворожеська (1 460 м), Шибене (1 024 м), Озірце (1 000 м), Синевир (989 м), Ворочівське (706 м), Синяк (600 м).

Найбільші *штучні водойми* України створено на Дніпрі. Це Київське (площа водного дзеркала 922 км²), Канівське (582 км²), Кременчуцьке (2 252 км²), Дніпродзержинське (567 км²), Дніпровське (410 км²) і Каховське (2 155 км²) водосховища. Функціонують також великі водосховища на інших річках держави: Дністровське (142 км²) на Дністрі, Червонооскільське (123 км²) і Печенізьке (86,2 км²) на Сіверському Дінці, Ладжиженське (20,8 км²) на Південному Бузі, Старобільське (8,3 км²) на Кальміусі.

Україна багата на запаси різноманітних *мінеральних вод*. За експлуатаційними запасами мінеральних вод виділяють: Закарпатську, Львівську, Хмельницьку, Вінницьку, Полтавську, Одеську та інші області, тимчасово окуповану АР Крим, у межах яких на основі затверджених запасів мінеральних вод здавна діють такі загальновідомі курорти, як Трускавець, Моршин, Східниця, Немирів, Шкло, Черче, Свалява, Шешори, Сатанів, Хмільник, Миргород, Березівка, Куяльник, Євпаторія, Саки.

Перспективними з погляду розвитку краєзнавства та туризму є лісові та озерні природні територіальні комплекси **Полісся**. Проте значну частину цієї території забруднено радіоактивними речовинами внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС. Екологічно чистою залишилася лише територія західної частини Волинської області, де особливе місце серед рекреаційно привабливих територій посідає Шацький національний природний парк [21].

6.3. Природоохоронна діяльність (досвід України та інших країн світу)

Правове регулювання сфери довкілля існувало ще в давні часи. Спочатку закони охороняли об'єкти природи як одну з форм приватної власності. Такого роду закони були в кодексу Хаммурапі (XVIII ст. до н. е.), у законах Ману (II ст. до н. е.), у "Руській правді" (X – XI ст. н. е.). У нашому регіоні ухвалення перших таких законів пов'язано з ім'ям Ярослава Мудрого в часи Київської Русі. Наприкінці XI та початку XII ст. у "Руську правду" було додано статтю про покарання штрафом за розорення бджолиних вуликів. 1640 р. було ухвалено перший закон про охорону якості міського середовища.

Охорону природи мають здійснювати лише в поєднанні із сільським господарством, оскільки тут можна урівноважити найзначніші за площею екосистеми.

У міжнародному екологічному праві провідне місце посідає *принцип запобігання*, відповідно до якого основною метою цивільних дій є запобігання порушенням природного середовища, а не ліквідація наслідків таких порушень.

У Європейському Співтоваристві з 1987 р. набуває поширення ініціатива Франції в галузі сумісної міждержавної охорони природи, у результаті чого було створено багато міждержавних структур.

Одним із найважливіших завдань охорони природи є збереження біологічного різноманіття. В ухваленні концепції охорони біологічного різноманіття велику роль зіграла Конвенція про охорону біологічного різноманіття (the Convention on Biological Diversity), схвалена на Конференції ООН з питань довкілля та розвитку (the Rio Earth Summit, Ріо-де-Жанейро, 1992 р., 179 країн).

Червона книга України – це основний державний документ, у якому узагальнено матеріали про сучасний стан рідкісних рослин і тварин у країні, на підставі якого розробляють наукові та практичні заходи, спрямовані на їхню охорону, відтворення й раціональне використання. Окрім друкованих видань (на разі чинною є 3-тя версія 2009 р.), усю інформацію розміщено на офіційному сайті (режим доступу: <https://redbook-ua.org>).

Відповідно до визнаної у світі практики, перелік рідкісних видів мають переглядати щонайменше раз на 10 років, тобто 4-й випуск Червоної

книги України мав з'явитися 2019 р., проте через складну економічну ситуацію останніх років не виділяли достатньо коштів на природоохоронні заходи.

Залежно від стану та ступеня загрози для популяції видів тварин, рослин та грибів, занесених до Червоної книги України, їх розподіляють на сім категорій (ст. 13 Закону України "Про Червону книгу України"), які схожі, але не ідентичні категоріям, затвердженими Міжнародний союзом охорони природи (МСОП) (the International Union for Conservation of Nature categorisation, IUCN, 1994; 2001) [72].

Червона книга України визначає такі природоохоронні статуси:

зниклі – це види, про які після неодноразових пошуків, здійснених у типових місцевостях або в інших відомих та можливих місцях поширення, відсутня будь-яка інформація про наявність їх у природі чи спеціально створених умовах;

зниклі у природі – це види, які зникли у природі, але збереглися у спеціально створених умовах;

ті, що зникають – це види, які перебувають під загрозою зникнення у природних умовах і збереження яких є малоімовірним, якщо буде тривати дія чинників, що негативно впливають на стан їхніх популяцій;

уразливі – види, які в найближчому майбутньому може бути зараховано до категорії тих, що зникають, якщо буде тривати дія чинників, що негативно впливають на стан їхніх популяцій;

рідкісні – це види, популяції яких невеликі й нині не належать до категорії тих, що зникають, чи вразливих, хоча їм і загрожує небезпека;

неоцінені – це види, про які відомо, що вони можуть належати до категорії тих, що зникають, уразливих чи рідкісних, але ще не зараховані до неї;

недостатньо відомі – це види, які не можна зарахувати до жодної із зазначених категорій через відсутність необхідної повної достовірної інформації.

Категорії, згідно із природоохоронним статусом, що визначає МСОП, такі (рис. 6.2) [78]:

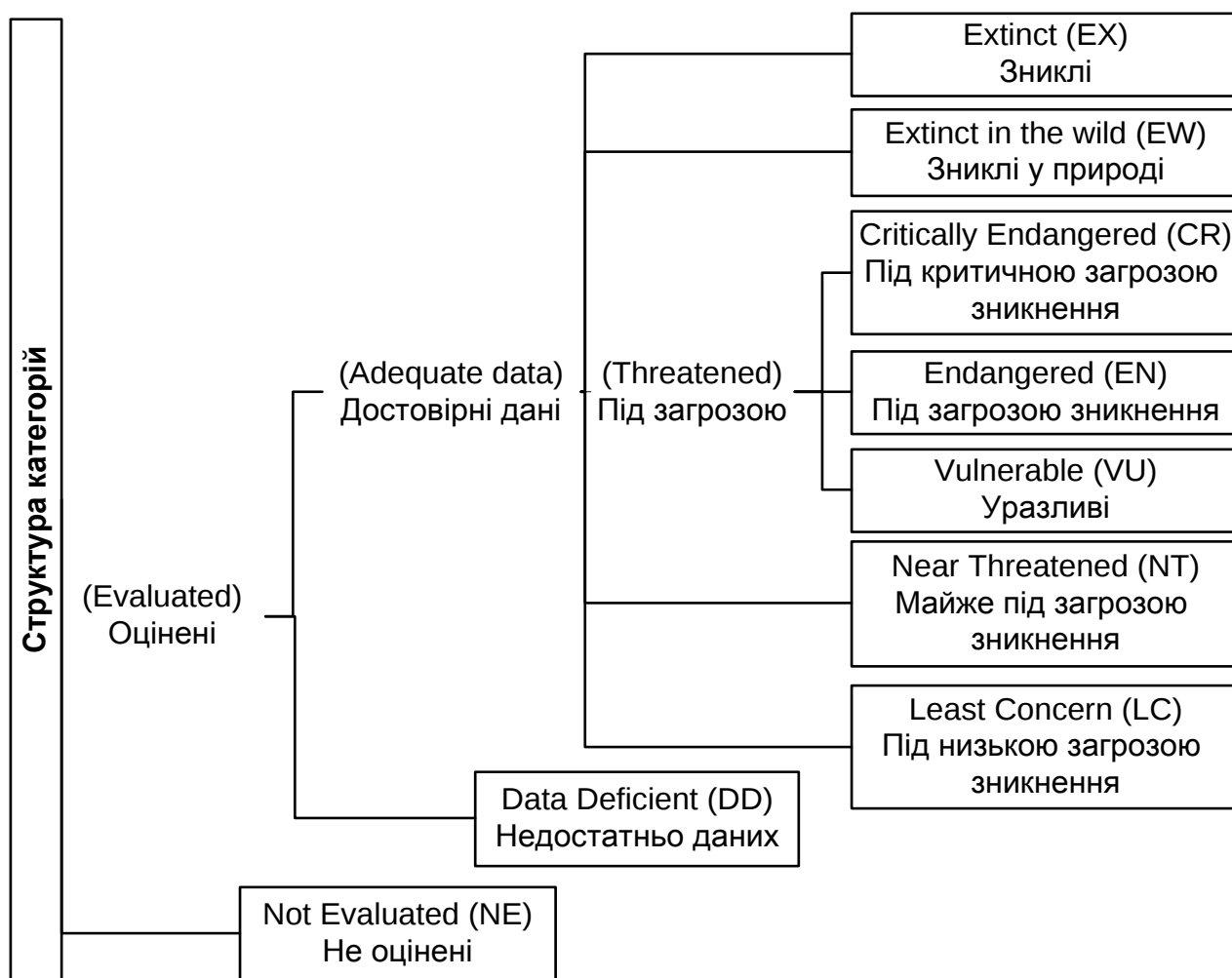


Рис. 6.2. Структура категорій МСОП (2001, Випуск 3.1)

Зниклі – немає жодних сумнівів, що остання особина померла. Таксон визнають вимерлим, коли за ретельного обстеження його відомих і/або передбачуваних місць існування у відповідний час (доба, сезон, рік) у межах його історичного ареалу не виявлено жодної особини. Обстеження мають здійснювати протягом терміну, що відповідає життєвому циклу таксонів та окремих біологічних одиниць.

Зниклі в дикій природі – залишилися лише особини, що вижили, завдяки вирощуванню, у неволі або як натуралізована популяція (або популяцій), набагато меншої за минулу чисельність. Таксон визнають зниклим у дикій природі, коли за ретельного обстеження його відомих і/або передбачуваних місць існування у відповідний час (доба, сезон, рік) у межах його історичного ареалу не виявлено жодної особини. Обстеження мають здійснювати протягом терміну, що відповідає життєвому циклу таксонів та окремих біологічних одиниць.

Під критичною загрозою зникнення – найкращі наявні дані показують, що таксон не відповідає жодному із критеріїв (А – Е за відповідною класифікацією для видів під критичною загрозою зникнення), і тому вважають таксоном із надзвичайно високим ризиком зникнення в дикій природі.

Під загрозою зникнення – найкращі наявні дані показують, що таксон відповідає хоча б одному із критеріїв А – Е для видів під загрозою зникнення, і тому розглядають як такий, що стоїть перед дуже високим ризиком зникнення в дикій природі.

Уразливі – найкращі наявні дані показують, що таксон відповідає хоча б одному із критеріїв А – Е для вразливих видів, і тому розглядають як такий, що стоїть перед дуже високим ризиком зникнення в дикій природі.

Майже під загрозою зникнення – таксон оцінювали за відповідними критеріями, він не може претендувати на внесення до попередніх категорій, але може потрапити до зазначених груп найближчим часом.

Під низькою загрозою зникнення – таксон оцінювали за відповідними критеріями, але він не може претендувати на внесення до попередніх категорій. Сюди вносять значно поширені та чисельні таксони.

Недостатньо даних – недостатньо інформації для прямого або опосередкованого оцінювання ризику зникнення на основі розподілу таксонів та/або стану популяції. Таксони в цій категорії може бути добре вивчено, і їхня поведінка бути добре відомою, але не вистачає відповідних даних про кількість та/або поширення видів. Недолік даних, отже, не є категорією за рівнем загрози зникнення.

Неоцінені – таксон ще не було оцінено за критеріями.

Різниця між цими підходами в тому, що класифікація МСОП переважно ґрунтується на структурі (динаміка, кількість) популяції та її загальному стані на певній території, порівняно з поширенням у світі. Хоча вітчизняна практика враховує ці критерії, тенденції щодо зміни в межах України є одним із головних чинників. Отже, згідно з українською класифікацією, не виділяють вид, який зник із території України, але його зустрічають у природних зонах за межами країни (табл. 6.3).

Такі види вносять до другої категорії – "зниклі в дикій природі" (в Україні) [72].

Деградація природних систем – це загальне явище, і тому ценози (угруповання видів) потребують охорони не менше, ніж окремі види. Українські ботаніки першими у світі поставили питання про необхідність в охороні рослинних угруповань та розробили методологічну основу їхньої реєстрації

в **Зеленій книзі**. Перший список рідкісних рослинних угруповань Карпат, які потребують охорони, було надруковано 1977 р., а першу Зелену книгу України було видано 1987 р.

Зелена книга України виділяє як рідкісні та ценози, що зникають і потребують охорони, так і типові ценози різного рангу: лісові, степові, лугові, водні, болотні, чагарникові.

Найефективнішим засобом охорони біорізноманіття унікальних та типових природних комплексів є заповідники [40]. Організаційно-правові основи ведення заповідної справи визначено Законом України "Про природно-заповідний фонд України" та ухваленими законодавчими актами.

Таблиця 6.3

**Види рослин, занесені до Червоної книги України (2009)*,
за областями (регіонами)**

Області (регіони)	Категорія загроз							Разом
	зниклі в Україні	зниклі в дикій природі в Україні	під загрозою зникнення	уразливі	рідкісні	неоцінені	маловивчені	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
АР Крим	–	3	58	135	96	33	9	334
Вінницька	–	2	7	41	13	22	–	85
Волинська	–	–	10	61	21	17	–	109
Дніпропетровська	–	1	4	42	13	13	–	73
Донецька	–	–	18	61	25	26	11	141
Житомирська	–	–	11	58	21	21	–	111
Закарпатська	–	6	52	88	100	22	–	268
Запорізька	–	–	4	36	12	12	–	64
Івано-Франківська	1	2	30	80	84	28	12	237
Київська	–	–	16	57	26	18	–	117
Кропивницька (Кіровоградська)	–	–	–	35	8	12	–	55
Львівська	–	3	29	79	41	26	–	178
Луганська	–	–	16	45	20	28	7	116
Миколаївська	–	–	7	41	23	14	2	87
Одеська	–	–	14	66	36	20	3	139

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Полтавська	–	–	7	41	10	24	–	82
Рівненська	–	–	9	54	23	18	–	104
Сумська	–	–	9	41	13	21	1	85
Тернопільська	1	–	15	48	30	24	–	118
Харківська	–	–	9	57	15	28	2	111
Херсонська	–	–	13	70	25	16	3	127
Хмельницька	–	–	14	56	19	24	–	113
Черкаська	–	–	8	42	20	18	–	88
Чернівецька	1	1	19	57	37	25	1	141
Чернігівська	–	–	7	38	14	21	–	80
Усього	3	18	386	1 429	745	531	51	3 163

* Із 2009 р. перелік рідкісних видів офіційно не оновлювався.

Закон України "Про природно-заповідний фонд України" складається з 11 розділів (67 статей) та регулює економічні, соціальні, правові та екологічні засади природно-заповідного фонду в Україні. Його розділи такі:

Розділ 1. Загальні положення.

Розділ 2. Управління в галузі організації охорони та використання природно-заповідного фонду.

Розділ 3. Режим територій та об'єктів природно-заповідного фонду (природні заповідники, біосферні заповідники, національні природні парки, регіонально-ландшафтні парки, заказники, пам'ятки природи, заповідні урочища, ботанічні сади, дендрологічні парки, зоологічні парки, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва).

Розділ 4. Охоронні зони територій та об'єктів природно-заповідного фонду.

Розділ 5. Науково-дослідні роботи на територіях та об'єктах природно-заповідного фонду.

Розділ 6. Екологічне забезпечення організації та функціонування природно-заповідного фонду.

Розділ 7. Порядок утворення й оголошення територій та об'єктів природно-заповідного фонду.

Розділ 8. Державний кадастр територій та об'єктів природно-заповідного фонду.

Розділ 9. Охорона територій та об'єктів природно-заповідного фонду.

Розділ 10. Відповідальність за порушення законодавства про природно-заповідний фонд.

Розділ 11. Міжнародне співробітництво в галузі охорони й використання територій та об'єктів природно-заповідного фонду та ін.

Цей Закон визначає правові основи організації, охорони, ефективного використання природно-заповідного фонду України, відтворення його природних комплексів та об'єктів.

Природно-заповідний фонд становлять ділянки суші та водного простору, природні комплекси й об'єкти яких мають особливу природоохоронну, наукову, естетичну, рекреаційну та іншу цінність і виділені, із метою збереження природної різноманітності ландшафтів, генофонду тваринного й рослинного світу, підтримання загального екологічного балансу та забезпечення фонового моніторингу навколишнього природного середовища. У зв'язку із цим законодавством України, природно-заповідний фонд охороняють як національне надбання, щодо якого встановлено особливий режим охорони, відтворення та використання. Україна розглядає цей фонд як складову частину світової системи природних територій та об'єктів, що перебувають під особливою охороною. Найвідоміші заповідники України наведено в табл. 6.4 [63, 69]:

Таблиця 6.4

Заповідники України

Назви	Місцезнаходження*	Дати заснування	Площі, га
1	2	3	4
<i>Біосферні заповідники України</i>			
Асканія Нова	Херсонська область, Чаплинський р-н	1898 р.	33 307,6
Чорноморський	Херсонська область, Голопристанський р-н, Миколаївська область, Очаківський р-н	14.07.1927 р.	89 129,0
Карпатський	Закарпатська область, Рахівський, Тячівський, Хустський, Виноградівський р-н	12.11.1968 р.	53 630,0
Дунайський	Одеська область, Кілійський та Татарбунарський р-ни	23.04.1981 р.	50 252,9
<i>Природні заповідники України</i>			
Кримський	Автономна Республіка Крим, м. Алушта	1913 р.	44 175,0
Канівський	Черкаська область, Канівський р-н	30.07.1923 р.	2 027,0

Закінчення табл. 6.4

1	2	3	4
Український степовий	Донецька область, Новоазовський, Володарський, Слов'янський і Краснолиманський р-ни; Запорізька область, Куйбишевський р-н; Сумська область, Лебединський р-н	22.07.1961 р.	2 768,4
Луганський	Луганська область, Станично-Луганський, Міловський і Свердловський райони	12.11.1968 р.	2 122,0
Поліський	Житомирська область, Овруцький та Олевський р-ни	12.11.1968 р.	20 104,0
Ялтинський гірсько-лісовий	Автономна Республіка Крим м. Ялта	20.02.1973 р.	14 523,0
Мис Мартьян	Автономна Республіка Крим, м. Ялта	20.02.1973 р.	240,0
Карадазький	Автономна Республіка Крим, м. Феодосія (36 км на південний захід від м. Феодосії між Отузькою (на південному заході) і Коктебельською (на північному сході) долинами та між населеними пунктами Коктебель, Щебетовка, Курортне)	09.08.1979 р.	2 874,2
Розточчя	Львівська область, Яворівський р-н	05.11.1984 р.	2 084,5
Медобори	Тернопільська область, Гусятинський, Підволочинський і Кременецький р-ни	08.02.1990 р.	10 521,0
Дніпровсько-Орільський	Дніпропетровська область, Дніпропетровський і Петриківський р-ни	15.11.1990 р.	3 766,2
Єланецький степ	Миколаївська область, Єланецький і Новоодеський р-ни	17.07.1996 р.	1 675,7
Горгани	Івано-Франківська область, Надвірнянський р-н	12.09.1996 р.	5 344,2
Казантипський	Автономна Республіка Крим, Ленінський р-н	12.05.1998 р.	450,1
Опукський	Автономна Республіка Крим, Ленінський р-н	12.05.1998 р.	1 592,3
Рівненський	Рівненська область, Володимирецький, Дубровицький, Рокитнівський і Сарненський райони	3.04.1999 р.	42 288,7
Черемський	Волинська область, Маневицький р-н	19.12.2001 р.	2 975,7
Древлянський	Житомирська область, Народицький р-н	11.12.2009 р.	30 872,8
Михайлівська цілина	Сумська область, захід Лебединського р-ну, частково в межах Недригайлівського р-ну	11.12.2009 р.	882,9

* Зокрема наведено заповідники на окупованих територіях АР Крим, частині Донецької та Луганської областей.

Найвідоміші національні природні парки України наведено в табл. 6.5 [62]:

Таблиця 6.5

Національні природні парки України

Назви	Роки створення	Площі (га)	Області* (регіони)
1	2	3	4
Азово-Сиваський	1993	52 154	Херсонська
Бузький Гард	2009	6 138	Миколаївська
Білобережжя Святослава	2009	35 223	Миколаївська
Білоозерський	2009	7 014	Київська
Великий Луг	2006	16 756	Запорізька
Верхнє Побужжя	2013	108 000	Хмельницька
Верховинський	2010	12 023	Івано-Франківська
Вижницький	1995	7 928	Чернівецька
Галицький	2004	14 685	Івано-Франківська
Гетьманський	2009	23 360	Сумська
Голосіївський	2007	4 525	м. Київ
Гомільшанські ліси	2004	14 315	Харківська
Гуцульщина	2002	32 271	Івано-Франківська
Дворічанський	2009	3 131	Харківська
Дермансько-Острозький	2009	1 648	Рівненська
Деснянсько-Старогутський	1999	16 215	Сумська
Джарилгацький	2009	10 000	Херсонська
Дністровський каньйон	2010	10 829	Тернопільська
Залісся	2009	14 836	Чернігівська, Київська
Зачарований край	2009	6 101	Закарпатська
Кармелюкове Поділля	2010	20 203	Вінницька
Карпатський	1980	50 303	Івано-Франківська
Кременецькі гори	2009	6 951	Тернопільська
Мезинський	2006	31 035	Чернігівська
Меотида	2009	20 720	Донецька
Нижньодністровський	2008	21 311	Одеська
Нижньосузьський	2010	16 879	Полтавська
Олешківські піски	2010	8 020	Херсонська
Пирятинський	2009	12 028	Полтавська
Подільські Товтри	1996	261 316	Хмельницька
Приазовський	2010	78 127	Запорізька
Прип'ять-Стохід	2007	39 316	Волинська

1	2	3	4
Північне Поділля	2010	15 588	Львівська
Святі Гори	1997	40 609	Донецька
Синевир	1989	40 400	Закарпатська
Сколівські Бескиди	1999	35 684	Львівська
Слобожанський	2009	5 244	Харківська
Тузловські лимани	2010	27 865	Одеська
Ужанський	1999	39 159	Закарпатська
Хотинський	2010	9 400	Чернівецька
Чарівна гавань	2009	6 270	АР Крим
Черемоський	2009	7 118	Чернівецька
Шацький	1983	32 515	Волинська
Яворівський	1998	7 079	Львівська
Ічнянський	2004	9 666	Чернігівська

* Зокрема наведено заповідники на окупованих територіях АР Крим, частині Донецької та Луганської областей.

Як повідомляє Міністерство екології та природних ресурсів України, станом на 01.01.2020 р. природно-заповідний фонд України має у своєму складі 8 512 території та об'єктів загальною площею 4,418 млн га в межах території України (фактична площа 4,085 млн га) та 402,5 тис. га в межах акваторії Чорного моря. Відношення фактичної площі природно-заповідного фонду до площі держави становить 6,77 %.

Протягом 2019 р. кількість об'єктів та територій природно-заповідного фонду загальнодержавного та місцевого значення збільшилася на 116 од. загальною площею 94 224,2 га. За 2019 р. створено 116 територій та об'єктів природно-заповідного фонду, розширено 9, зменшено площу 3, скасовано статус 1 та змінено категорію 13 об'єктів.

Зокрема, за 2019 р. площа природно-заповідного фонду найбільше збільшилася в Рівненській (на 22 018,21 га), Херсонській (на 15 911,84 га), Запорізькій (на 13 115 га), Львівській (на 12 800,6471 га) та Закарпатській (на 11 716,2 га) областях. У Волинській, Харківській та Чернівецькій області змін у природно-заповідному фонді не відбулося.

Незважаючи на те що перелік об'єктів розміщено на офіційному сайті міністерства, немає посилання на єдиний кадастр, що унеможливорює уточнення дійсного переліку всіх об'єктів.

6.4. Правове регулювання природоохоронної діяльності

Природні рекреаційні ресурси – це природні об'єкти, явища, процеси або окремі елементи рельєфу, які виявляють на певній площі протягом певного часу та які може бути використано для цілей рекреації й туризму. До них належать: клімат, водні ресурси, мінеральні джерела й лікувальні грязі, рельєф, печери, рослинний і тваринний світ, природні пам'ятки й заповідники, мальовничі ландшафти, унікальні природні об'єкти та ін. [13].

У Конвенції про охорону всесвітньої культурної та природної спадщини (the Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, ухвалена 1972 р.) під природною спадщиною розуміють три види об'єктів:

природні пам'ятки, що складаються з фізичних і біологічних утворень або груп таких утворень, що мають видатну універсальну цінність із погляду естетики й науки;

геологічні та фізιοграфічні утворення й точно обмежені зони, що становлять ареал видів, які піддаються загрозам, тварин і рослин, які мають видатну універсальну цінність із погляду науки або консервації;

природні визначні місця або суворо обмежені природні зони, що мають видатну універсальну цінність із погляду науки або природної краси.

До природно-заповідного фонду України належать:

природні території та об'єкти – природні заповідники, біосферні заповідники, національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, заказники, пам'ятки природи, заповідні урочища;

штучно створені об'єкти – ботанічні сади, дендрологічні парки, зоологічні парки, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва.

Природні заповідники – це природоохоронні, науково-дослідні установи загальнодержавного значення, що створюють, із метою збереження у природному стані типових або унікальних для цієї ландшафтної зони природних комплексів з усією сукупністю їхніх компонентів, вивчення природних процесів і явищ, що відбуваються в них, розроблення наукових засад охорони навколишнього природного середовища, ефективного використання природних ресурсів та екологічної безпеки.

Біосферні заповідники є природоохоронними, науково-дослідними установами міжнародного значення, що створюють, із метою збереження

у природному стані найбільш типових природних комплексів біосфери, здійснення фонового екологічного моніторингу, вивчення навколишнього природного середовища, його змін під дією антропогенних чинників.

Національні природні парки є природоохоронними, рекреаційними, культурно-освітніми, науково-дослідними установами загальнодержавного значення, що створюють, із метою збереження, відтворення й ефективного використання природних комплексів та об'єктів, які мають особливу природоохоронну, оздоровчу, історико-культурну, наукову, освітню й естетичну цінність.

Регіональні ландшафтні парки є природоохоронними рекреаційними установами місцевого чи регіонального значення, що створюють, із метою збереження у природному стані типових або унікальних природних комплексів та об'єктів, а також забезпечення умов для організованого відпочинку населення.

Заказниками оголошують природні території (акваторії), із метою збереження та відтворення природних комплексів чи їхніх окремих компонентів.

Пам'ятками природи оголошують окремі унікальні природні утворення, що мають особливе природоохоронне, наукове, естетичне й пізнавальне значення, із метою збереження їх у природному стані.

Заповідними урочищами оголошують лісові, степові, болотні та інші відокремлені цілісні ландшафти, що мають важливе наукове, природоохоронне й естетичне значення, із метою збереження їх у природному стані.

Закон України "Про природно-заповідний фонд України" під *природно-антропогенними* розуміє такі природні ресурси, які зазнали впливу людини та перебувають під певним режимом охорони через свою цінність для держави.

Ботанічні сади створюють, із метою збереження, вивчення, акліматизації, розмноження у спеціально створених умовах та ефективного господарського використання рідкісних і типових видів місцевої та світової флори шляхом створення, поповнення та збереження ботанічних колекцій, ведення наукової, навчальної й освітньої роботи.

Дендрологічні парки створюють, із метою збереження та вивчення у спеціально створених умовах різноманітних видів дерев і чагарників та їхніх композицій, для найбільш ефективного наукового, культурного, рекреаційного та іншого використання.

Зоологічні парки створюють, із метою організації екологічної освітньо-виховної роботи, створення експозицій рідкісних, екзотичних і місцевих видів тварин, збереження їхнього генофонду, вивчення дикої фауни та розроблення наукових основ її розведення в неволі.

Парками-пам'ятками садово-паркового мистецтва оголошують найбільш визначні та цінні зразки паркового будівництва, із метою охорони їх і використання з естетичними, виховними, науковими, природоохоронними та оздоровчими цілями.

Заказники, пам'ятки природи, ботанічні сади, дендрологічні парки, зоологічні парки та парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, залежно від їхньої екологічної й наукової, історико-культурної цінності можуть бути *загальнодержавного або місцевого значення*.

Залежно від походження, інших особливостей, мети й необхідного режиму охорони, **заказники** розподіляють на ландшафтні, лісові, ботанічні, загальнозоологічні, орнітологічні, ентомологічні, іхтіологічні, гідрологічні, загальногеологічні, палеонтологічні та карстово-спелеологічні; **пам'ятки природи** розподіляють на комплексні, ботанічні, зоологічні, гідрологічні та геологічні.

Режим територій та об'єктів природно-заповідного фонду – це сукупність науково обґрунтованих екологічних вимог, норм і правил, які визначають правовий статус, призначення цих територій та об'єктів, характер допустимої діяльності в них, порядок охорони, використання та відтворення їхніх природних комплексів.

На території деяких об'єктів природно-заповідного фонду встановлюють диференційований режим охорони, відтворення та використання природних комплексів, згідно з функціональним зонуванням, у межах:

біосферних заповідників: заповідна зона; буферна зона; зона антропогенних ландшафтів; можуть виділяти зони регульованого заповідного режиму, до складу яких входять регіональні ландшафтні парки, заказники, заповідні урочища з дотриманням вимог щодо їхньої охорони;

національних природних парків: заповідна зона; зона регульованої рекреації; зона стаціонарної рекреації; господарська зона;

ботанічних садів: експозиційна; наукова; заповідна зони;

зоологічних парків: експозиційна; наукова; рекреаційна; господарська зони.

Режим охоронних зон територій та об'єктів природно-заповідного фонду визначають з урахуванням характеру господарської діяльності

на прилеглих територіях на основі оцінювання її впливу на навколишнє природне середовище.

В охоронних зонах не допущено будівництво промислових та інших об'єктів, розвиток господарської діяльності, яка може призвести до негативного впливу на території та об'єкти природно-заповідного фонду. Оцінювання такого впливу здійснюють на основі екологічної експертизи, що проводять у порядку, установленому законодавством України.

Ефективну організацію та функціонування природно-заповідного фонду забезпечують на основі використання таких *економічних засобів*:

економічного обґрунтування організації та розвитку природно-заповідного фонду;

економічного оцінювання територій та об'єктів природно-заповідного фонду, ведення їхнього кадастру;

диференційованого визначення джерел і нормативів фінансування організації та функціонування природно-заповідного фонду;

надання відповідним підприємствам, установам та організаціям, що забезпечують функціонування природно-заповідного фонду, податкових та інших пільг;

компенсації у встановленому порядку збитків, завданих порушенням законодавства про природно-заповідний фонд.

Підготовка й подання клопотань про створення чи оголошення територій та об'єктів природно-заповідного фонду можуть здійснюватися органами центральної виконавчої влади в галузі охорони навколишнього природного середовища, науковими установами, природоохоронними громадськими об'єднаннями або іншими зацікавленими підприємствами, установами, організаціями та громадянами. Клопотання подають до державних органів, уповноважених проводити їхній попередній розгляд.

Клопотання про необхідність у створенні чи оголошенні територій та об'єктів природно-заповідного фонду попередньо розглядають у місячний строк:

щодо територій та об'єктів загальнодержавного значення – центральним органом виконавчої влади в галузі охорони навколишнього природного середовища;

щодо територій та об'єктів місцевого значення – органами цього центрального органу виконавчої влади на місцях.

Рішення про створення природних заповідників, національних природних парків, а також щодо інших територій та об'єктів природно-заповідного фонду загальнодержавного значення ухвалює Президент України.

Із метою недопущення знищення або руйнування в результаті господарської діяльності цінних для заповідання природних територій та об'єктів, до ухвалення у встановленому порядку рішень про організацію чи оголошення територій та об'єктів природно-заповідного фонду і виділення необхідних для цього коштів здійснюють їхнє резервування.

Території, що резервують, із метою подальшого заповідання, залишають у володінні їхніх землевласників та землекористувачів і використовують за цільовим призначенням із дотриманням особливих вимог охорони навколишнього природного середовища, що визначають рішеннями про резервування. Водночас власникам та користувачам природних ресурсів, із метою відшкодування збитків, пов'язаних з обмеженням господарської діяльності, можуть встановлювати пільги.

Державний кадастр територій та об'єктів природно-заповідного фонду містить відомості про правовий статус, належність, режим, географічне положення, кількісні та якісні характеристики цих територій та об'єктів, їхню природоохоронну, наукову, освітню, виховну, рекреаційну й іншу цінність, геопросторові дані; ведеться центральним органом виконавчої влади в галузі охорони навколишнього природного середовища та його органами на місцях коштом державного бюджету.

Загальнодержавну програму формування національної екологічної мережі України на 2000 – 2015 рр. було розроблено в контексті вимог щодо подальшого опрацювання, удосконалення та розвитку екологічного законодавства України, а також, відповідно до рекомендацій Усеєвропейської стратегії збереження біологічного та ландшафтного різноманіття (the Pan-European Biological and Landscape Diversity Strategy, 1995 р.) щодо питання формування Всеєвропейської екологічної мережі (the Pan-European Ecological Network) як єдиної просторової системи територій країн Європи із природним або частково зміненим станом ландшафту [58].

Формування екологічної мережі передбачає зміни у структурі земельного фонду країни шляхом зарахування (на підставі обґрунтування екологічної безпеки й економічної доцільності) частини земель господарського використання до категорій, що підлягають особливій охороні з відтворенням притаманного їм різноманіття природних ландшафтів.

На сьогодні чинним є Закон України "Про екологічну мережу України" (затверджений Указом Президента № 1864-IV від 24.06.2004 р., останні зміни відбулися 2018 р.).

Національна екологічна мережа охоплює частину земель країни, на яких збереглися майже незмінені чи частково змінені природні ландшафти.

Правовою основою формування національної екологічної мережі є закони України "Про охорону навколишнього природного середовища", "Про природно-заповідний фонд України", "Про тваринний світ", "Про рослинний світ", Земельний, Лісовий та Водний кодекси України.

Природні ділянки міжнародного значення створюють, відповідно до міжнародних договорів України, зокрема:

Конвенції про водно-болотні угіддя, що мають міжнародне значення, головним чином як середовища існування водоплавних птахів (the Convention on Wetlands of International Importance, Especially as Waterfowl Habitat, 1971 p. (the Ramsar Convention));

Конвенції про охорону всесвітньої культурної та природної спадщини (the Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, 1972 p.);

Конвенції про збереження мігруючих видів диких тварин (the Convention on the Conservation of Migratory Species of Wild Animals (CMS or the Bonn Convention), 1979 p.);

Конвенції про охорону дикої флори і фауни та природних середовищ існування їх у Європі (the Convention on the Conservation of European Wildlife and Natural Habitats (the Berne Convention), 1982);

Конвенції про захист Чорного моря від забруднення (the Convention on the Protection of the Black Sea against Pollution, 1992 p.);

Конвенції про охорону біологічного різноманіття (the Convention on Biological Diversity, 1993 p.), Всеєвропейської стратегії збереження біологічного та ландшафтного різноманіття (the Pan-European Biological and Landscape Diversity Strategy, 1995 p.);

Конвенції про охорону та відтворення транскордонних водотоків і міжнародних озер (the Convention on Protection and Use of Transboundary Watercourses and International Lakes, 1999 p.).

Складовими частинами структурних елементів екологічної мережі є (ст. 5 Закону "Про екологічну мережу України", поточна версія 2018 р. несуттєво відрізняється від попередньої – так, відбулися зміни у класифікації лісів та деякі інші):

- 1) території та об'єкти природно-заповідного фонду;

- 2) землі водного фонду, водно-болотні угіддя, водоохоронні зони;
- 3) землі лісового фонду;
- 4) полезахисні лісові смуги та інші захисні насадження, не зараховані до земель лісового фонду;
- 5) землі оздоровчого призначення з їхніми природними ресурсами;
- 6) землі рекреаційного призначення, які використовують для організації масового відпочинку населення й туризму та проведення спортивних заходів;
- 7) інші природні території та об'єкти (ділянки степової рослинності, пасовища, сіножаті, луки, кам'яні розсипи, піски, солончаки, земельні ділянки, у межах яких є природні об'єкти, що мають особливу природну цінність);
- 8) земельні ділянки, на яких зростають природні рослинні угруповання, занесені до Зеленої книги України;
- 9) території, які є місцями перебування чи зростання видів тваринного й рослинного світу, занесених до Червоної книги України;
- 10) частково землі сільськогосподарського призначення екстенсивного використання (пасовища, луки, сіножаті тощо);
- 11) радіоактивно забруднені землі, що не використовують та підлягають окремій охороні як природні регіони з окремим статусом.

Створення **спільних транскордонних елементів** національної екологічної мережі ще на початку 2000-х рр. планувалися здійснювати у співробітництві з такими країнами: *Польща* – Західнополіський біосферний заповідник, біосферний заповідник Східні Карпати, Розточанський біосферний заповідник; *Білорусь* – Західнополіський біосферний заповідник, Рівненський природний заповідник, національний природний парк "Прип'ять-Стохід" (створений 2007 р.); *Російська Федерація* – Сновський природний заповідник, Луганський природний заповідник, національний природний парк "Меотида" (створений 2009 р.), національний природний парк Донецький кряж; *Молдова* – Нижньодністровський національний природний парк (створений 2008 р.); *Словаччина* – біосферний заповідник "Східні Карпати". Але, у зв'язку із початком кризи 2014 р., створення нових природоохоронних об'єктів було частково призупинено.

Перелік певних об'єктів природно-заповідного фонду, розміщених на території України, можна дістати з декількох нормативно-правових документів, але такі переліки укладають за принципом доповнення (наприклад,

Указ Президента України "Про оголошення територій та об'єктів природно-заповідного фонду загальнодержавного значення"), тобто кожний наступний містить лише перелік об'єктів, щодо яких відбуваються зміни; таким чином, єдиного офіційного переліку у відкритому доступі поки не опубліковано, хоча обласні та місцеві адміністрації публікують власні звіти (так звані *екологічні паспорти* та ін.).

Ключові терміни до теми 6: сталий туризм, екологічний туризм, біологічне різноманіття, Червона книга України, Зелена книга України, природно-заповідний фонд, кліматичні умови, лісовий фонд, ландшафт території, пам'ятки природи.

Рекомендована література: [20; 21; 40; 58; 62; 68; 71; 72; 79; 81; 84].

Висновки до розділу 1

У першому розділі навчального посібника розглянуто основні положення та концепції рекреації, визначено вплив історичних етапів становлення галузі дозвілля на сучасні вимоги до відпочинку та стану рекреаційної інфраструктури; наведено класифікацію видів рекреації, її функцій і типів територіальних рекреаційних систем; репрезентовано діяльність провідних міжнародних організацій у сфері сталого розвитку туризму й обґрунтовано необхідність у переході від відтворювальної економіки до відновлення природних та антропогенних ресурсів; роз'яснено принципи формування вартісних потоків у межах структури рекреаційної системи; проаналізовано статистику міжнародних туристських потоків за макрорегіонами світу й оцінено вплив туристичної діяльності на економіку України, зокрема показники доходів та зайнятості.

Також у розділі досліджено особливості географічного розташування різних видів туристичних ресурсів України, особливу увагу приділено історико-культурним і природним лікувальним ресурсам; наведено методи й підходи до оцінювання рекреаційного потенціалу території та ступеня рекреаційного навантаження. Подано огляд найвідоміших рекреаційних ресурсів за країнами світу.

Тестові завдання до розділу 1

1. Соціальні норми й нормативи, згідно з Законом України "Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії", – це:

а) показники необхідного споживання продуктів харчування, непродовольчих товарів і послуг та забезпечення освітніми, медичними, житлово-комунальними, соціально-культурними послугами;

б) частка споживання продуктів харчування, непродовольчих товарів і послуг та забезпечення освітніми, медичними, житлово-комунальними, соціально-культурними послугами, яку фінансують із державного й місцевого бюджетів;

в) показники необхідного споживання продуктів харчування й забезпечення медичними та житлово-комунальними послугами;

г) частка споживання продуктів харчування та забезпечення медичними й житлово-комунальними послугами, яку фінансують із державного та місцевого бюджетів.

2. Основними складовими частинами сталого розвитку є:

а) сталий соціальний розвиток;

б) сталий економічний розвиток;

в) сталий екологічний розвиток;

г) відповіді а, в;

д) відповіді а, б;

е) відповіді а, б, в;

є) відповіді б, в.

3. Для оцінювання успіхів сталого розвитку на міждержавному рівні країни-члени ЄС використовують 15 провідних показників, які входять до груп:

а) забезпечення мінімального рівня зайнятості; досягнення соціального прогресу, який би відтворював потреби кожного громадянина; ефективність охорони навколишнього природного середовища; обмеження використання природних ресурсів;

б) досягнення соціального прогресу, який би відтворював потреби кожного громадянина; ефективність охорони навколишнього природного середовища; обмеження використання природних ресурсів;

в) забезпечення високого та сталого рівня економічного зростання та зайнятості; досягнення соціального прогресу, який би відтворював потреби середнього класу; ефективність охорони навколишнього природного середовища; обмеження використання природних ресурсів;

г) забезпечення високого та сталого рівня економічного зростання та зайнятості; досягнення соціального прогресу, який би відтворював потреби кожного громадянина; ефективність охорони навколишнього природного середовища; обмеження використання природних ресурсів.

4. Інкрементальне планування – це:

а) пошук оптимальних параметрів системи;

б) удосконалення поточного стану системи;

в) протидія умовам досягнення системою найгірших значень параметрів;

г) підведення параметрів системи під нормативні показники.

5. Високий рівень міжнародної й національної конкуренції на туристичних ринках належить до:

а) довгострокових системних загроз;

б) довгострокових позасистемних загроз;

в) короткострокових системних загроз;

г) короткострокових позасистемних загроз.

6. До найпоширеніших підходів визначення економічного потенціалу окремих територій країни зараховують:

а) критеріальний, балансовий, факторний;

б) балансовий, системний, таксономічний;

в) системний, таксономічний, факторний;

г) критеріальний, балансовий, PEST- аналіз.

7. До методів економічного оцінювання лісових ресурсів не зараховують такий метод:

а) суспільної корисності;

б) валової продуктивності;

в) відновлюваної вартості;

г) рентний.

8. До методів економічного оцінювання водних ресурсів не зараховують такий метод:

- а) ринковий;
- б) дохідний;
- в) витратний;
- г) рентний;
- д) результативний.

9. До методів економічного оцінювання земельних ресурсів не зараховують такий метод:

- а) спосіб майбутнього використання;
- б) відновлюваної вартості;
- в) ринковий;
- г) витратний;
- д) результативний;
- е) капіталізації доходу.

10. Згідно із структурною схемою туристичної сфери, що використовується Радою з подорожей та туризму, підприємства, які постачають продукцію готелям, належать до:

- а) економіки туризму (непрямий внесок);
- б) економіки туризму (прямий внесок);
- в) галузі туризму (непрямий внесок);
- г) галузі туризму (прямий внесок).

Практичні завдання до розділу 1

Розрахункове завдання 1. Розрахуйте економічну ефективність іноземного (в'їзного) туризму за таких умов: валовий валютний дохід країни від іноземних відвідувань – 12 млн у. о.; імпортомісткість туристичних товарів і послуг, що споживаються іноземними туристами – 6 млн у. о.; суспільні витрати країни, що приймає, на товари й послуги, які споживалися іноземними туристами, – 8 млн у. о.

Розрахункове завдання 2. Визначте чисельність персоналу галузей рекреаційної спеціалізації, що здійснюють додаткове й супутнє

обслуговування рекреаційної сфери, та загальну чисельність зайнятих, що обслуговують туристів та екскурсантів, за таких умов:

одноразова чисельність рекреантів – 100 осіб;

чисельність персоналу спеціалізованих і додаткових рекреаційних підприємств, орієнтованих лише на рекреаційне обслуговування, – 20 осіб;

чисельність персоналу підприємств не рекреаційної спеціалізації, які обслуговують спільно рекреаційні та нерекреаційні галузі, – 1 600 осіб;

чисельність постійного населення – 2 000 осіб;

чисельність персоналу, зайнятого обслуговуванням тільки місцевого населення, – 1 200 осіб.

Розрахункове завдання 3. Установлено такі нормативні показники:

розміри території морських пляжів, що містяться в курортних зонах, слід приймати не менше ніж м^2 на одного відвідувача:

а) для дорослих – 5; б) для дітей – 4;

розміри території спеціалізованих лікувальних пляжів для відвідувачів з обмеженою рухливістю слід приймати з розрахунку 8 – 12 м^2 на одного відвідувача;

протяжність берегової лінії морського пляжу на одного відвідувача слід приймати не менше ніж 0,2 м;

розраховувати чисельність одноразових відвідувачів на пляжах слід з урахуванням коефіцієнта одночасного завантаження пляжів (питомої ваги тих, що перебувають на пляжі, щодо загальної чисельності різних категорій відвідувачів):

а) санаторіїв – 0,6 – 0,8;

б) установ відпочинку і туризму – 0,7 – 0,9;

в) позашкільних таборів – 0,5 – 1,0;

г) загального користування для місцевого значення – 0,2;

д) тих, хто відпочиває без путівок, – 0,5.

Ви збираєтеся побудувати готель, однією із конкурентних переваг якого стане наявність власного пляжу в одному з приморських районів України. Місткість готелю ви плануєте на рівні 150 чоловік.

Яка мінімальна площа приморської смуги необхідна для повноцінного відпочинку такої чисельності гостей?

Розрахунково-евристичне завдання 4. Установлено такі нормативні показники (таблиця).

Нормативні показники рекреаційного навантаження на зелені зони

Ландшафти	Рекреаційне навантаження, осіб/га					
	Темнохвойні ліси	Світло-хвойні ліси	Змішані ліси	Широко-листі ліси	Дрібнолисті ліси	Заплавні лісові галявини
Ліс зеленої зони	0,7	1,0	1,5	2,3	3,5	5,0
Рекреаційний ліс	2,5	3,0	3,6	4,5	6,0	8,0
Лісопарк	7,0	8,0	9,0	10,0	12,0	15,0
Парк зони коротко-часного відпочинку	13,0	15,0	17,0	19,0	22,0	26,0

Розрахуйте мінімальну площу лісових насаджень (окремо за кожним видом), які мають перебувати на території рекреаційного району, що планує щоденне завантаження на рівні 200 відвідувачів у високий сезон.

Визначте основні, на вашу думку, напрями розвитку наукового й екологічного туризму в Україні; назвіть найпривабливіші регіони та певні перешкоди, якщо є, для розвитку зазначених видів туризму.

Ситуаційне завдання 5. Обґрунтуйте необхідність у розвитку іноземного (в'їзного) туризму для України.

Назвіть країни – найперспективніші споживчі ринки для національного туристичного продукту (у галузі лікувально-оздоровчих послуг).

Якими ключовими перевагами й недоліками відрізняється український туристичний продукт, порівняно з іншими країнами світу?

Питання для обговорення до розділу 1

1. Особливості формування зайнятості в туристичній галузі в Україні. Ваші рекомендації щодо поліпшення поточного стану справ.

2. Основні характеристики рекреаційного потенціалу країни в галузі міжнародного туризму. Конкурентні переваги та недоліки, які визначають напрямки та інтенсивність туристських потоків.

3. Моделі економічного розвитку рекреаційних систем.

4. Визначення та структура індивідуального часу. Вплив способу життя населення на формування рекреаційної інфраструктури.
5. Уключений, щоденний, щотижневий, вихідного дня, відпускний, компенсаторний, розширений типи відпочинку.
6. Переваги та недоліки дисперсних, моноцентричних і комбінованих систем розселення.
7. Роль державних соціальних трансфертів у формуванні ринку рекреаційних послуг.
8. Рекреаційні норми та способи їхнього розрахунку.
9. Перспективи використання штучних (антропогенних) рекреаційних ресурсів.
10. Структура й елементи рекреаційних кадастрів, їхній взаємозв'язок з іншими державними та регіональними кадастрами.
11. Первинний (прямий), вторинний (опосередкований) та третинний (індукований) вплив туристичної діяльності на економіку країни.
12. Цілі зонування рекреаційних територій. Приклади такого зонування на території провідних туристичних країн Європи та світу.
13. Головні типи світових рекреаційних комплексів. Вплив транснаціональних корпорацій, пов'язаних із організацією подорожей, на їхнє створення та завантаження.
14. Досвід країн-лідерів світового ринку лікувально-оздоровчих послуг.
15. Історичний розвиток курортології в Україні. Найбільш затребувані на сьогодні напрямки та країни, які можуть стати постачальниками туристів.
16. Правові засади діяльності рекреаційної та курортної сфери в Україні. Напрями, які потребують першочергового регулювання.
17. Шляхи зниження впливу чинника сезонності у плануванні розвитку курортів.
18. Приклади найвідоміших урбанізованих рекреаційних комплексів за країнами світу.
19. Спільні риси й суперечності між рекреаційними потребами окремої людини та рекреаційними потребами суспільства.
20. Співвідношення понять "рекреаційна діяльність", "рекреаційне заняття", "функція відпочинку", "рекреаційний потенціал", "рекреаційні час", "рекреаційна галузь", "рекреаційна система".

Запитання для самоконтролю до розділу 1

1. Які основні компоненти рекреаційної системи?
2. Які основні функції виконує рекреаційна система?
3. Які є види рекреаційних систем?
4. Як визначають рекреаційний потенціал території?
5. Що таке "рекреаційне навантаження"?
6. Які є види природних та штучних рекреаційних ресурсів?
7. Як відбулося районування світу за видами рекреаційних ресурсів?
8. Які є головні типи світових рекреаційних комплексів?
9. Назвіть нормативні документи, що встановлюють правовий статус і перелік рекреаційних об'єктів та територій в Україні.
10. У чому полягають шляхи зниження чинника сезонності у плануванні розвитку курортів?
11. Якою є спеціалізація курортів за регіонами України?
12. Що таке "природні рекреаційні комплекси"?
13. У чому полягає екологоцентрована концепція рекреації?
14. У чому полягає гуманоцентрована концепція рекреації?
15. У чому полягає концепція сталого розвитку в туристичній діяльності?
16. Які складові частини сталого розвитку туризму?
17. Які заповідники та національні парки розміщено в Україні?
18. Що таке "біосферні заповідники"?
19. Які природоохоронні статуси визначено у Червоній книзі України?
20. У яких кліматичних зонах розташовано територію України та як це впливає на розташування інфраструктури рекреації й дозвілля?
21. Перелічіть основні курорти Європи, Азії, Північної Америки, Південної та Центральної Америки, Африки, Австралії й Океанії та назвіть їхню рекреаційну спеціалізацію.
22. Назвіть цілі зонування рекреаційних територій на регіональному та національному рівнях управління туристичною діяльністю.
23. Якими є особливості міжнародного законодавства в галузі збереження навколишнього природного середовища?
24. Які завдання зі збереження довкілля покладено на Зелену книгу України?
25. Які головні чинники добробуту населення визначають попит на рекреаційні послуги?

Розділ 2

Економіка туризму та економічні засади функціонування туристичних підприємств

Мета – опанування знань, умінь та навичок щодо організації та планування діяльності туристичного підприємства.

Професійні компетентності: знання особливостей функціонування туристичного ринку; здатність формувати виробничу програму туристичного комплексу; уміння володіти методами організації виробничих процесів та планування діяльності туристичних підприємств; навички у розрахунку витрат на виробництво та збут туристичного продукту.

7. Економічні основи туристичної діяльності

7.1. Важливість туризму для економіки

Туризм – це сфера послуг, яка потребує значних інвестицій в інфраструктуру, будівництво та облаштування. Туризм як сектор народного господарства є економічною діяльністю з потенціалом стимулювання глобального економічного зростання через взаємодію з іншими видами діяльності. Проте справжнє значення туризму полягає не лише в тому, що він сприяє зростанню економіки загалом, а й у тому, що туризм може впливати на економічний та культурний прогрес суспільства, поліпшуючи добробут населення.

Туризм можна визначити як подорож до місця, яке відрізняється від рідного міста чи країни, із різними цілями дозвілля чи діловими, та перебування там протягом певного значного періоду часу.

За визначенням UNWTO, туризм містить діяльність осіб, які подорожують та перебувають у місцях поза їхнім звичним середовищем не більше від одного року поспіль для проведення дозвілля, ділових та інших цілей... Туризм стосується всіх заходів відвідувачів, включно з відвідувачами, які ночують, та відвідувачів одного дня [87]. Туризм визначають як діяльність осіб, визначених як відвідувачі. **Відвідувач** – це той, хто здійснює візит до певного місця за межами свого звичного середовища протягом менш ніж одного року, із будь-якою основною метою, включно

з відпочинком, дозвіллям, бізнесом, охороною здоров'я, освітою чи іншими цілями. Це поняття набагато ширше, ніж традиційне сприйняття туристів, яке включало лише тих, хто подорожує з метою дозвілля.

Незважаючи на те що розширення туризму може сприяти економічному процвітанню країни, економічні, соціальні та екологічні вигоди, які він обумовлює, не є спонтанними. Суб'єкти туристичної діяльності мають належним чином управляти ним шляхом упровадження політики та дій, що дозволяють спрямувати зростання туризму на поліпшення соціально-економічних умов населення.

Туристичний сектор є важливим для економіки будь-якої країни, оскільки сприяє надходженню валюти, стимулює зайнятість та розвиток пов'язаних галузей, тим самим надаючи державі можливості щодо отримання додаткового доходу та забезпечення потенціалу економічного зростання. Певним чином туризм стимулює економічний розвиток. Однак такий вплив залежить від багатьох чинників, зокрема, частки туризму у ВВП, розвитку туристичної інфраструктури, відкритості та географічного розташування країни та багатьох інших.

Туристична галузь надає можливість національним економікам збільшити експортні надходження. Однак не всі надходження від туризму зберігають у країні. Із збільшенням туристського потоку наявна також тенденція до витрачання валюти на імпорتنі товари та послуги, які споживаються туристами під час подорожі. Крім того, частину витрат спрямовано за кордон у вигляді плати за капітальні товари, укладені в туризм. Потреби в імпорті залежать від наявності замінників імпоротної продукції та від якісного рівня туристичної пропозиції в кожній країні.

Сектор туризму має можливість відновити інвестиції в іноземній валюті за дуже короткий проміжок часу. Усесвітня організація туризму підрахувала, наприклад, що пляжний готель середнього класу у країні, що розвивається, за один рік може заробити всю валюту, необхідну для його побудови та обладнання.

Показники економічних результатів туристичної діяльності на місцевості містять оцінювання місцевого доходу, робочих місць та зв'язків бізнесу. Пряме вимірювання туристичної активності, особливо витрат на туризм, становить собою лише часткову картину економічного впливу туристичної діяльності на місцевість.

Валовий прямий економічний вплив туризму – це загальна вартість туристських витрат у районі відвідування. Це стосується витрат на туризм у готелях, ресторанах, магазинах, таксі чи будь-якому бізнесі, який отримує витрати відвідувачів безпосередньо. Однак чистий прямий вплив має враховувати вартість товарів і послуг, які імпортують на цю територію, щоб забезпечити туриста товарами та послугами.

Опосередковані наслідки виникають від економічної діяльності, унаслідок подальших раундів витрат (наприклад, готелі, які купують продукти харчування та напої в місцевих постачальників і користуються послугами місцевих пралень, будівельників, банків, комунальних підприємств тощо). Не всі ці наслідки виникають у місцевих районах, оскільки частину цих витрат буде спрямовано на постачальників в інших регіонах чи на національному рівні.

Індуковані наслідки виникають, унаслідок витрачання доходів місцевих жителів від заробітної плати та прибутку під час прямого й непрямого раунду.

Альтернативні витрати – урахування витрат на використання дефіцитних ресурсів для туризму, на відміну від альтернативних цілей, наприклад, витрати на надання туристичних інформаційних центрів, автостоянки та інших об'єктів, якими користуються відвідувачі (ефект заміщення).

Інвестиційна діяльність виникає, унаслідок капітальних укладень у нові об'єкти туристичної діяльності для відвідувачів приватного чи державного секторів (які також передбачають певний облік можливих витрат).

Важливість туризму впливає із численних переваг, які він надає будь-якій країні перебування. Але справжнє значення туризму впливає з його природи та того, як його визначають і структурують. Туризм сприяє зростанню та розвитку країни: надаючи численні економічні цінності й переваги; по-друге, допомагаючи будувати цінність, імідж та ідентичність країни. Індустрія туризму виходить за межі привабливих напрямів, і є важливим чинником економічного зростання.

Відвідувач – це загальний знаменник, який охоплює всі форми туризму, визначені раніше для одного й того самого кола цілей. Термін охоплює три окремі категорії.

1. Туристи, що є відвідувачами, які перебувають подалі від дому на одну або кілька ночей для будь-якої із цілей туризму (внутрішніх чи за кордоном).

2. Відвідувачі того самого дня, також відомі як відвідувачі туристських днів, які проводять принаймні 3 год від дому поза своїм звичним середовищем для загальних дозвіллевих, рекреаційних та соціальних цілей.

3. Відвідувачі дня відпочинку, що проводять менше ніж 3 год далеко від дому, але поза своїм звичним середовищем, для загального дозвілля, рекреаційних та соціальних цілей. Більшість цієї третьої групи відвідувачів також є мешканцями пунктів призначення та місцевих водосховищ.

Немає чіткого визначення поняття туристичної галузі, це великий сектор, який складається з багатьох окремих складових частин інших галузей. Наприклад: авіакомпанії та інші галузі транспорту; готельне й інші засоби розміщення; галузі дозвілля та розваг тощо. Побічно це містить і впливає на багато інших галузей економіки, таких як: сільське господарство, роздрібна торгівля, будівництво, фінанси страхування тощо.

Термін **галузі туризму** – це міжнародно прийняте визначення UNWTO/OECD для 12 стандартних галузевих класифікацій галузей економіки, які надають товари/послуги, які споживаються відвідувачами. Обороти, пов'язані з туризмом у кожному із цих секторів, вимірюють обліком витрат відвідувачів, тобто з боку попиту, здебільшого у приватному секторі, але включно з деякими товарами/послугами державного сектору. Незважаючи на те що це є зручним та загальним для використання професіоналами, засобами масової інформації та політиками, немає міжнародного чи національного визначення поняття "туристична індустрія".

Туристичні галузі (також їх називають **туристичною діяльністю**) – це діяльність, яка, зазвичай, виробляє характерні туристичні продукти.

Характерними для туризму продуктами є такі, які відповідають одному або обом із наведених далі критеріїв:

витрати на туризм на продукт (або на товари, або на послуги) мають становити значну частку від загальних витрат на туризм (частка витрат/попиту);

витрати на туризм на продукт мають становити значну частку пропозиції товару в економіці (умова частки пропозиції). Цей критерій передбачає, що пропозиція туристичного продукту перестане бути суттєвою за відсутності відвідувачів.

Перелік категорій туристичних характеристик та туристичних галузей подано в табл. 7.1.

**Перелік категорій туристичних характеристик
та туристичних галузей**

Продукція	Галузі
1. Послуги розміщення відвідувачів	1. Проживання для відвідувачів
2. Послуги з обслуговування продуктів харчування та напоїв	2. Діяльність з обслуговування їжі та напоїв
3. Послуги залізничного пасажирського транспорту	3. Залізничний пасажирський транспорт
4. Послуги автомобільного пасажирського транспорту	4. Автомобільний пасажирський транспорт
5. Служби водного пасажирського транспорту	5. Водний пасажирський транспорт
6. Послуги повітряного пасажирського транспорту	6. Повітряний пасажирський транспорт
7. Послуги оренди транспортного обладнання	7. Прокат транспортного обладнання
8. Турагентства та інші послуги бронювання	8. Туристичні агентства та інші послуги із бронювання
9. Культурні послуги	9. Культурна діяльність
10. Спортивно-оздоровчі послуги	10. Спортивно-оздоровчі заходи
11. Характерні для країни туристичні товари	11. Роздрібна торгівля характерними для країни туристичними товарами
12. Характерні для країни туристичні послуги	12. Інші характерні для країни туристичні види діяльності

Термін, який зараз широко використовують, хоча його ще не визначено офіційно, **економіка відвідувачів** належить до загального попиту та пропозиції у всіх секторах, у яких відбувається відвідувальна діяльність і її прями та непрямі наслідки для економіки. Термін "економіка відвідувачів" ширший, ніж визначення туристичних галузей, яке воно містить, й охоплює всіх відвідувачів. Цей термін охоплює діяльність і витрати, пов'язані з постачанням продуктів та послуг для відвідувачів як приватним, так і державним секторами. Сюди також входять, головним чином, діяльність державного сектору та значні витрати на створення, підтримання та розвиток громадської сфери й інфраструктури, у межах якої та через яку здійснюють заходи для відвідувачів. Економіку відвідувачів

можна використовувати щодо міжнародних, національних та міжнародних географічних напрямків чи районів і не обов'язково обмежуватися чинними історичними межами.

Відвідувальні пункти – це місця, які визнають місцями відвідувачів і для яких можна визначити аспекти попиту та пропозиції туристичних послуг у зазначених межах.

За останні два десятиліття подорожі та туризм відігравали важливу роль в економічному зростанні багатьох країн. Різні чинники сприяють збільшенню подорожей по всьому світу: більш високі реальні доходи, більше вільного часу, удосконалені та доступні транспортні системи, високо-ефективні комунікаційні системи, що полегшують маркетинг, та значна кількість туристичних послуг і варіантів, що з'являються в інтернеті в багатьох країнах.

Подорожі та туризм є особливо привабливим варіантом для стимулювання розвитку в сільських країнах і регіонах із низьким рівнем доходу, які раніше значною мірою покладалися на сільське господарство та видобуток природних ресурсів. Розвиток туризму часто забезпечує подвійні переваги створення зайнятості й доходу, одночасно сприяючи культурній спадщині та традиціям.

Сприяння подорожам і туризму може частково підтримувати економічний розвиток, оскільки галузь пов'язано з багатьма іншими галузями економіки, створюючи додатковий попит у широкому спектрі послуг та професій.

Окрім прямих і непрямих наслідків, подорожі та туризм також надають цінні переваги, розвиваючи інфраструктуру, яку можуть використовувати інші галузі, і розширюючи торгівлю, навички й інвестиції в інші галузі, які безпосередньо не пов'язано з туризмом.

Подорожі та туризм надають можливість мешканцям скористатися культурною спадщиною своїх місцевих громад і розвинути товари й послуги, ремесла, місцеву їжу, національні танці, музику, співи, розповіді та послуги, які прагнуть туристи. Ці заходи забезпечують додатковий спосіб існування для домогосподарств, тим самим сприяючи зниженню бідності.

Подорожі та туризм надають поштовх для економічного розвитку через такі різноманітні й потужні канали:

добре розвинена галузь подорожей і туризму може поліпшити доступ до міжнародних ринків, ділові відносини та підвищити торговельні можливості;

розширення можливостей залучення, обумовлене подорожами й туризмом, може сприяти прямим внутрішнім та іноземним інвестиціям і підвищити привабливість регіону як місця розташування штаб-квартири, дистрибуції чи виробничого центру;

такі інвестиції в державну та приватну інфраструктуру, як будівництво приміщень, об'єктів роздрібної торгівлі та продовольчого обслуговування, а також такої інфраструктури, як дороги, мости, порти, аеропорти, автостанції та ін., дає користь усім економічним секторам, а також домогосподарствам;

подорожі та туризм підтримують економічний розвиток, завдяки інтенсивним міжгалузевим зв'язкам, грошовим переказам і збереженню культурної спадщини.

Ці особливості галузі вказують на те, що переваги від розширення подорожей і туризму виходять далеко за межі прямого та непрямого економічного впливу. Подорожі та туризм можуть відігравати ключову роль у більш широкій, довгостроковій стратегії економічного розвитку.

Подорожі та туризм є важливим рушієм економічного, соціального та культурного розвитку як розвинених, так і країн, що розвиваються. На відміну від традиційних галузей промисловості (наприклад, виробництво, зв'язок, фінансові послуги тощо), подорожі та туризм можуть бути важливим економічним рушієм у віддалених районах країн, далеких від економічних центрів, а також у великих ділових та адміністративних центрах.

На відміну від інших галузей, подорожі та туризм мають чіткі переваги як рушій економічного розвитку, зокрема:

щодо абсолютного розміру, зростання та частки експорту, подорожі та туризм є однією з найважливіших галузей у світі;

подорожі та туризм мають міцні зв'язки з іншими галузями в межах національних економік, що дає значні непрямі вигоди;

подорожі та туризм дуже розсіяні в межах національної економіки, і ці переваги значно поширені;

подорожі та туризм стимулюють інфраструктурні інвестиції, які дають користь іншим галузям;

інвестиції в добре розроблений маркетинг дестинації постійно дають значну економічну віддачу.

Таким чином, подорожі та туризм підтримують економічний розвиток, оскільки галузь пов'язано з багатьма іншими галузями, а її переваги широко розподілено в національних економіках.

7.2. Індустрія туризму

Індустрія туризму – це, фактично, велика група галузей, які надають широкий спектр продуктів і послуг, спрямованих на обслуговування туризму та потреб мандрівників чи відвідувачів.

Особливістю туризму є те, що туризм спочатку створює попит як діяльність, а потім задовольняє цей попит як група галузей. Він створив мандрівників і туристів, які відвідують різні туристичні місця та напрямки. Вони подорожують по різних місцях і роблять ці місця більш популярними. Вони заохочують розвиток цих місць, сусідніх місць і, практично, усієї країни чи регіону для сприяння зростанню туристичної діяльності. Це унікальний аспект туризму, оскільки він створює попит для економіки у глобальному масштабі. Це робить туристів важливими для країни. Вони приїжджають із різних країн і переносять із собою образ та уявлення про свою країну та діляться ними з багатьма іншими.

Туризм також є комерційною діяльністю, оскільки весь туристичний процес містить споживання послуг та продуктів. Отже, туристи стають надзвичайно важливими, оскільки вони є драйверами зростання та послами брендів. Це підкреслює важливість туристів та значення їхньої ролі для економіки та країн.

Є п'ять економічних переваг туристичної галузі. Це також переваги туризму й насправді є його п'ятьма основними характеристиками, що означає важливість туризму для економіки, для країн і їхніх суспільств, а також у глобальному масштабі. Завдяки цим п'ятьом чинникам лише туризм створює попит, задовольняє цей попит, збільшує споживання, дає зростання та розвиток країнам та економікам:

- 1) туристична діяльність створює попит;
- 2) ланцюжок вартості туристичної галузі задовольняє й поширює попит у галузях промисловості та стимулює економічну діяльність;
- 3) туризм потребує повноцінного розвитку країни;
- 4) він мотивує досягти глобальних стандартів;
- 5) туризм стимулює більше споживання.

Туристи створюють попит. Туристична діяльність створює попит на туризм та інші галузі. Є дві основні потреби, які підживлюють попит на туризм. Одна – це цікавість, бажання чи потреба відвідати та побачити різні туристичні місця; знати, переживати та бачити природні чудеса місць,

культур тощо. Друга – бажання подорожувати. Потребу в подорожах може бути обумовлено бажанням просто подорожувати; проводити дозвілля або відпочинок у різних місцях тощо.

Усі ці потреби створюють глобальний і регіональний рівень попиту на туристичні та транспортні послуги й товари. Тут також значним є попит на туристичні товари й послуги туристичної індустрії та бронювання, оскільки вони задовольняють потреби туристів і мандрівників.

Приїхавши до країни та міста, туристам потрібно розпочати свою основну туристичну діяльність. Це створює особливі потреби у країні та місці для проживання й перебування, їжі та напоях, місцевих подорожах і гастролях та інших розважальних заходах.

Третій момент, на який слід звернути увагу, – це те, що туризм як діяльність може значно перевищувати інші види діяльності в місці перебування. Коли туристи відвідують місця, вони можуть зробити багато таких інших речей, як шопінг, відвідування інших місць, відвідування закладів харчування, купівля роздрібної продукції чи інших послуг.

Таким чином туристи також виробляють або допомагають створювати додатковий або похідний попит у багатьох інших суміжних і не дуже галузях.

Індустрія туризму поширює та задовольняє попит. Ланцюжок вартості туризму стимулює туристів витратити більше в інших галузях, надаючи більше цінності економіці.

Туризм як галузь відповідає потребам і попиту, що створюють туризмом як діяльністю. Це створює цінність або ланцюжок постачань туристичної галузі. Цей ланцюжок вартості туризму створюють на основі трьох згаданих раніше потреб, які створюють попит на різні продукти та послуги. Але це означає й те, що туризм створює попит не лише на одну чи дві галузі, а на декілька різних галузей. Це робить його дуже важливим із погляду економічного зростання, оскільки забезпечує доходи та інші вигоди, такі як створення зайнятості для цих галузей.

Одна з особливих потреб туризму, які він створює, полягає в тому, щоб туристична та транспортна галузі забезпечували доступ до туристичних напрямків. Це стосується галузей повітряного, водного, залізничного та автомобільного транспорту. По-друге, це створює попит на індустрію гостинності, яка містить житло, продукти харчування та напої, курорти тощо. Третій попит, який є основним і часто витісняє ці два, – на бронювання та резервування.

Ці галузі, зокрема транспорт і гостинність, самі по собі є величезними та охоплюють різні підгалузі, і тому відіграють важливу роль в економіці будь-якої країни.

Другий попит, який він створює, поширено на галузь розміщення та гостинності, харчової промисловості й напоїв, місцевої індустрії подорожей і транспорту, рекреаційні послуги тощо.

Туризм стимулює набагато більше галузей, що виходять за межі його ланцюжка вартості.

Третій попит – це підтримувальний та відносно невизначений сегмент попиту. Сюди можна зарахувати послуги місцевих ресторанів, місцеві фаст-фуди та місця для їжі; місця для розваг, кінотеатри та тематичні парки або культурні чи спортивні заходи; і навіть можна включати роздрібні товари та послуги; торговельні центри; або електроніку й телекомунікаційні продукти та послуги. Туристи можуть робити чи купувати додатково до запланованої туристичної діяльності. Це ще більше посилює роль і значення туризму для країни та її економіки.

Усі ці послуги та відповідні галузі є частиною туризму та в сукупності утворюють ланцюжок вартості туристичної галузі.

Отже, туризм створює величезний попит на різні товари та послуги для всієї економіки. Але важливіше – значне поширення доходів від туризму в декількох галузях. Це змушує туризм більш широко та значно сприяти економіці. Таким чином, це призводить до зростання й більшої зайнятості населення, підвищення доходів галузі, сприяє зростанню похідних витрат у пов'язаних галузях, здійснює суттєвий внесок у податки тощо.

Туризм стимулює розвиток. Туризм сприяє загальному зростанню та розвитку країни, у цьому виявляється соціально-економічне значення туризму.

Це причина, яка, можливо, робить туризм набагато важливішим, ніж будь-яка інша галузь чи сектор. Туризм допомагає та сприяє загальному розвитку країни, а також добробуту суспільств.

Для того щоб послідовно залучати нових туристів, необхідно сприяти створенню ринку в'їзного туризму та підтримувати зростання туризму, країні потрібно докласти багато зусиль. Зростання туризму для країнидесь є синонімом загального зростання та розвитку цієї країни та безпеки, відкритості країни як суспільства. Також країні необхідно створити поліпшену інфраструктуру для своїх громадян і туристів.

Протягом багатьох років Усесвітній економічний форум (World Economic Forum (WEF)) здійснює моніторинг конкурентоспроможності країн у туризмі та їхнього зростання і просування до досягнення конкурентоспроможного ринку в'їзного туризму. Вони роблять це, оцінюючи країни за параметрами, які вони створили, і вони відстежують це за допомогою Індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму (Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI)). За даними WEF, індекс TTCI вимірює "сукупність чинників і політик, що дають змогу сталому розвитку сектору подорожей та туризму, що, своєю чергою, сприяє розвитку й конкурентоспроможності країни (рис. 7.1).



Рис. 7.1. Структура індексу конкурентоспроможності сфери подорожей та туризму [89]

Індекс TTCI за 2018 р., який охоплює 140 країн та їхню економіку для свого звіту, вимірює їхню конкурентоспроможність у таких трьох ключових сферах, як регуляторна база; ділове середовище й інфраструктура; людські, культурні та природні ресурси. Ці три ключові підіндекси колективно вимірюють конкурентоспроможність кожної країни за 14 ключовими параметрами, зокрема: правила політики; інфраструктура повітряного транспорту; наземна транспортна інфраструктура; туристична інфраструктура; цінова конкурентоспроможність у галузі науково-дослідних робіт; ІКТ-інфраструктура; пріоритетність подорожей і туризму; людські ресурси; безпека та захист; здоров'я та гігієна; екологічна стійкість; готовність до подорожей та туризму; природні ресурси; культурні ресурси.

Отже, лише значне зростання та розвиток країни в галузях, суспільстві, політичному становищі, безпеці тощо можуть обумовити зростання в'їзного туризму. Тому, якщо країна прагне зростання туризму, вона має забезпечити багато речей за цими напрямками.

Туристи пропонують глобальні стандарти. Туристи, які є глобальними замовниками, створюють гостру потребу у глобальних стандартах у сфері послуг та інфраструктури. Туристи, які є споживачами цього сектору, є глобальними й діють відповідно, коли мова йде про сприйняття та споживання туристичних продуктів і послуг та супутніх послуг загалом. Це спостереження або характеристика цієї галузі є тим, що ще більше посилює її вплив на описаний раніше спектр галузей. Глобальність споживання означає, що мандрівники використовували майже однаковий набір або пакет послуг у різних напрямках та місцях подій у всьому світі, і тому на місці споживання цих послуг, нині чи в майбутньому, вони мали б можливість порівняти їх на глобальному рівні. Це може привести до того, що країна чи регіон, які хочуть залучити туристів, сприяють якості та глобальним стандартам у галузі інфраструктури та туристичних послуг, які вони надають. Мандрівник оцінює й порівнює інфраструктуру та послуги, пов'язані з туризмом, у будь-який момент часу на глобальному рівні. Це спонукає постачальників послуг бути більш конкурентоспроможними та додавати більше цінності своїм послугам і вносити інновації та ідеї в туристичну діяльність загалом.

Отже, постачальнику інфраструктури та послуг доведеться дотримуватися глобальних стандартів, а не просто задовольнятися лише обслуговуванням своїх споживачів.

Для власного блага країні потрібно створити й забезпечити сучасні та кращі зручності й послуги, щоб туристи більше споживали та, відповідно, збільшували доходи від туризму чи експорт туристичних послуг.

Туристична індустрія має також широкий і глибокий вплив не тільки на галузі, у яких її задіяно, але й на інші галузі, інфраструктуру та економіку країни, а також на її соціальне, культурне й політичне середовище.

Природа туризму стимулює більше споживання. Сама туристична природа мотивує туристів більше споживати. Туризм через свою природу заохочує споживання послуг і продуктів, зважаючи на дві причини. Перша причина полягає в тому, що туризм як термін містить сукупність видів діяльності, що передбачають використання послуг і продуктів. Друга – у тому, що туризм значною мірою означає можливість насолоджуватися,

досліджувати та переживати емоції в місцях призначення в повному обсязі, а також проводити експерименти та робити нові речі.

Усі ми хочемо всебічно насолоджуватися нашим туристичним часом. Тож, крім основних та необхідних витрат, туристів може бути мотивовано здійснювати багато інших заходів, споживати продукти й послуги та витрачати кошти на інші речі, щоб зробити свій час подорожі більш приємним і незабутнім. Якщо турист планує подорожувати в декількох напрямках, то він також може витратити деякий час, щоб відвідати деякі сусідні місцевості. Він може найняти місцевий транспорт і просто відвідати місцеві ринки, придбати місцеві речі, скуштувати місцеву їжу (відому або ту, яка репрезентує національну культуру тощо).

Таким чином, туризм надає багато переваг, включно з такими, але не обмежуючись ними, зокрема:

- зростання та стимулювання економічної діяльності;
- підвищення доходів галузі;
- розвиток інфраструктури;
- удосконалений іміджу та бренда країни;
- джерело валютних надходжень;
- джерело створення зайнятості;
- забезпечення зростання різних і навіть віддалених районів;
- глобальний зв'язок;
- поліпшення інфраструктури та рівня життя;
- культурне зростання;
- поліпшення суспільства;
- упровадження нових технологій.

Отже, подорожі та туризм можуть сприяти економіці у плані підвищення споживчих витрат, створення робочих місць тощо. Для країн, що розвиваються, туризм може стати значним поштовхом для розвитку економіки. Цей сектор сприяє зростанню в галузях, фактично підштовхуючи ці галузі та економіки до кращого розвитку.

Ключові терміни до теми 7: туризм, відвідувач, туристичний сектор, туристична галузь, економічний вплив туризму, економіка відвідувачів, відвідувальні пункти, індустрія туризму, індекс конкурентоспроможності подорожей і туризм.

Рекомендована література: [1; 7; 11; 29; 38; 53; 66; 86; 88].

8. Туристичний ринок та особливості його функціонування

8.1. Особливості ринку туристичних послуг

Туризм – це економічна діяльність, яка пов'язує місця та країни, які спрямовують туристів до місць і країн, що приймають туристів, створюючи, таким чином, туристський потік. Збільшення чисельності туристів і масштаби їхніх витрат суттєво впливають на суспільні доходи, зайнятість, доходи уряду, платіжний баланс, середовище та культуру районів призначення. Ринок складається із замовників, постачальників, каналів розповсюдження та механізмів установавання цін і здійснення угод.

Що стосується туризму, ринок складається з компонентів, найважливішим із яких є транспорт, засоби розміщення, продукти харчування й напої, розваги, екскурсії тощо. Ринок туризму складається з усіх осіб і підприємств, які купують та продають туристичні послуги й товари.

Туристичний ринок – це місце, де взаємодіють пропозиція товарів і туристичних послуг та туристський попит, що відображає зацікавленість і мотивацію споживати туристичні продукти та послуги.

Туристичний ринок складається з усіх компаній, які пропонують свою продукцію й послуги, туристичних агентів, готелів та інших засобів розміщення, мешканців пунктів призначення, відвідувачів і всієї інфраструктури, якою можуть користуватися туристи (рис. 8.1).

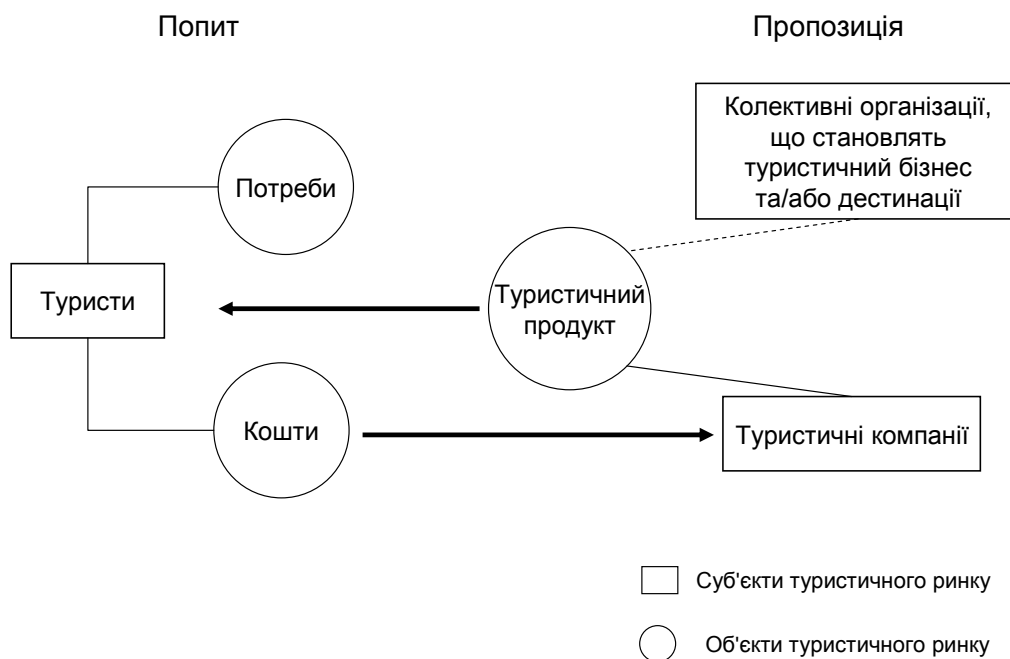


Рис. 8.1. Взаємозв'язки між суб'єктами та об'єктами туристичного ринку

Щоб зрозуміти, як структуровано туристичний ринок, необхідно визначити характеристики продуктів, які він пропонує. Так, до особливостей туристичного продукту слід зарахувати:

швидке псування – його неможливо зберігати на складі, невикористаний сервіс становить незворотні збитки для компанії. Наприклад, номер, який сьогодні не здають;

неможливість споживання поза присутністю споживача – для користування туристичною послугою необхідна присутність замовника;

нероздільність виробництва і споживання – щоб користуватися послугою чи продуктом, потрібно їх надавати в той самий час, коли їх споживають;

суб'єктивність – задоволеність або невдоволення замовника туристичної послуги залежить, крім усього іншого, від його емоційного стану, від того, як пропонують товар, та очікуваних очікувань споживача;

нематеріальність – туристична послуга не має матеріальної форми, її неможливо торкнутися.

За звичайних обставин дати оцінку туристичному продукту перед придбанням неможливо. Клієнти використовують інші підказки, які б допомогли їм оцінити послугу перед купівлею. Наприклад, перед тим як приїхати до готелю, гості зазвичай оцінюють місце розташування готелю, його зовнішній вигляд або вхід, ставлення та поведінку персоналу, щоб оцінити якість послуги. Служба не може бути відокремленою від свого постачальника. Виробник і продавець – одна й та сама людина. Наприклад, гість готелю не може відчувати послугу гостинності, якщо реєстратор є недоступним, а також реєстратор не може надати послугу, якщо гостя немає. Це тому, що послуги виробляють та споживають одночасно.

Якість послуг значно відрізняється, оскільки залежить від того, хто їх надає, коли та де. Гості готелю можуть виявити, що той самий працівник/порт'єр надає послуги різного стандарту, залежно від його настрою, часу доби дня тижня чи участі замовника. Погодженість послуги залежить від навичок та ефективності працівника під час взаємодії із замовником.

Швидкість споживання туристичного продукту може бути проілюстровано на прикладі запланованого рейсу, який здійснюють, чи літак напівпорожній або наповнений повністю. Як тільки літак вилітає, порожні місця становлять нереалізований прибуток. Так само відбувається з туристичними засобами розміщення в тому сенсі, що незайняті готельні номери

стають "швидкопсувними" через певний проміжок часу, оскільки потенційний дохід утрачено.

Туристичний ринок – це переважно сезонний ринок. Це одна з головних проблем туристичного ринку, оскільки те, що цікавить компанії, має постійність у часі, тобто, наприклад, щоб готель був максимально наповненим протягом року. Тому туристичні компанії вживають певних заходів і використовують диверсифіковану цінову політику, установлюючи високі ціни в сезон та низькі поза сезоном, щоб мати можливість залучати максимальну кількість клієнтів.

Ринок туристичного продукту відрізняється від ринку інших товарів тим, що на ньому продають не відчутний продукт, а споживання досвіду. Туристичний продукт, передусім, орієнтований на сервіс. Це означає, що концепція туристичного продукту передбачає поєднання продуктів і послуг, які становлять загальний досвід. Управління сприйняттям клієнтів та їхніми очікуваннями є викликом для туристичного бізнесу. Наприклад, якість екскурсовода буде впливати на тип досвіду, який має турист. Яскравий, доброзичливий та обізнаний гід забезпечить більш задоволене враження, ніж нудний путівник, який, наприклад, діє лише як водій. Рівень обслуговування, отриманий клієнтом, може відрізнитися від одного працівника або постачальника до іншого. Змінність є великою загрозою для туристичних підприємств, оскільки постійно необхідно дотримуватися високих стандартів обслуговування, щоб забезпечити постійне задоволення клієнтів, оскільки різні компоненти туристичного продукту виробляють і споживають одночасно.

На туристичний ринок також значно впливають нові технології та методи маркетингу. Компанії, що намагаються досягти максимальної чисельності клієнтів, пропонують диверсифіковану продукцію, таким чином досягають створення додаткової вартості та підвищення конкурентоспроможності туризму.

Таким чином, туристичний ринок – це економічна категорія, яка охоплює всі компанії, що продають товари та послуги, пов'язані з поїздками. Цей ринок часто пропонує асоційоване дозвілля, а також подорожі з бізнесу, навчання та інших причин.

Згідно із Законом України "Про туризм", **суб'єктами** туристичної діяльності є [24]:

туристичні оператори – юридичні особи, створені, згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання

туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність;

туристичні агенти – юридичні особи, створені, згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність із реалізації туристичного продукту туроператорів і туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг;

інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування; екскурсійні, розважальні та інші туристичні послуги;

гідн-перекладачі, екскурсроводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристським супроводом, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;

фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

Туризм – це економічна діяльність, яка пов'язує місця та країни, які спрямовують туристів до місць та країн, що приймають туристів, створюючи тим самим туристський потік.

Туристичний ринок регулюється законами попиту, пропозиції, споживання та розподілу продукції та туристичних послуг. Пропозиція туристичних послуг охоплює атракціони, заходи, послуги, транспорт, їжу, напої та проживання, які туристи можуть використовувати. Попит на туристичні послуги залежить від загальної чисельності людей, які подорожують, тривалості часу перебування й послуг, яких вони потребують, перебуваючи далеко від своєї звичайної роботи та проживання.

8.2. Туристський попит

В економічному плані важливість туристичного сектору характеризується попитом, а не виробництвом товарів та послуг. У загальному значенні туристський попит становить кількість матеріалів та послуг, яких потребують туристи в будь-який момент часу.

Попит на туризм – це набір туристів, мотивованих на низку туристичних продуктів і послуг для задоволення потреб у відпочинку, рекреації, дозвіллі, бізнесі тощо. Особи, яких називають *туристами*, породжують туристські потреби. Це відбувається в конкретному місці, яке називають *туристичним напрямком*. Масштаб і величина попиту різняться із часом, а іноді й за порами року.

У туризмі **мотивація** є причиною того, що людина вирішує подорожувати. Мотивація подорожей туристів є складною й пов'язаною з набором внутрішніх і зовнішніх чинників:

внутрішні (ендогенні), які є унікальними для індивіда та стосуються його віку, статі, походження, соціального статусу, рівня освіти та доходу, досвіду подорожей і психологічного профілю;

зовнішні (екзогенні), які залежать не від мандрівника, а від політичної та економічної стабільності країни, її соціальних і культурних особливостей, транспорту та зв'язку тощо.

Мотивації управляють рішеннями і, таким чином, є ключовим елементом, який слід враховувати у процесі аналізу ринку. Узагалі мотивації можна розподілити на дві групи, тоді як більшість поїздок мають тенденцію до змішаності та стосуються більш ніж однієї мотивації.

Мотивацію, яка змушує туристів відвідувати певні напрямки, може бути обумовлено різними причинами: свята, відрядження, конференції, сімейні візити та ін. Усесвітня організація туризму визначає **туристів** як відвідувачів, які принаймні одну ніч залишаються у громадському або приватному житлі в місцях, які вони відвідують.

Відвідувачем, за формулюванням UNWTO, є будь-яка особа, яка подорожує до місця, що перебуває поза її звичним середовищем, на період, менший ніж 12 місяців, і головною причиною відвідування якої є будь-яка мета, окрім отримання грошей за оплачувану діяльність.

Різні люди беруть участь у туризмі з різними цілями. Найбільш поширеними причинами подорожі далеко від дому є такі:

- дозвілля та відпочинок;
- відвідування друзів та родичів;
- ділові та професійні заняття;
- оздоровлення та лікування;
- релігійні та інші паломництва;
- інші більш особисті мотиви.

Таким чином, попит на туризм – це набір атрибутів, цінностей, послуг та продуктів на ринку (загальнодоступних), які потребують від туроператорів задоволення певних потреб дозвілля чи відпочинку.

Попит на туризм стосується загальної чисельності людей, які подорожують або бажають подорожувати, і користуються туристичними об'єктами та послугами в місцях, віддалених від місця роботи або проживання. Для кращого розуміння туристського попиту корисно визначити різницю між попитом на поїздки до місця призначення й попитом на конкретні, пов'язані з туризмом товари чи послуги в місцях призначення, наприклад номери в готелі, харчування в ресторанах, екскурсії тощо.

Туристи бувають різних типів. Наприклад, ділові, освітні, медичні, пригодницькі, релігійні, туристи для дозвілля, спортивні тощо. Туристичні напрямки та атракціони розробляють свої туристичні плани, відповідно до туристичних мотиваційних чинників та туристського попиту.

Чинники, що впливають на попит на туризм, можна розподілити на дві основні категорії: цінові та нецінові.

Цінові чинники. Скільки становлять транспортні витрати для туриста до місця призначення? Ціни на рейси часто змінюються, а ціна, яку туристи платять, залежить від дня польоту, дати бронювання та чисельності вільних місць в авіакомпаніях. Ціни на квитки також залежать від туристичних напрямків. Отже, витрати можуть бути високими або низькими. Наприклад, турист може подорожувати з Лондона до Парижа за 20 фунтів або менше. Однак іноді потрібно заплатити більше ніж 100 фунтів. Переліт із Лондона в Дубай може коштувати 300 фунтів і більше. Тому подорожує турист до пункту призначення чи ні, може залежати від транспортних витрат. Важливо зазначити, що різні авіакомпанії мають різну цінову політику. Вартість проживання, харчування, шопінгу та розваг також впливає на туристичний попит. Наприклад, у Швейцарії їжа зазвичай є дорогою, а в Індії дешевою. Курси валют також впливають на попит у секторі туризму.

Нецінові чинники. Є ряд нецінових чинників, які можуть впливати на туристський попит. Наприклад, імідж дестинації є важливим чинником. Наприклад, Велику Британію позиціонують як одну з найкращих країн світу з великою кількістю історично значущих пам'яток та об'єктів культурної спадщини. Цього, мабуть, достатньо, щоб багато туристів її відвідали.

Імміграційні системи у країні можуть також впливати на попит на туризм. Гнучкі та прискорені системи оформлення віз часто мотивують

туристів виїжджати за кордон. Це може також працювати навпаки. Наприклад, туристам із країн, що розвиваються, часто важко подорожувати до розвинених країн через жорстку імміграційну систему.

Погодні умови також відіграють важливу роль у туристському попиті. Туристи часто вирушають у пункти призначення в пошуках сонячного світла. Так само зима, мабуть, єдине рішення для багатьох атракціонів, що пропагують катання на лижах. Сильні дощі та повені зазвичай негативно впливають на попит на туризм у будь-якому напрямку.

Є й інші важливі чинники, які впливають на туристський попит. Наприклад, туристична галузь Мексики. Незважаючи на те що країна має великі ділянки тропічних пляжів та добре розвинену курортну інфраструктуру, туристські відвідування Мексики за останні два роки знизилися не лише через світову економічну рецесію, але й через сприйняття небезпеки, на яку там наражаються люди. Тоді як курортні міста там переважно безпечні, основну увагу в засобах масової інформації щодо Мексики привертають насильство, наркотики, корупція та викрадення людей.

Згідно з економічною теорією, чинники, що стосуються доходу та цін, відіграють більшу роль у визначенні туристського попиту в дестинації. Некономічні чинники також мають важливе значення, і їх можна визначити як сукупність таких невидимих сил, як смаки та уподобання, які важко оцінити, але вони такі ж важливі, як економічні змінні.

Чинники туристського попиту можуть бути як внутрішніми, так і зовнішніми.

Зовнішні чинники – це ті, що стосуються оточення людини. Прикладами таких чинників є наявний дохід, наявність часу, просування в технологіях та зміна демографічного складу суспільства.

Внутрішні чинники ґрунтуються на таких індивідуальних потребах, як здоров'я, освіта, бізнес та фізичні чинники. У результаті ці чинники дуже тісно пов'язано з метою подорожі. Високі та зростаючі доходи, збільшення вільного часу, гарна освіта та просування вдосконалених видів транспорту – усе це сприяє підвищенню попиту на туризм. Крім того, збільшення чисельності іноземних прибуттів та зростання населення в самих країнах можуть впливати на попит на туризм.

ЗМІ також відіграють певну роль у збільшенні чисельності людей, які вийшли на ринок туризму. Образ, створений різними видами засобів масової інформації, особливо телебаченням та інтернетом, зазвичай, сприяє популярності місця призначення набагато швидше, ніж інші види

стратегій просування. Гарний образ стимулює більше інтересу та підвищений попит щодо конкретного місця призначення.

Попит на туризм зазвичай розглядають як міру використання відвідувачами товару або послуги. Поняття туристського попиту походить від класичного визначення попиту в економіці, а саме прагнення володіти товаром або користуватися послугою в поєднанні з можливістю придбати його.

Можна виділити три основні типи туристського попиту, а саме: фактичний, пригнічений і прихований попит.

Фактичний попит, який також називають *ефективним попитом*, надходить від туристів, які беруть участь у фактичному процесі туризму.

Другий тип попиту – це так званий *пригнічений попит*, створений двома категоріями людей, які, зазвичай, не в змозі подорожувати через обставини, які вони не можуть контролювати. До першої групи можна зарахувати ті верстви населення, які хотіли б долучитися до туристичного процесу, але з тих чи інших причин не можуть. Оскільки вони можуть брати участь у більш пізніх строках, їхню ситуацію називають *потенційною потребою*.

Відкладений попит описує другу підкатегорію пригніченого попиту, коли поїздки відкладають через проблеми пропозиції. Потенційні та відкладені вимоги важко вимірювати, і саме тому їх рідко враховують.

Третій тип – це *прихований попит*. Це стосується просторового та часового виявлення попиту на конкретній ділянці, наприклад, попиту або на туристське житло, або на туристичну послугу в конкретному пункті призначення.

Попит на туризм можна визначати різними способами, залежно від економічного, психологічного, географічного та політичного аспекту. Географічна перспектива визначає попит на туризм як загальну кількість осіб, які подорожують або бажають подорожувати, і користуються туристичними об'єктами та послугами в місцях, віддалених від місця роботи або проживання.

Як переваги людей, так і їхні видаткові бюджети є ключовими чинниками попиту на туризм. Людина, яка задумується про те, чи проводити відпочинок далеко від дому, має гроші або бюджет, який доступний для витрат на туризм та інші товари й послуги.

Падіння попиту може призвести до зниження рівня життя та підвищення рівня безробіття, тоді як зростання попиту може привести до підвищення зайнятості, доходу, обсягу виробництва, однак може загрожувати

екологічній якості та стійкості. Крім того, туристичні фірми стикаються зі зміною доходів і прибутків, і уряди відчують зміни податкових надходжень та витрат. Таким чином, попит на туризм впливає на всі сектори економіки: приватні особи та домогосподарства, приватний бізнес та державний сектор.

8.3. Туристична пропозиція

Туристична пропозиція складається з елементів, які приваблюють туристів до певного місця призначення та задовольняють їхні потреби: туристичних ресурсів, інфраструктури, транспортних та інституційних елементів. Пропозиція туризму є неоднорідною. Є багато компаній і галузей, що виробляють для туризму, малі й великі, локальні та глобальні.

Туристичну пропозицію пов'язано із забезпеченням ключових елементів туристичної галузі, урядами, що приймають, або дестинаціями. Таке становище має поширюватися на обслуговування, просування й управління туристичними об'єктами та ресурсами. Ресурси туризму, необхідні для туристичної пропозиції, варіюються від природних до техногенних. Необхідна інфраструктура охоплює телекомунікації, проживання та транспорт. Послуги приймання туризму містять туристичні агентства, туристичні бюро, компанії, що займаються прокатом, менеджерів для відвідувачів. Основною характеристикою туристичної пропозиції, яка відрізняє її від інших послуг, є спосіб, яким мобільне населення, що відвідує райони призначення, споживає туристичний продукт, послугу чи досвід. На відміну від цього, елементи пропозиції часто фіксують географічно в певних місцях (наприклад, готелі, ресторани або відвідувачі). Це означає, що підприємства зобов'язані спрямувати значні капітальні витрати на різні форми туристичних послуг і виробничих центрів, зважаючи на сподівання, що місце призначення звернеться до відвідувачів та допоможе у просуванні їхнього індивідуального продукту й послуги.

Пропозиція туристичних продуктів, переважно, передбачає те, як різні компоненти туристичного продукту надходять у розпорядження туристів. Що стосується гостинності, то тут турист зважає на відповідні форми проживання, різні види надання послуг харчування, розваги та дозвілля. Постачальники таких продуктів гостинності, як розміщення, обслуговування, розваги чи ігри, мають бути добре розташованими щодо інших компонентів туристичного продукту. Постачальники житла відрізняються

від організацій приватної власності до великих груп готелів або консорціумів. З іншого боку, харчову промисловість, яка містить бари, ресторани, кав'ярні та інші пункти харчування, міцно пов'язано із сектором розміщення.

Пропозицію туризму також може бути пояснено через систему розподілу. Оскільки туризм є нематеріальним продуктом, інформація – це єдине, на чому потенційні туристи можуть ґрунтуватися для ухвалення рішення. У системі розподілу туризму є чотири компоненти, а саме: постачальники туристичних послуг, поширювачі інформації, туристичні посередники та споживачі.

Компоненти туристичної пропозиції можна класифікувати за такими чотирма різними елементами (природні, людські, технологічні та культурні ресурси):

1. *Природні та екологічні ресурси*, які є основним показником пропозиції. Із сучасним підвищенням екологічної обізнаності природоохоронна діяльність, екотуризм та природні ресурси мають використовувати більш стійко, щоб гарантувати, що вони надалі будуть давати користь у майбутньому. Туризм у цьому плані охоплює такі елементи, як географічна місцевість, форми рельєфу, флори, фауни, водойми, якість повітря та подібні природні явища. Насправді, наявність таких ресурсів має першорядне значення для успіху та перспектив туризму як галузі.

2. *Побудовані або створені людиною ресурси*, такі як інфраструктура. Інфраструктура охоплює всі споруди підземної та поверхневої забудови, зокрема системи водопостачання, каналізаційні системи, лінії електропередач, дороги, комунікаційні мережі та багато інших комерційних і рекреаційних споруд, а також споруди, побудовані, головним чином, для підтримання відвідувань та відвідувачів. Основні приклади – це аеропорти, автостоянки, парки, готелі та інші місця розваг.

3. *Транспорт* є важливою складовою частиною туристичної пропозиції, оскільки без нього туристи не можуть досягти своїх туристичних напрямків. Літаки, поїзди, автобуси та інші види транспорту є частиною цієї категорії.

4. *Гостинність та культурні ресурси* є невід'ємною частиною туристичної пропозиції. Саме люди та культурні багатства району створюють можливості для туризму. Туристів приймають там, де є безпека та комфорт. Ставлення мешканців до відвідувачів має бути доброзичливим. Дружність, увічливість, щира зацікавленість та бажання краще познайомитися з відвідувачами є вирішальними чинниками туристичної пропозиції.

Ринок впливає на вимоги відвідувачів, але не на всіх відвідувачів впливає ринкова діяльність. Наприклад, ринок, можливо, не вплинув на домашніх мандрівників, які подорожують на особистому автомобілі або залишаються із друзями та родичами. Деякі економічні види діяльності залежать від туризму, наприклад, туристське житло, туристичні агентства та міжміський пасажирський транспорт. Інші види діяльності, такі як ресторани та бари, послуги прокату автомобілів, розважальні парки й атракціони, також, зазвичай, значно покладаються на туризм. Залежність певної діяльності чи підприємств від туризму може також бути обумовлено їхнім місцем розташування.

Таким чином, пропозиція туризму містить різноманітну економічну діяльність, і, якщо її репрезентовано як сектор економіки, вона є дуже неоднорідною, охоплюючи різні види діяльності, деякі з яких безпосередньо залежать від туризму, а інші лише частково.

Продукцію, що пропонують, становить більше, ніж просто витрати на туризм. Не кожний товар чи послугу має бути оплачено споживачем. Використання таких активів, як дороги, історичні райони, національні парки, природне середовище, здебільшого є опосередковано безкоштовним, але в деяких випадках відвідувачам доводиться платити за об'єкт, що пропонують як послуги. Насправді більшість активів пропонують послуги своїм користувачам або людям, яким вони користуються, незалежно від того, відвідувачі мають платити за них чи ні.

Тим не менш, такі безкоштовні послуги, як гарна погода, свіже повітря, пляжі, гори, ландшафти та дороги, належать до пропозиції туристичних продуктів. Безкоштовне для відвідувача не означає, що обслуговування також є безкоштовним для постачальника, країни. Країні доводиться витрачати гроші на підтримання таких туристичних активів, як свіже повітря, охайне середовище, інфраструктурні споруди тощо. Оскільки ці види продукції важко оцінити, їх вилучають із будь-якої форми аналізу. Щоб оцінити пропозицію туристичної продукції на практиці враховують лише продукти, які можна ідентифікувати у стандартному переліку класифікації товарів.

Визначаючи пропозицію туристичних продуктів, слід мати на увазі такі її особливості:

1. Пропозиція туристичних продуктів, що містить усю продукцію, яку постачають відвідувачу, включно з нехарактерними туристичними продуктами.

2. Продукти, які споживають відвідувачі, також можуть знадобитися іншим споживачам.

Тому, намагаючись виміряти пропозицію туристичних продуктів, важливо визначити частку продукту, спожитого лише відвідувачами.

Ключові терміни до теми 8: туристичний ринок, туристичні оператори, туристичні агенти, туристський попит, чинники туристського попиту, туристична пропозиція, компоненти туристичної пропозиції.

Рекомендована література: [7; 15; 17; 24; 36; 38; 49; 75; 86; 88].

9. Туристичне підприємство в сучасній економічній системі

9.1. Сутність та визначення поняття туристичного підприємства

Головна мета, що визначає зміст функціонування будь-якого туристичного підприємства, полягає в наданні реальних туристичних послуг за одночасного забезпечення фінансової стійкості, відповідного рівня динаміки й позитивних фінансових результатів.

Відповідно до Закону України “Про туризм” під **туристичним підприємством** розуміють самостійний статутний суб'єкт господарювання, який має права юридичної особи, здійснює комерційну та науково-дослідну діяльність, із метою отримання прибутку [24].

Підприємства, які діють лише у сфері туризму, називають *туристичними підприємствами первинних послуг*, а підприємства, які отримують прибуток не тільки від туристичної діяльності, – *туристичними підприємствами вторинних послуг*. Таким чином, послуги перших підприємств становлять основу функціонування сфери туризму, а послуги другої групи підприємств задовольняють лише деяку частину туристського попиту, оскільки туризм для них є лише одним із кількох джерел функціонування, а їхніми послугами користуються не лише туристи.

Туристичні підприємства належать 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 отримує їх із великими витратами часу й коштів. Туристичне підприємство вирішує, які товари й послуги має бути продано,

у яких місцях має бути розташовано туристичні фірми та інші більші й менші проблеми.

Як і будь-який вид бізнесу, туристичний бізнес має головну мету – отримання прибутку, який має зростати протягом довготривалого терміну. Туристичний бізнес задовольняє потреби й бажання туристів у комплексі. Це не просто окремий готель, ресторан чи туристичний офіс. Готель чи туристичний офіс – це місце, де виробляють туристичні продукти чи послуги.

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

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

Основною функцією туристичних підприємств як складової частини туристичної індустрії є виробництво (комплектування), надання та реалізація комплексного турпродукту.

Основною метою функціонування туристичних підприємств є задоволення потреб споживачів у туристичних послугах.

Основним видом їхньої діяльності є комплектування й реалізація туристичного продукту – комплексу туристичних послуг, що задовольняють потреби туриста під час його подорожі.

За змістом і характером своєї основної діяльності туристичні підприємства є свого роду посередниками між споживачем (туристом) та виробником окремих туристичних послуг (засобами розміщення туристів, транспортними організаціями, підприємствами харчування тощо).

9.2. Класифікація туристичних підприємств

Класифікацію підприємств туристичної індустрії можна здійснити, залежно від мети діяльності, форми власності, розміру, ступеня домінування на ринку конкурентної стратегії тощо (рис. 9.1).

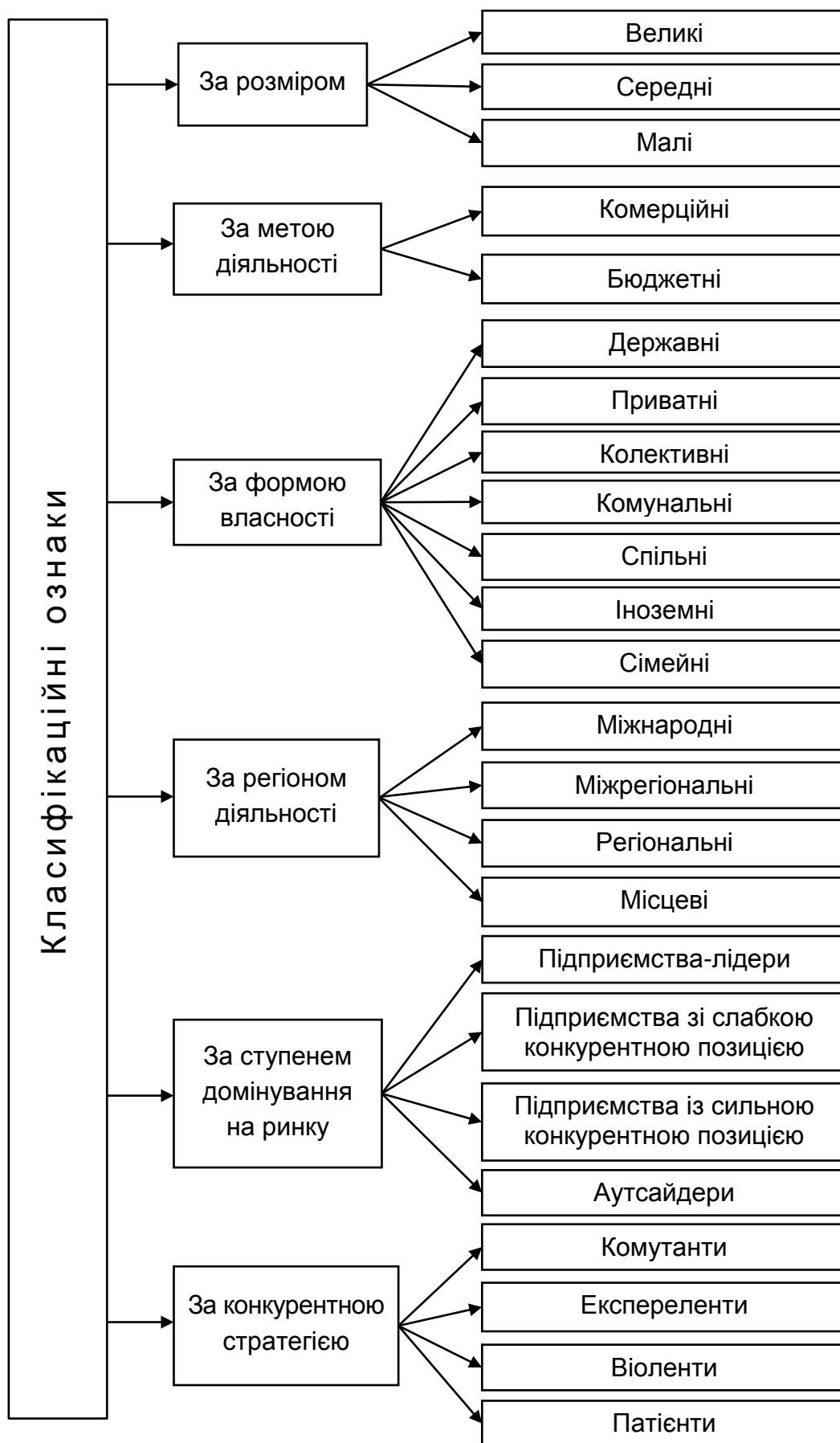


Рис. 9.1. Класифікація видів туристичних підприємств

Діяльність туристичних підприємств розрізняють за специфікою виконуваних функцій, обсягами діяльності й задіяних ресурсів, що обумовлює їхню класифікацію та типізацію. На практиці виділяють такі типи комерційних туристичних підприємств, які функціонують і розвиваються за власні фінансові кошти шляхом отримання прибутку: туроператори, турагентства, туристичні бюро, екскурсійні бюро, інші підприємства сфери туризму. Ці підприємства функціонують у різних організаційно-правових формах, на різних сегментах ринку туристичних послуг (в'їзний туризм, виїзний туризм, організація екскурсій, рекламно-інформаційна робота тощо).

Туристичні оператори – це юридичні особи, створені, згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація й надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку здобули ліцензію на туроператорську діяльність. Туроператори виконують провідну роль у туризмі. У процесі організації турів вони встановлюють зв'язок із підприємствами розміщення, харчування, транспорту, а також, залежно від характеру туру, із культурно-просвітницькими, розважальними закладами, екскурсійними бюро. Туроператор може також продавати послуги окремо (наприклад, квитки на авіарейси), що роблять або для отримання прибутку, або за необхідності (наприклад, щоб заповнити потрібну кількість місць блок-чартеру – комерційного перевезення пасажирів, згідно з яким авіаперевізник надає організатору поїздки фіксовану кількість місць за цінами, нижчими за звичайні, під зобов'язання їхньої повної оплати, незалежно від кількості фактично проданих місць). Досить часто туроператори орендують на основі довгострокових угод готелі та інші засоби розміщення, літаки, судна, автобуси, забезпечуючи тим самим їхнє максимальне завантаження й отримуючи від виробників туристичних послуг значні знижки. Шляхом стандартизації та масовості свого продукту туроператори досягають зниження витрат обігу, що дозволяє їм пропонувати на ринок продукти за конкурентними цінами.

Сполучною ланкою між туроператором і споживачем на ринку туристичних товарів і послуг слугує турагентство.

Туристичні агенти – це юридичні особи, створені, згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність із реалізації туристичного продукту туроператорів і туристичних послуг інших суб'єктів туристичної

діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг [24].

На ринку туристичних послуг функціонують й інші комерційні підприємства, основною діяльністю яких є надання туристичних послуг.

Бюро екскурсій – це фірма, яка організовує та проводить екскурсії. Бюро реалізації туристично-екскурсійних послуг здійснює реалізацію туристських та екскурсійних путівок.

На туристичному ринку є ряд туристичних організацій, які діють на некомерційній основі. До некомерційних (соціально спрямованих) слід зарахувати туристичні союзи, туристичні клуби, туристичні гуртки, клуби самодіяльного туризму, функціонування яких забезпечено державним чи бюджетним фінансуванням. Такі об'єднання можуть функціонувати на кошти членських внесків, асигнувань із суспільних чи приватних фондів. Іноді такі об'єднання проводять заходи, що мають цільову спрямованість, і використовують для здійснення певних туристичних проєктів, причому не мають на меті отримання прибутку.

Туристичний клуб – це установа, завдання якої полягає у пропаганді туризму й екскурсій серед населення, організації масового самодіяльного туризму, підготовці туристів до категорійних туристських походів. Туристичні клуби організовують учнівські, студентські відпочинково-спортивні заходи, агітаційні заходи.

Туристично-краєзнавчий клуб – це добровільна організація, яку створюють, із метою занять туризмом і краєзнавством у закладах освіти, за місцем проживання, що об'єднує дрібні туристично-краєзнавчі гуртки та секції.

Туристична секція – це первинна добровільна організація любителів туристичних походів і подорожей на підприємствах та в навчальних установах. Секція займається організацією походів, туристичних з'їздів, змагань, вечорів відпочинку, конкурсів самодіяльного туристського спорядження тощо.

Туристично-краєзнавчий гурток – це первинна добровільна організація, яку створюють, із метою засвоєння дітьми й підлітками теорії та практики туризму та краєзнавства. Є туристично-краєзнавчі гуртки спортивного, краєзнавчого, пошуково-дослідницького типів.

Великими підприємствами вважають ті, які обслуговують за рік понад 100 тис. туристів, середніми – 30 – 100 тис. за рік, а малими є такі, що обслуговують не більш як 30 тис. клієнтів.

За регіонами діяльності розрізняють міжнародні туристичні підприємства, які пропонують свої продукти в декількох країнах. Міжрегіональні туристичні підприємства охоплюють декілька регіонів, регіональні пропонують свої послуги в межах певної географічної території. Діяльність місцевих туристичних підприємств обмежено охопленням місцевою рекламою. Усі турпідприємства можна розподілити за ступенем їхнього домінування на туристичному ринку. Це підприємства-лідери, які характеризуються найкращим використанням конкурентних переваг і мають найбільшу ринкову частку; підприємства, що мають міцну конкурентну позицію, та підприємства, що мають слабку конкурентну позицію, займають проміжне становище, а підприємства-аутсайтери мають найменшу частку на туристичному ринку, через те, що неефективно використовують конкурентні переваги та через некваліфікований аналіз ринку й ухвалення некомпетентних управлінських рішень. Підприємства можна класифікувати, залежно від стратегії, якої вони дотримуються.

Підприємства-комутанти – це невеликі підприємства з універсальним профілем діяльності, що прагнуть до задоволення невеликих за обсягами, а іноді й короткочасних, потреб певних груп споживачів.

Підприємства-експлеренти – це підприємства з експериментальним профілем діяльності, стратегію яких пов'язано зі створенням нових чи радикально змінених наявних сегментів ринку. Головна їхня перевага у впровадженні принципів нововведень.

Підприємства-віоленти – це підприємства з масовим профілем виробництва, що функціонують у сфері стандартного виробництва та реалізації туристичного продукту (зазвичай, туроператори). Головна їхня конкурентна перевага полягає у високій продуктивності праці та реалізації порівняно дешевих і достатнього рівня якості турпродуктів.

Підприємства-патієнти – це підприємства, що дотримуються стратегії вузької спеціалізації. Такі підприємства надають дорогі та високої якості послуги для вузького кола споживачів і прагнуть до оволодіння максимальною часткою невеликого ринкового сегмента.

За ринкових відносин важливою умовою забезпечення виживання та ефективної діяльності туристичних підприємств є високий рівень їхньої конкурентоспроможності, а визначення сутності, типізація та класифікація туристичних підприємств за конкретними ознаками – необхідна передумова розроблення методичних підходів до визначення можливостей туристичних підприємств на туристичному ринку.

9.3. Зовнішнє середовище та внутрішнє середовище туристичного підприємства

Будь-яка організація, зокрема й туристичне підприємство, перебуває і функціонує в межах зовнішнього та внутрішнього середовищ. Вони зумовлюють успішність функціонування компанії, накладають певні обмеження на операційні дії та якою мірою, кожна дія компанії можливо тільки в тому разі, якщо середовище допускає його здійснення.

Внутрішнє середовище організації – це та частина загального середовища, яка перебуває у її межах. Вона надає сталий розвиток і безпосередній вплив на функціонування організації. Внутрішнє середовище має декілька аспектів, стан яких у сукупності визначає той потенціал і ті можливості, якими володіє організація. Вивчення внутрішнього середовища спрямовано на з'ясування того, якими сильними та слабкими сторонами володіє організація. *Сильні сторони* слугують базою, на яку організація спирається в конкурентній боротьбі й яку вона має прагнути розширювати та зміцнювати. *Слабкі сторони* – це предмет пильної уваги з боку керівництва, яке має робити все можливе, щоб позбутися від них. Аналіз внутрішнього середовища організації зазвичай здійснюють для порівняння становища компанії зі становищем найближчих конкурентів (для оцінювання конкурентної стратегічної позиції організації).

Мета організації – конкретний кінцевий стан або бажаний результат, якого прагне досягти трудовий колектив. Генеральною метою діяльності турфірм є надання якісних туристичних послуг та підвищення ступеня задоволеності туриста від здійсненої подорожі. Ці цілі не можна назвати різнорідними, вони формують взаємозв'язок – дерево цілей: реалізація однієї з них є недоцільною без реалізації другої. Цілі розробляються керівництвом організації й доводяться до відома керівників усіх рівнів.

Структура організації становить логічне взаємовідношення рівнів управління та функціональних зон, спрямоване на встановлення чітких взаємозв'язків між окремими підрозділами організації, розподіл між ними прав і відповідальності в такій формі, яка дозволяє найбільш ефективно досягати цілей.

Завдання організації – певна робота, серія робіт, яку має бути виконано заздалегідь установленим способом у заздалегідь визначені терміни. Завдання безперервно ускладнюються у міру зростання частки ринку, що потребує забезпечення щораз більшими обсягами ресурсів: матеріальних, фінансових, трудових та ін.

Якість роботи персоналу безпосередньо визначено реалізацією кадрової політики в організації. Водночас важливу роль відіграє стиль керівництва. У туристичних організаціях особливе значення мають сприятливі корпоративні відносини у трудовому колективі й неприйнятні авторитарні методи управління, оскільки вони пригнічують творчий підхід, ініціативу, свободу комунікації менеджерів, перешкоджають формуванню атмосфери відкритості, взаємної підтримки.

Зовнішнє середовище організації є джерелом, що забезпечує організацію ресурсами, необхідними для підтримання її внутрішнього потенціалу на необхідному для функціонування та розвитку рівні. Організація постійно обмінюється ресурсами із зовнішнім середовищем, забезпечуючи тим самим своє виживання. Але ресурси зовнішнього середовища не безмежні, і на них претендують інші організації, що функціонують у цьому самому середовищі. Тому завжди є можливість того, що ця організація не отримає потрібних ресурсів із зовнішнього середовища. Це може послабити її потенціал і призвести до багатьох негативних для організації наслідків.

Завдання стратегічного управління полягає в забезпеченні такої взаємодії організації із зовнішнім середовищем, яке дозволить їй підтримувати потенціал на рівні, необхідному для досягнення її цілей, що дасть їй можливість виживати в довгостроковій перспективі. Для того щоб визначити стратегію поведінки організації й реалізувати її, керівництво повинно мати поглиблене уявлення про зовнішнє середовище, тенденції його розвитку і місця, що займає в ньому організація. Водночас зовнішнє оточення вивчають, насамперед, для того, щоб розкрити загрози й потенційні можливості, які організація має враховувати під час визначення своїх цілей і досягнення їх.

Спочатку зовнішнє середовище організації розглядали як задані умови діяльності, які керівництво не може контролювати. Нині домінує думка, згідно з якою організація, щоб вижити й розвиватися, має не просто пристосовуватися до зовнішнього середовища шляхом адаптації своєї внутрішньої структури та поведінки на ринку, але й активно формувати зовнішні умови своєї діяльності. Це положення стало основою стратегічного управління, використовуваного передовими компаніями в умовах високої невизначеності зовнішнього середовища.

Зазвичай організація у процесі управління сама визначає, які чинники та якою мірою можуть впливати на результати її діяльності в цей

період і в перспективі. Результати досліджень та аналізу поточних подій стають основою розроблення конкретних засобів і методів для ухвалення відповідних управлінських рішень. Причому, насамперед, виявляють і враховують чинники зовнішнього середовища, що впливають на стан внутрішнього середовища організації.

Вивчення робочого середовища передбачає аналіз тих складових частин зовнішнього оточення, із якими організація перебуває в безпосередній взаємодії, – це покупці, посередники, конкуренти.

Аналіз внутрішнього середовища спрямовано на визначення потенціалу організації та, зазвичай, його здійснюють за такими основними напрямками: маркетинг, виробництво, фінанси, персонал, структура управління.

Застосування одного з основних інструментів менеджменту – системного підходу – дозволяє виявити витoki проблем, що виникають у роботі організації, передусім за її межами – у зовнішньому середовищі. І дійсно, багато внутрішніх проблем вітчизняних організацій викликано зовнішніми причинами: недосконалістю законодавства, суперечливістю макроекономічних процесів, ненадійністю партнерів, недовірливістю клієнтів, агресивністю конкурентів. Ретельний аналіз чинників внутрішнього та зовнішнього середовища організації є передумовою ухвалення правильних управлінських рішень.

Ключові терміни до теми 9: туристичне підприємство, бюро екскурсій, туристичний клуб, туристично-краєзнавчий клуб, туристична секція, туристично-краєзнавчий гурток, підприємства-комутанти, підприємства-експлеренти, підприємства-віоленти, підприємства-патієнти, внутрішнє середовище організації, зовнішнє середовище організації.

Рекомендована література: [4; 6; 10; 11; 17; 22; 24; 35; 46].

10. Основні й оборотні фонди туристичного підприємства

10.1. Основні фонди, їхня класифікація та структура

Одним із найбільш важливіших елементів ресурсного забезпечення і головним чинником розвитку туризму, окрім рекреаційних ресурсів та туристичної інфраструктури, є персонал, капітал і виробничі фонди, оборотні кошти, нематеріальні й інвестиційні ресурси.

Виготовлення продукції або надання послуг здійснюють у процесі взаємодії праці людини та певних засобів виробництва, які за своїм матеріально-речовим складом становлять **основні фонди підприємства** [4].

Жодне новостворене підприємство не зможе успішно функціонувати без наявності капіталу й основних фондів.

Капітал, у буквальному сенсі, означає ту суму коштів, яка необхідна для започаткування та здійснення діяльності підприємства. Це буде авансований капітал (грошова сума), який укладається власником у певне підприємство, із метою отримання прибутку. Його витрачають на придбання засобів виробництва й наймання робочої сили і, відповідно, називають *постійним і змінним капіталом*.

Постійний капітал можна розподілити на *основний* (позаоборотні активи) та *оборотний*.

Основний капітал (позаоборотні активи) – це майно туристичних організацій, що залучене у виробничий процес і функціонує в багатьох виробничих циклах, зберігаючи водночас свою натурально-речовинну форму протягом усього терміну використання, і переносить свою вартість на собівартість туристичного продукту й послуг частинами, у міру спрацювання. Складається з вартості засобів праці (будівель, споруд, машин, обладнання).

Оборотний капітал – це та частина постійного капіталу, яку витрачають на придбання на ринку предметів праці (сировини, матеріалів, складових частин туристичного продукту тощо).

Змінний капітал – це частина капіталу, авансованого на придбання робочої сили, яка змінює свою вартість у процесі виробництва, тобто створює додаткову вартість.

Надання послуг, формування або виробництво туристичного продукту здійснюють у процесі взаємодії праці людини та певних засобів виробництва, які за своїм матеріально-речовим складом становлять виробничі фонди підприємства. Їх розподіляють на основні та оборотні.

Основні фонди – це засоби праці, які мають вартість і функціонують у виробництві тривалий час у своїй незмінній споживчій формі, а їхня вартість переноситься конкретною працею на вартість послуг чи продукції, що виробляють, частинами в міру спрацювання [4].

Оборотні фонди – це частина виробничих фондів у вигляді сукупності предметів праці, елементи яких повністю споживають у кожному

виробничому циклі, змінюють або повністю втрачають натуральну форму та переносять усю свою вартість на вартість послуг або продукції.

У готельно-туристичних комплексах виділяють такі групи основних фондів:

1. Житлово-обслуговочі будівлі – приміщення для надання основної послуги (проживання) та додаткових послуг (харчування, розваг, оздоровлення тощо).

2. Інженерно-технічні споруди – приміщення для обслуговування самих закладів розміщення (бойлерні, котельні, вентиляційно-очисні споруди, енергетичні підстанції та ін.).

3. Передавальні пристрої – мережі водопостачання й теплопостачання, каналізація, електромережа тощо.

4. Обладнання – різноманітні робочі машини та механізми, за допомогою яких відбувається забезпечення готельних споруд.

5. Виробничий і господарський інвентар – меблі, засоби забезпечення санітарного стану, протипожежного призначення тощо.

6. Транспортні засоби – автобуси, катери, човни, легкові автомобілі. Для встановлення норм амортизаційних відрахувань і розрахунків щорічних амортизаційних сум застосовують укрупнену класифікацію, відокремлюючи чотири групи основних фондів:

перша – будівлі, споруди, їхні структурні компоненти й передавальні пристрої, зокрема житлові будинки та їхні частини;

друга – автомобільний транспорт та запчастини до нього, меблі, побутові електронні, оптичні, електромеханічні прилади та інструменти;

третя – основні фонди, не внесені до першої та другої груп;

четверта – це комп'ютерні засоби та інші машини для автоматичного опрацювання інформації, програмне забезпечення, телефони, рації, вартість яких перевищує вартість малоцінних товарів.

Структура основних фондів – це співвідношення різних груп основних фондів до їхньої загальної вартості.

Натуральні показники характеризують кількість одиниць, що входять до складу кожного виду основних фондів, їхні параметри – потужність, продуктивність, вантажність, рік введення в експлуатацію. Їх використовують для оцінювання технічного стану та морального спрацювання основних фондів. Кожній одиниці основних фондів у процесі їхнього обліку надають інвентарний номер та відповідну первісну та залишкову вартість.

До основних фондів підприємств належить також обладнання для автоматичних систем управління: комп'ютери з периферією, програмне забезпечення, модеми, кабелі та інші пристрої.

10.2. Спрацювання та амортизація основних фондів

Основні фонди протягом свого тривалого функціонування зазнають фізичного (матеріального) й економічного спрацювання, а також техніко-економічного старіння.

Під **фізичним (матеріальним) спрацюванням основних виробничих фондів** розуміють явище поступової втрати ними своїх первісних техніко-експлуатаційних якостей, тобто споживчої вартості, що призводить до зменшення їхньої реальної вартості – економічного спрацювання.

На швидкість і розміри фізичного спрацювання основних фондів впливають їхня надійність та довговічність, спосіб використання (екстенсивне чи інтенсивне), особливості технологічних процесів, якість технічного догляду й ремонтного обслуговування, кваліфікація робітників, інші організаційно-технічні чинники.

Фізичне спрацювання будь-якого знаряддя праці (машин, обладнання) можна розподілити умовно на дві частини: ту, що періодично усувають виконанням ремонтів, і ту, що її в такий спосіб усунути неможливо. Із часом спрацювання поступово збільшується та врешті-решт стає таким, що унеможливорює подальше використання засобу праці у виробництві, тобто настає момент повного фізичного спрацювання, коли треба замінити такий засіб праці на новий аналогічного призначення. У зв'язку із цим розрізняють *усувне (тимчасове)* та *неусувне (постійно накопичуване)* фізичне спрацювання основних фондів.

Ступінь (коефіцієнт) фізичного спрацювання основних фондів розраховують за такою формулою:

$$K_{\text{ОФ}} = \frac{C}{\text{ОФ}_\text{п}} \times 100 \%, \quad (10.1)$$

де C – сума спрацювання основних фондів;

$\text{ОФ}_\text{п}$ – первісна вартість основних фондів.

Ступінь (коефіцієнт) морального спрацювання основних фондів розраховують за такою формулою:

$$K_{мс} = \frac{ОФ_{п} - ОФ_{вд}}{ОФ_{вд}} \times 100 \%, \quad (10.2)$$

де $ОФ_{вд}$ – відновлювана вартість.

Основні фонди підприємства є грошовим обчисленням їхньої вартості. Вона необхідна для правильного визначення загального обсягу основних фондів, їхньої динаміки та структури, розрахунку економічних показників господарської діяльності підприємства за певний період.

Основні фонди оцінюють, залежно від моменту здійснення оцінювання – за первісною (початковою) вартістю або відновленою вартістю; залежно від стану основних фондів – за повною або залишковою вартістю.

Первісна вартість – це фактична вартість основних засобів у процесі введення їх в експлуатацію. За цією вартістю основні фонди зараховують на баланс підприємства та зазначають у звітності.

Первісну вартість розраховують за такою формулою:

$$ОФ_{п} = Ц + Т + М, \quad (10.3)$$

де $ОФ_{п}$ – первісна вартість основних фондів;

$Ц$, $Т$, $М$ – вартість, відповідно, транспортування, монтажу та налагодження основних фондів.

Відновлювана вартість – це вартість їхнього відтворення за сучасних умов виробництва. Вона враховує ті самі витрати, що й первісна вартість, але за сучасними цінами. Її розраховують за такою формулою:

$$ОФ_{вд} = \frac{ОФ_{п}}{(1 + \Delta\Pi_{п})^T}, \quad (10.4)$$

де $\Delta\Pi_{п}$ – індекс приросту продуктивності праці;

$Т$ – кількість років експлуатації основних фондів.

Повна (балансова) вартість основних фондів – це вартість у новому, неспрацьованому стані. За цією вартістю основні фонди враховують

на балансі підприємства протягом усього строку їхньої експлуатації. Її розраховують за такою формулою:

$$\text{ОФ}_\text{Б} = \text{ОФ}_\text{пр} + \text{ОФ}_\text{вп} + \text{В}_\text{кр} + \text{В}_\text{рек.} - \text{ОФ}_\text{вив.} - \text{АВ}, \quad (10.5)$$

де $\text{ОФ}_\text{пр}$ – балансова вартість групи основних фондів на початку року;

$\text{ОФ}_\text{вп}$ – витрати на придбання нових основних фондів;

$\text{В}_\text{кр}$ – вартість капітального ремонту основних фондів;

$\text{В}_\text{рек.}$ – витрати на реконструкцію основних фондів;

$\text{ОФ}_\text{вив.}$ – вартість виведених з експлуатації основних фондів протягом року;

АВ – амортизаційні відрахування (сума спрацювання).

Залишкова вартість основних фондів характеризує реальну їхню вартість, яку ще не було перенесено на вартість готового продукту або наданої послуги. Вона становить різницю між первісною (відновлюваною) вартістю та сумою накопиченою на момент обчислення спрацювання основних фондів. Її розраховують за такою формулою:

$$\text{ОФ}_\text{з} = \text{ОФ}_\text{п} - \text{АВ}. \quad (10.6)$$

Амортизація основних фондів – це процес перенесення вартості основних фондів на вартість новоствореної продукції, із метою їхнього повного відновлення.

Амортизаційні кошти надходять підприємству у складі виручки від реалізації готової продукції (робіт, послуг) і їх накопичують для подальшого використання як джерела відтворення вартості основних засобів в амортизаційному фонді.

Амортизаційні відрахування здійснюють за певними нормами.

Норма амортизації – це встановлений річний (квартальний) відсоток відшкодування вартості спрацювання частини основних фондів. Норми амортизації, які застосовують на підприємстві, мають бути економічно обґрунтованими та спрямованими на своєчасне відшкодування основних фондів.

$$H_A = \frac{\text{ОФ}_\text{п} - \text{ОФ}_\text{л}}{A_\text{п} \times \text{ОФ}_\text{п}} \times 100 \%, \quad (10.7)$$

де $\text{ОФ}_\text{л}$ – ліквідаційна вартість основних фондів;

A_n – амортизаційний період (нормативний строк функціонування) основних фондів.

Щорічну суму амортизаційних відрахувань основних фондів розраховують за такою формулою:

$$AB = \frac{OF_n \times H_A}{100}. \quad (10.8)$$

Нарахування амортизації починають із місяця, наступного за місяцем, у якому об'єкт основних засобів став придатним для корисного використання. Амортизацію нараховують щомісячно протягом усього строку корисного використання об'єкта. Разом із тим нарахування амортизації призупиняють на період реконструкції, модернізації, добудови, дообладнання та консервації об'єкта або припиняють починаючи з місяця, наступного за місяцем вибуття об'єкта основних засобів.

Метод амортизації основних засобів вибирає підприємство самостійно з урахуванням очікуваного способу отримання економічних вигід від його використання та переглядає в разі зміни очікуваного способу отримання економічних вигід від його використання.

У практиці застосовують такі методи нарахування амортизації основних засобів:

- 1) прямолінійний (лінійний);
- 2) зниження залишкової вартості (балансовий);
- 3) прискореної амортизації;
- 4) кумулятивний.

Прямолінійний метод (лінійний), за яким річну суму амортизації (AB) визначають діленням амортизованої вартості на строк корисного використання об'єкта основних засобів, тобто за такою формулою:

$$AB = \frac{(OF_n - OF_n) \times H_A}{100}. \quad (10.9)$$

Метод зниження залишкової вартості (балансовий), за яким річну суму амортизації визначають як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітної року або первісної вартості на дату початку нарахування

амортизації. У цьому методі накопичення амортизації та залишкову вартість основних фондів розраховують аналогічно, як за прямолінійної амортизації (див. ф-лу (10.9)).

Метод прискореної амортизації, за яким підприємство може самостійно ухвалити рішення щодо застосування цього методу. Тут використовують такі норми прискореної амортизації, відповідно до року експлуатації засобів праці: перший рік – 15 %, другий – 30 %, третій – 20 %, четвертий – 15 %, п'ятий – 10 %, шостий і сьомий – 5 %. Цей метод використовують для підвищення конкурентоспроможності підприємства, переходу на нові види продукції або послуг.

10.3. Сутність та значення оборотних фондів. Структура оборотних коштів

Частиною майна організації є оборотні кошти – це грошові кошти, авансовані в оборотні виробничі фонди та фонди обігу.

Оборотні кошти – це сукупність оборотних фондів і фондів обігу.

Оборотні фонди – це частина фондів у вигляді певної сукупності предметів праці, елементи яких повністю споживають у кожному циклі виробництва, змінюють або повністю втрачають натуральну форму та переносять свою вартість на вартість продукції або послуг.

Фонди обігу – це грошова та товарна форма майна підприємства.

Вони містять:

1. Готову продукцію на складах підприємства.
2. Товари, які відвантажені або перебувають у дорозі.
3. Грошові кошти в касі, банках, на рахунках.
4. Ресурси, необхідні для реалізації готової продукції, її зберігання, доведення до якості, яка відповідає вимогам споживачів.
5. Інші ресурси, які використовують для обслуговування постачання та продажу готової продукції.

Оборотні фонди – це обов'язковий елемент процесу виробництва. Чим меншою є витрата сировини, матеріалів, палива й енергії на одиницю продукції, тим економніше витрачають працю, необхідну на їхній видобуток і виробництво, тим дешевшим є продукт. Наявність в організації достатніх обігових коштів є необхідною передумовою для її нормального функціонування в умовах ринкової економіки. Необхідно засвоїти головне:

що дає підприємству ефективне використання оборотних фондів та оборотних коштів і які заходи можуть сприяти зниженню матеріаломісткості продукції та прискоренню оборотності оборотних коштів.

До *оборотних виробничих фондів* фірм належить частина засобів праці, речові елементи яких у процесі праці, на відміну від основних виробничих фондів, витрачають у кожному виробничому циклі, і їхня вартість переноситься на продукт праці повністю та відразу. Речові елементи оборотних фондів у процесі праці зазнають зміни своєї натуральної форми та фізико-хімічних засобів. Вони втрачають споживну вартість у міру їхнього виробничого споживання. Нова споживча вартість виникає у вигляді виробленої з них продукції.

Оборотні виробничі фонди підприємств, організацій складаються із трьох частин: виробничих запасів; незавершеного виробництва та напівфабрикатів власного виготовлення; витрат майбутніх періодів.

Виробничі запаси – це предмети праці, підготовлені для запуску у виробничий процес; вони складаються із сировини, основних і допоміжних матеріалів, палива, пального, покупних напівфабрикатів і комплектних виробів, тари й тарних матеріалів, запасних частин для поточного ремонту основних фондів, інструментів, оснащення, строк служби яких є меншим від одного року або вартість нижчою від установленної суми.

Незавершене виробництво – у туристичній індустрії до цієї категорії належать усі складові частини туристичного продукту.

Витрати майбутніх періодів – це елементи оборотних фондів, що містять витрати на підготовку й освоєння нової діяльності, що відбуваються в цьому періоді (квартал, рік), але належать до продукції майбутнього періоду (наприклад, витрати на конструювання й розроблення технології нових видів виробів, на переустановлення устаткування та ін.).

Оборотні виробничі фонди у своєму русі також пов'язано з фондами обігу, обслуговуючими сферу обігу. Фонди обігу містять готову продукцію на складах, товари в дорозі, грошові кошти й кошти в розрахунках зі споживачами продукції, зокрема дебіторську заборгованість, короткострокові фінансові вкладення.

Підвищення частки незавершеного виробництва, готової продукції на складі вказує на вилучення оборотних засобів з обороту, зменшення обсягу реалізації, а значить, і прибутку. Усе це свідчить про те, що на підприємстві оборотними коштами необхідно управляти, із метою оптимізації їхньої структури та підвищення оборотності.

Ефективне використання оборотних коштів відіграє велику роль у забезпеченні нормальної роботи організації, підвищенні рівня рентабельності виробництва.

Ключові терміни до теми 10: капітал, постійний капітал, змінний капітал, основні фонди, оборотні фонди, фізичне (матеріальне) спрацювання, первісна вартість, відновлювана вартість, повна (балансова) вартість основних фондів, залишкова вартість основних фондів, амортизація основних фондів, норма амортизації, оборотні кошти, фонди обігу, оборотні фонди, виробничі запаси, витрати майбутніх періодів.

Рекомендована література: [4; 6; 17; 22; 33; 38; 43; 46; 49; 60].

11. Організація виробництва продукції (надання послуг). Виробнича програма підприємств туристичного комплексу

11.1. Сутність, структура та принципи організації виробничого процесу

Організація виробництва – це впорядкована система взаємодії працівників із речовинними елементами виробництва та один з одним, спрямована на раціональне поєднання процесів праці й досягнення оптимальних соціально-економічних кінцевих результатів.

Основна мета організації виробництва – підвищення ефективності виробництва, шляхом виконання поставлених завдань у найкоротший строк за найкращого використання виробничих ресурсів.

Значення організації виробництва зростає в міру розвитку ринкових відносин, що сприяють відродженню конкуренції, за якої великої ваги набуває результативність праці. Правильна організація праці сприяє раціональному використанню обладнання й часу персоналу, який працює на ньому, що підвищує продуктивність праці, знижує собівартість продукції, підвищує рентабельність виробництва.

Метою організації виробництва є забезпечення високої економічної та соціальної ефективності функціонування підприємства. Водночас разом із головною метою підприємства – виробництвом і реалізацією товарів та послуг для задоволення потреб покупців – підприємство прагне досягти багато окремих цілей: економічних, соціальних, техніко-технологічних, екологічних та ін.

Виробничий процес – це сукупність взаємопов'язаних дій людей, засобів праці та природи, потрібних для виготовлення продукції. Основними елементами виробничого процесу є процес праці як свідома діяльність людини, предмети та засоби праці. Графічно це відображено на рис. 11.1.

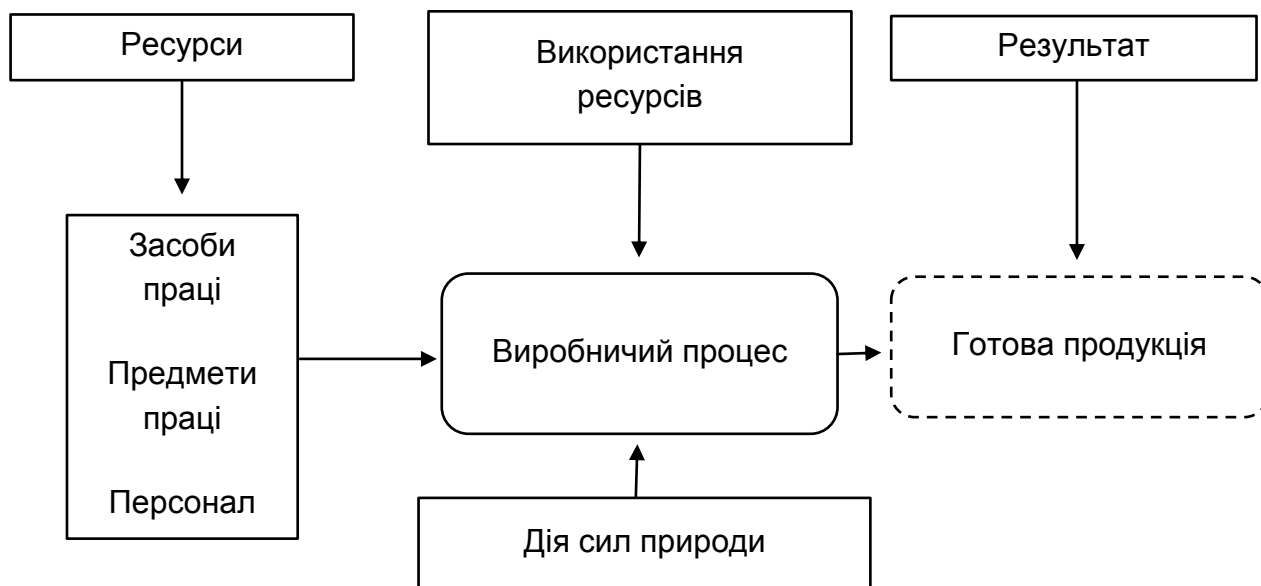


Рис. 11.1. **Схема елементів виробничого процесу**

Система організації виробництва – це сукупність організаційних форм, методів і правил, здійснення яких забезпечує ефективне функціонування елементів виробничої системи та їхню взаємодію у процесі виробництва продукції.

Основою будь-якого трудового процесу є його технічна складова частина. Зміни в техніці впливають на характер праці. Найбільший вплив мають механізація й автоматизація виробничих процесів. На технологію виробництва безпосередньо впливає організація праці: проектування раціонального розставлення обладнання й робочих на ділянках неможливе без попереднього розрахунку робочих місць. Наприклад, у готельному бізнесі необхідно мати заздалегідь підготовлені стандарти прибирання кожного номера. Згідно із цим стандартом, персонал має прибирати певну кількість номерів у кожну зміну з додатковим фінансовим заохоченням за кожен номер.

Крім того, організацію праці розглядають як одну з функцій управління. Варто зазначити, що заходи щодо вдосконалення організації праці

(наприклад, упровадження колективних форм організації праці) приводять до серйозних змін в організації управління, планування та обліку.

Для ефективної організації трудового процесу, наприклад, у готелі необхідно використання таких форм наукової організації праці, як складання стандартів обслуговування, що містять службовий розклад і контрольні листи.

Основна мета службового розкладу – це врахування потреб готелю, з одного боку, і побажань персоналу, наприклад з організації робочого часу, – з іншого. Під час складання службового розкладу спочатку виділяють сфери роботи, участь персоналу у яких залежить від відмінностей у завантаженості кожного співробітника (служба покоївок, служба безпеки, служба харчування тощо). Найчастіше службовий розклад складають із прогнозованим завантаженням. Це дозволяє уникнути неефективного використання трудових ресурсів (знизити витрати на персонал), не зменшуючи кількості та якості послуг для клієнтів. Із цією метою встановлюють середнє завантаження на день або тиждень з урахуванням особливих заходів (конференцій, засідань та ін.).

Будь-який **виробничий процес** складається з підготовчої; виконавчої та завершальної стадії, які роздроблюють на технологічні (виробничі) операції.

Операція – це закінчена частина виробничого процесу, яку виконують на одному робочому місці, над тим самим предметом праці без переналагоджування обладнання.

1. За призначенням виробничі процеси розподіляють на:

основні процеси – це процеси безпосереднього виготовлення основної продукції підприємства, які визначають його виробничий профіль, спеціалізацію. Усі процеси в ряді виробництв розподіляють на стадії: обробку, випуск (складальну). Разом вони створюють основне виробництво;

допоміжні процеси – це процеси виготовлення продукції, які використовують на самому підприємстві для забезпечення правильного перебігу основних процесів. Їх групують за призначенням, утворюючи такі допоміжні виробництва, як ремонтне, інструментальне, енергетичне та інші господарства;

обслуговчі процеси забезпечують нормальні умови здійснення основних і допоміжних процесів. До них належать складські, транспортні процеси.

2. За перебігом у часі виробничі процеси розподіляють на:

дискретні (перервні) – характерні циклічністю, пов'язаною з виготовленням виробів певної форми, які обчислюють у штуках (машини, прилади, одяг тощо);

безперервні – це процеси, властиві виробництву продукції, яка не має сталого об'єму та форми (сипкі, рідкі й газоподібні речовини), тому їхній перебіг не потребує технологічної циклічності.

3. Залежно від стадії виробничого циклу виділяють:

підготовчі – це процеси, призначені для виконання операцій підготовки живої праці, предметів і засобів праці до перетворення предметів праці на корисний (кінцевий) продукт;

перетворювальні – це процеси, під час яких відбувається перероблення предметів праці (на кінцевий продукт) шляхом реалізації перетворюваної функції. Перетворення предметів праці здійснюють шляхом цілеспрямованої зміни форми, розмірів, зовнішнього вигляду, фізичних чи хімічних властивостей тощо;

кінцеві – це процеси (завершальної стадії), які полягають у підготовці результатів попереднього перетворення на кінцеву продукцію для подальшого споживання.

4. За ступенем автоматизації розрізняють:

ручні процеси, що виконуються безпосередньо робітником, фізична сила якого є основним джерелом енергії;

механізовані процеси, що виконуються робітником за допомогою машин. Робітник керує машинами, а безпосередньо виконує тільки допоміжні операції;

автоматизовані процеси, що виконуються машинами під наглядом робітника за попередньо розробленою програмою.

5. Залежно від характеру впливу на предмети праці виробничі процеси розподіляють на:

підготовчі – це процеси, що містять операції з доставляння заготовок, інструменту, оснащення та підготовки робочого місця до роботи;

технологічні – це процеси, що безпосередньо пов'язані з перетворенням ресурсів на готову продукцію;

процеси контролю, що передбачають виконання контрольно-вимірювальних операцій для досягнення відповідності продукції технічним та іншим умовам і вимогам;

процеси транспортування та складування, пов'язані з переміщенням і зберіганням продукції протягом усього виробничого циклу, а також інтегрують виробничий процес в одне ціле та забезпечують погодженість окремих операцій у часі.

Виробничий процес складається із циклів виробництва.

Виробничий цикл – це календарний період часу, протягом якого виріб або партія виробів, що обробляють, проходять усі операції виробничого процесу або певної його частини й перетворюються на завершений продукт.

Інтервал календарного часу від початку першої виробничої операції до закінчення останньої називають *тривалістю виробничого циклу* в часі, яку вимірюють у днях, годинах, хвилинах, залежно від виду виробу та стадії оброблення.

В умовах готельно-ресторанного виробництва всі основні технологічні процеси регулярно повторюються в повному обсязі як сукупність операцій, тобто їх виконують циклічно. Виробничий цикл складається з робочого періоду й організаційних перерв. Основні й допоміжні технологічні процеси (прибирання номерного фонду, виготовлення напівфабрикатів і готових страв, кулінарних виробів у процесі виробництва тощо) виконують під час робочого періоду. Організаційні перерви між операціями використовують для відпочинку працівників під час зміни та приймання їжі. Також є організаційно-технологічні перерви, перерви через порушення трудової дисципліни, із технічних причин та ін. Під час надання послуг застосовують три основні методи організації виробничих процесів: поточний, партійний, одиничний.

11.2. Форми організації виробництва

Тип виробництва визначають комплексною характеристикою технічних, організаційних та економічних особливостей виробництва, обумовлених широкою номенклатурою, регулярністю, стабільністю й обсягом випуску продукції.

До найбільш відомих і значно поширених у сучасних умовах господарювання форм організації виробництва належать спеціалізація, концентрація, комбінування та диверсифікація.

Спеціалізація – це форма організації виробництва, що передбачає випуск однотипної продукції, зосередженої на одному підприємстві (у його структурних підрозділах). Основним принципом спеціалізації є поділ праці й концентрація однотипного виробництва в масштабах усього підприємства (цеху, дільниці).

Концентрація – це процес зосередження виготовлення продукції на обмеженій чисельності підприємств і в їхніх виробничих підрозділах. Щоб виміряти рівень концентрації, необхідно використовувати показники обсягу продукції, чисельності працівників, а в деяких галузях – вартості основних засобів.

В умовах конкуренції в ряді випадків привабливішою для підприємства є **диверсифікація** виробництва, яка допускає різноманітність сфер діяльності шляхом розширення номенклатури продукції. Для невеликих підприємств більш властива спеціалізація, заснована на випуску обмеженого асортименту продукції, орієнтована на задоволення чітко визначених потреб ринку.

Комбінування – це поєднання підприємств, іноді різногалузових, але тісно пов'язаних між собою. Показниками, які характеризують рівень комбінування, є кількість і вартість продуктів, які виготовляють із вихідної сировини, що переробляють на комбінаті; частка сировини й напівфабрикатів, які переробляють на подальший продукт на місці їхнього виготовлення; частка побічної продукції в загальному обсязі продукції комбінату тощо.

Кооперування – це форма організації виробництва, яка передбачає формування виробничих зв'язків між підприємствами, цехами або дільницями, що займаються виготовленням одного й того самого виду продукції. Кооперовані процеси всередині одного підприємства виявляються у передаванні напівфабрикатів або комплектних виробів для подальшого перероблення їх з одного основного цеху в інший, у виконанні певних послуг або робіт допоміжних виробництв для потреб основних цехів.

За внутрішньогалузевого кооперування (за аналогією з видами спеціалізації) застосовують такі форми кооперування виробництв:

агрегатне (предметне) кооперування, що виявляється у процесі виробництва складної продукції, випуск якої здійснюють на головному підприємстві на основі придбання від інших підприємств-постачальників різних деталей і комплектних виробів, необхідних для комплектування профільної продукції цього підприємства;

предметне кооперування – це постачання головному підприємству, що випускає готову продукцію, необхідних для комплектації кінцевої продукції окремих агрегатів: моторів, електродвигунів, електрогенераторів, компресорів, насосів та ін.;

стадійне кооперування – це такий вид виробничих зв'язків, який характеризується постачанням одних підприємств іншим певних напівфабрикатів або виконанням окремих технологічних операцій, певних робіт або наданням тих чи тих послуг.

У процесі кооперування між підприємствами найважливішими способами встановлення зв'язків слугують: розроблення та реалізація спільних програм, укладання договорів за спеціалізацією виробництва, а також створення спільних підприємств із виробництва необхідних виробів. Реалізацію спільних програм можна здійснювати у двох напрямках:

підрядного кооперування, що виявляється в укладанні угоди (договору) між двома підприємствами, одне з яких доручає (замовник) іншому (підряднику, виконавцю) виконання певного обсягу робіт або надання послуг, відповідно до обумовлених договором вимог щодо строків, обсягів і якості;

виробничого кооперування (спільне виробництво), спрямованого на розмежування виробничих програм учасників такого кооперування. Договірні сторони укладають належну угоду, відповідно до якої вони усувають або скорочують дублювання виробництва (випуск одного й того самого виду продукції), із метою зниження або ліквідації конкуренції на ринку між собою. Підсумком виробничого кооперування слугує створення виробничих спільних підприємств, яке дістало назву *інтегрованого кооперування*. У цьому разі відбувається об'єднання декількох підприємств у єдину організаційно-правову форму для досягнень у процесі спільної діяльності погоджених між собою цілей.

11.3. Сутність і структура виробничої програми. Принципи та етапи розроблення виробничої програми туристичного оператора

У сучасних умовах зростальної ринкової конкуренції роль планування діяльності підприємств стає дуже важливою. Планування діяльності туристичного підприємства є невід'ємною частиною його діяльності й дає змогу пов'язувати ресурси для створення туристичного продукту з можливостями його збуту та відповідно до попиту. Головним завданням

підприємства та його менеджерів є визначати поточного й перспективного попиту потенційних туристів на свій турпродукт і вчасно встигати пропонувати його конкретним споживачам.

Планування виробничої діяльності туристичного підприємства – це передбачення та програмування на малу, середню та велику перспективи обсягів виробництва туристичних послуг і комплектування турпродукту, що користується попитом, а також розрахунок результатів від його реалізації. Вихідним моментом обґрунтування виробничої програми туристичного підприємства слугує прийнятний варіант плану реалізації, зорієнтований на можливий обсяг реалізації з урахуванням попиту або на обсяг продажу, необхідний для отримання цільового прибутку з урахуванням ресурсного забезпечення обсягу реалізації турпродукту (послуг) [4].

Виробнича програма туристичного підприємства, наприклад, туроператора, становить документ, у якому поставлено завдання на створення туристичного продукту визначеної кількості, номенклатури, асортименту та якості в певний строк за вимогами потенційних туристів або для вільної реалізації на основі ринкового попиту.

Під час розроблення програми діяльності туристичного підприємства використовують натуральні та вартісні показники.

У сфері туризму *натуральними показниками* можна вважати кількість розроблених і реалізованих туристичних пакетів, турів або окремих туристичних послуг.

Крім натуральних показників, роботу всіх підприємств туристичної індустрії оцінюють у грошовому (вартісному) обчисленні – сумою виручки від реалізації туристичних послуг і товарів.

Виробнича програма туристичного оператора складається з таких розділів [4]:

1. План надання туристичних послуг і комплектування турпродукту за номенклатурою та асортиментом.
2. Завдання з підвищення якості турпродукту та послуг.
3. План ресурсного забезпечення виробничої програми.
4. План кооперування туроператора з постачальниками туристичних послуг і ресурсів.

Туроператори розробляють виробничу програму, а турагенти, оскільки вони не формують, а тільки реалізують на ринку турпродукт, – обмежуються обґрунтуванням планів реалізації.

Виробничу програму складають за такими принципами:

науковим обґрунтуванням можливих обсягів реалізації конкретних туристичних послуг та укомплектованих турів;

систематичним оновленням асортименту та підвищенням якості туристичних послуг, відповідно до ринкового попиту;

підвищенням ефективності використання ресурсного потенціалу туризму та ресурсів підприємства (матеріальних, трудових, фінансових, інформаційних);

погодженням виробничої програми туроператора з виробничими програмами обслугових підприємств, пов'язаних кооперативними або договірними відносинами;

наращуванням обсягів туристичних послуг на основі планів реалізації турпродукту.

Дотримання наведених принципів забезпечує високий рівень обґрунтованості планових завдань випуску туристичного продукту. Сформований банк даних потенційних туристів є основою визначення видів, форм та елементів туристичного продукту, які, своєю чергою, визначають потребу в ресурсах для їхнього формування. На основі погодження банку потреб потенційних туристів із ресурсним забезпеченням розробляють маршрути, складають графіки руху туристів і формують пакети туристичних послуг [4].

11.4. Планування діяльності підприємств розміщення та харчування туристів

Послуги з розміщення туристів надає мережа підприємств готельного й неготельного типу.

Програма експлуатаційної діяльності є вихідним розділом плану господарської діяльності підприємства, яка надає послуги розміщення туристів.

Перед плануванням експлуатаційної програми здійснюють аналіз, у процесі якого оцінюють ряд показників, характерних для оцінювання експлуатаційної потужності підприємства, – це місткість, пропускна спроможність і завантаженість об'єкта розміщення.

Місткість об'єкта розміщення визначають за кількістю спальних місць, яку розраховують за такою формулою:

$$M = \sum_{i=1}^n K_H^i \times K_M^i, \quad (11.1)$$

де M – місткість готелю, кількість спальних місць;

K_H^i – кількість номерів кожної i -ї категорії;

K_M^i – кількість місць у кожному номері i -ї категорії;

n – кількість категорій номерів.

Пропускна спроможність готелю визначають за потенційною кількістю місце-днів (місце-діб) за такою формулою:

$$ПС = M \times Д, \quad (11.2)$$

де ПС – пропускна спроможність готелю;

Д – кількість днів у періоді.

Цей показник характеризує можливу пропускна спроможність готелю за умови повного завантаження всього номерного фонду.

Після розрахунку потенційної пропускної спроможності, розраховують планову кількість місце-днів з урахуванням прогнозованої чисельності відвідувачів готелю та планових можливостей використання пропускної спроможності. Потенційна пропускна спроможність слугує верхнім обмеженням планових показників експлуатаційної програми готелю.

Показники **завантаження місткості** готелю використовують під час аналізу й обґрунтовують на плановий період. До цих показників належать:

1) *коефіцієнт завантаження готелю* ($K_{зг}$), його розраховують за такою формулою:

$$K_{зг} = \frac{K_H^p}{K_H^{пр.}}, \quad (11.3)$$

де K_H^p – кількість реалізованих (планових) номерів;

$K_H^{пр.}$ – кількість номерів, які пропонували для продажу.

Коефіцієнт дає змогу порівняти рівень завантаження готелю за ряд років, а також зіставити із завантаженням інших готелів та з конкурентами.

2) *коефіцієнт завантаження номерного фонду готелю* ($K_{зн}$), його розраховують за такою формулою:

$$K_{зн} = \frac{Ч_T}{K_H^p}, \quad (11.4)$$

де $Ч_T$ – чисельність туристів (відвідувачів).

3) коефіцієнт використання спальних місць (K_B), його розраховують за такою формулою:

$$K_B = \frac{K_M^B}{K_M^П}, \quad (11.5)$$

де K_M^B – кількість спальних місць, які було фактично використано;

$K_M^П$ – кількість потенційних спальних місць у готелі.

Ці коефіцієнти характеризують ефективність використання місткості не тільки окремих суб'єктів готельного господарства, а й наявного готельного фонду регіону або країни.

Виробнича програма підприємств харчування – це план випуску продукції власного виробництва. Особливу увагу мають приділяти підвищенню пропускної спроможності залів для приймання їжі, застосуванню прогресивних методів обслуговування клієнтів [4].

Планування випуску продукції тих підприємств харчування, які належать до складу туристичних комплексів, можна здійснювати двома методами – економіко-статистичним або нормативним методом.

Нормативний метод є більш використовуваним, є чотири способи його використання.

Перший спосіб ґрунтується на плановій чисельності туристів, харчування яких передбачено в цьому закладі. Цей спосіб передбачає розрахунки випуску продукції, відповідно до встановлених раціонів харчування й нормативів витрати сировини та продуктів на один день харчування одного туриста.

Зважаючи на планові норм витрат сировини та продуктів на одного споживача на день, розраховують планову потребу в сировині та продуктах кожного виду на місяць (період) за такою формулою:

$$H_{пл.} = H_B \times Ч_T \times Д, \quad (11.6)$$

де $H_{пл.}$ – планова норма сировини та продуктів на весь склад споживачів;

H_B – норма витрат сировини та продуктів на день на одного споживача;

$Ч_T$ – планова чисельність туристів;

$Д$ – кількість днів у плановому періоді.

Далі необхідно розрахувати планову потребу в сировині у грошовому обчисленні з урахуванням інфляції та суми націнки, яку встановлює підприємство. Для розрахунку використовують таку формулу:

$$ВП = Н_{пл.} + Н, \quad (11.7)$$

де $Н$ – сума націнки, встановлена підприємством харчування.

Другий спосіб складання виробничої програми засновано на використанні планового меню підприємства. Його можна застосовувати як за стабільного, так і змінного контингенту клієнтів. Змінний контингент охоплює так званих неорганізованих туристів і вільних відвідувачів.

Третій спосіб ґрунтується на потужності технологічного обладнання. За цього способу з'ясовують, яке обладнання гальмує збільшення випуску продукції до повного задоволення попиту споживачів.

Четвертий спосіб використовують на підприємствах із непостійним контингентом туристів. На таких підприємствах виробничу програму розробляють за нормами страв на одного туриста на день.

Після обґрунтування плану виробництва власної продукції в натуральному обчисленні складають план товарообороту за такою формулою:

$$ТО = \sum_{i=1}^n ВП_i \times Ц_i, \quad (11.8)$$

де $ТО$ – товарооборот на плановий період;

$ВП_i$ – випуск власної продукції i -го виду;

$Ц_i$ – середня ціна одиниці i -ї продукції.

Товарооборот підприємств харчування може бути розраховано на основі роздрібних цін, які мають покрити вартість набору сировини продукції в купівельних цінах, забезпечити отримання націнки та сплату податку на додану вартість:

$$Ц_p = В_n + Н + ПДВ, \quad (11.9)$$

де $Ц_p$ – ціна реалізації продукції харчування;

$В_n$ – вартість сировинного набору за купівельними цінами без ПДВ;

ПДВ – розмір податку на додану вартість.

Завершальним етапом планування обсягів діяльності підприємств харчування є визначення обсягів надходження сировини, напівфабрикатів і продовольчих товарів на плановий період.

Завершують розроблення виробничої програми та плану товарообороту підприємств харчування обґрунтуванням заходів щодо їхнього виконання.

Ключові терміни до теми 11: організація виробництва, виробничий процес, операція, виробничий цикл, спеціалізація, концентрація, комбінування, кооперування, виробнича програма, товарооборот.

Рекомендована література: [4; 6; 17; 22; 33; 38; 46; 56; 66].

12. Витрати підприємства та собівартість туристичного продукту

12.1. Особливості туристичного продукту

Згідно із Законом України "Про туризм", **туристичний продукт** – це "попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо)" [24].

Туристичний продукт слід розглядати не з погляду індивідуального виробника (наприклад, готелю або транспортної компанії), а з погляду споживача, таким чином, порівнюючи туристичний продукт із загальним досвідом подорожі. Туристичний продукт слід сприймати як такий, що містить усі елементи, які є частиною подорожі. Ці елементи можна знайти в пункті призначення поїздки, транзитних маршрутах та місцях проживання. Крім того, споживання цих елементів відбувається до, під час поїздки та після неї. Наприклад, туристи витрачають частину бюджету на подорож як у рідному місті (наприклад, на придбання карти перед поїздкою, так і на розроблення фільмів після поїздки) та на шляху до місця призначення (наприклад, на придбання продуктів харчування або бензину).

Туристичний продукт можна визначити лише щодо конкретного місця призначення, що робить кожен продукт унікальним. Наприклад, екскурсія скам'янілого лісними стежками Карпат – це продукт, унікальний для Західної України; цей особливий досвід та поєднання елементів не можна знайти більше ніде. Однак туристичний продукт слід відрізнити від місця призначення. Місце призначення не є продуктом. Навпаки, дестинація

зазвичай пропонує кілька туристичних продуктів своїм відвідувачам, водночас кожен окремий досвід подорожі є туристичним продуктом. Наприклад, Херсонська область дозволяє проводити пляжний відпочинок на острові Джарилгач, який називають Українськими Мальдівами, здійснити екскурсію по історичних пам'ятках, проводити невеликі або середні конференції, організувати кулінарний тур української кухні тощо.

Туристичний продукт слід відрізнити від інклюзивних турів або пакетних турів. *Інклюзивний тур* – це не загальний туристичний продукт, а специфічний туристичний продукт, навіть якщо він є складовою частиною туристичного продукту. Інклюзивне розуміння туристичного продукту – це, насправді, вибрана комбінація окремих елементів загального туристичного продукту, що надають під певним продуктом чи маркою та продають за виключною ціною.

Туристичний продукт – це продукт, що складається з декількох компонентів або міксу матеріальних і нематеріальних компонентів. Ці компоненти доповнюють один одного, тобто є функціонально взаємозалежними, оскільки кожен забезпечує лише частину загальної суми вигід, які шукають туристи. Його композиційний характер пояснює не виробництво, а споживання туристичного продукту. Кожен компонент виробляється самостійно відповідним підприємством, і він надає лише обмежену вигоду або взагалі не дає користі для свого споживача, якщо його не поєднано з іншими компонентами туристичного продукту. Лише цілий комплект компонентів повністю задовольняє первинні та вторинні потреби туриста.

Із погляду споживача, туристичний продукт становить його досвід подорожей, включно зі всім, що було пережито та спожито в межах поїздки. Туристичний продукт є носієм переваг, як це буває з кожною формою товару. Він є засобом задоволення як первинних, так і вторинних потреб туриста. Туристичні продукти складаються, з одного боку, з атракціонів, які дозволяють туристам займатися бажаними видами діяльності, а з іншого – з елементів, що полегшують перехід туриста до місця призначення та соціального відтворення під час його перебування.

Зазвичай саме виробники товарів і послуг вирішують, які переваги потрібно надати у свою продукцію. Що стосується туристичного продукту, це справедливо лише для деяких його елементів. Переваги кількох компонентів є результатом не управлінського рішення, а природних, культурних та історичних процесів.

Важливо підкреслити, що споживачі сприймають туристичні продукти суб'єктивно. Сприйняття залежить від соціально-економічних та демографічних змінних у кожного туриста, а також від його попереднього досвіду подорожей, мотивації, концепції та очікувань тощо.

Дуже ймовірно, що двоє туристів будуть мати однаковий досвід подорожей. З одного боку, суб'єктивне сприйняття кожної поїздки, як згадувалося раніше. З іншого боку, є величезна кількість товарів, послуг та зручностей, із яких кожен турист складає своє власне поєднання. Навіть коли деякі важливі товари продають разом у пакетах, визначених туристичними виробниками чи посередниками, кожна індивідуальна поїздка все ще значною мірою буде складатися з вибору споживача продуктів, який обов'язково буде унікальним. Таким чином, кожен турист відчуває свій унікальний туристичний продукт. Із погляду індивідуального туриста, кожен із них бере участь у персоналізованому поєднанні діяльності, споживає персоналізований набір товарів, послуг і засобів та переживає поїздку суб'єктивно. Неможливо визначити туристичний продукт кожного заздалегідь; точне поєднання досвіду та споживаних елементів можна встановити лише після поїздки.

Туристичний продукт (досвід подорожі та різні елементи: товари, послуги та засоби, які використовуються та споживаються туристом у межах своєї подорожі) має свою ціну. Цю ціну не встановлено одним платежем; навпаки, потрібно отримати декілька транзакцій, щоб дістати всі елементи товару, навіть у разі комплексної туристичної екскурсії.

Деякі компоненти туристичного продукту не виробляють спеціально для туристичного ринку, і відповідний бізнес також обслуговує інші ринки. Саме фаза споживання, а не фаза виробництва, є частиною туристичного продукту. Наприклад, у більшості ресторанів Києва є туристи серед клієнтів, але їхня клієнтура – це переважно місцеве населення. Те саме стосується продуктових магазинів, аптек, автобусних ліній та багатьох інших місцевих підприємств. Сам же товар, послуга чи споруда можуть бути туристичними або не залежати не від способу його виробництва чи надання, а від того, хто буде споживати або використовувати його.

Отже, **туристичний продукт** – це сукупний пакет функціонально взаємозалежних матеріальних і нематеріальних елементів, що дає можливість туристу, з одного боку, займатися конкретною діяльністю в одному або декількох послідовних напрямках, а з іншого – полегшити перехід до місця (місць) призначення та соціальне відтворення під час поїздки.

Як носій вигоди туристський продукт задовольняє як первинні, так і вторинні туристські потреби. Деякі із цих переваг наявні в компонентах продукту, а інші переваги було свідомо залучено в компоненти відповідними виробниками. Компоненти туристичного продукту, які охоплюють усі згадані раніше матеріальні й нематеріальні елементи, містяться в різних географічних розташуваннях (місце проживання, місце призначення та транзитні маршрути) і в різні часові періоди (до, під час поїздки та після неї). Споживання туристичного продукту, по-перше, дозволяє задовольнити туристські потреби (через переваги, що пропонують) і, по-друге, сприяє досягненню організаційних цілей, установлених окремими туристичними підприємствами та колективними туристичними організаціями (через отриманий дохід).

12.2. Компоненти туристичного продукту, які формують його собівартість

Туристична продукція складається із численних компонентів, до яких, зокрема, належать:

туристичні послуги, які можна продати як окремий турпродукт (наприклад, послуги розміщення, транспортні послуги, анімаційні послуги тощо);

"безкоштовні" товари або суспільні блага, такі як клімат і краєвид, які туристи можуть використовувати або споживати безкоштовно;

додаткові послуги, які не може бути продано окремо на ринку, такі як послуги, що надаються туристичним інформаційним бюро або керівником туру.

Тобто, складовими частинами туристичного продукту є інтегральні турпродукти, суспільні блага та додаткові послуги, які виконують специфічну функціональну роль у межах загального продукту та є частиною товару через їхні функціональні характеристики. Отже, компоненти є необхідною умовою для загального продукту, щоб останній міг забезпечити очікувану вигоду споживачам. Функціональні характеристики залучаються в компоненти або їхніми відповідними виробниками після свідомого управлінського рішення (у разі інтегральних продуктів і допоміжних послуг), або за характером та культурою призначення (у разі "вільних і загальнодоступних" товарів). Крім того, цілісна продукція має вироблятися та/або продаватися туристичними підприємствами, які відповідають двом

характеристикам, щоб їх уважали складовими частинами туристичного продукту: продукція – товари та послуги, що надаються цими підприємствами, безпосередньо задовольняють потреби туристів; ці підприємства безпосередньо контактують із туристами, торгуючи їхньою продукцією. Компоненти доповнюють один одного, тобто вони функціонально взаємозалежні, оскільки кожен забезпечує лише частину загальної суми вигод, які шукають туристи.

Це визначення не містить певних елементів як складових частин туристичного продукту, таких як ресурси, які використовуються туристичними підприємствами у їхньому виробничому процесі, та інфраструктуру (що складається з матеріальної, інституційної та кадрової інфраструктури, яка зазвичай надається урядом і є необхідною умовою економічного розвитку), оскільки жоден із них не є кінцевим продуктом. Визначення також вилучає ті елементи, які впливають на досвід подорожей туриста, але вони не відіграють функціональної ролі в задоволенні потреб споживачів. Наприклад, клімат грецьких островів є головною привабливою для туристів із Північної Європи, а тому його можна вважати складовою частиною туристичного продукту. З іншого боку, відвідувачі Лондона також відчують погоду, але більшість не дістає задоволення від дощу та холоду, характерних для цього міста. Тому клімат Лондона не можна вважати складовою частиною туристичного продукту.

Туристичний продукт виконує шість основних функцій:

дає можливість туристу займатися основною діяльністю своєї подорожі;

дозволяє туристу займатися цією діяльністю та жити загальним досвідом подорожей так, як він хоче;

полегшує транспортування до місця призначення та до нього, а також у межах пункту призначення;

сприяє соціальному відтворенню туриста під час подорожі;

полегшує підготовку та виконання дорожніх заходів;

дозволяє туристу запам'ятати й пережити поїздку та поділитися своїм досвідом подорожей з іншими людьми.

Відповідно до зазначених раніше функцій, визначають такі категорії компонентів:

1. Основна туристична пропозиція охоплює всі атракціони, які приваблюють туристів до місця призначення. Переваги, які пропонують атракціони, задовольняють первинні туристські потреби, тобто ті потреби,

які спонукають людину здійснити туристську поїздку, із метою їхнього задоволення.

1.1. Засоби та умови для здійснення основної діяльності поїздки в пункті призначення або всередині виду транспорту (як у разі круїзних суден та розкішних поїздів на ніч): природні умови, природна й культурна спадщина, люди, соціально-економічні умови призначення, художня творчість, події, засоби, обладнання, товари та послуги, пов'язані з основною діяльністю.

1.2. Якісні аспекти, що визначають, як турист хоче зайнятися основною діяльністю та жити загальним досвідом подорожей: наприклад, знайоме або екзотичне місце призначення; коротка або велика відстань між місцем проживання та пунктом призначення; розкішна або традиційна обстановка, конкретний характер місця призначення; гостинне ставлення місцевого населення; хороша погода; захищене природне середовище, безпечне довкілля тощо.

2. Вторинна туристична пропозиція містить усі зручності, необхідні туристу для відвідування місця призначення та споживання його атракціонів. Вона також містить сувеніри та подарунки всіх видів. Переваги, пропоновані послугами, задовольняють вторинні або похідні туристські потреби, тобто ті потреби, які виникають, унаслідок рішення про туристську поїздку.

2.1. Способи транспортування та інші компоненти транспортних систем: поїздка від місця проживання до місця призначення та назад, а також у межах пункту призначення.

2.2. Засоби соціального відтворення туриста під час подорожі: елементи, що виконують побутові функції, а також дозволяють туристу займатися дозвіллям, спілкуватися з іншими місцями. До цієї категорії входять пункти розміщення, харчування та напоїв і/або магазини, що продають продукти харчування, громадські туалети (за межами житла), прибиральниці, перукарні, телекомунікаційні послуги, поштові послуги, спортивні та інші заклади дозвілля, культурні заходи, торговельні точки (для рекреаційних купівель) тощо.

2.3. Кілька аспектів щодо підготовки та виконання домовленостей про подорожі, що стосуються спрощення поїздки, безпечнішої та доступнішої, для запобігання травмам і хворобам або їх лікування, виїзду за кордон, фінансування витрат на поїздки, здійснення попередніх платежів тощо.

Ця категорія містить усі засоби туристичної інформації (путівники, карти, національні туристичні організації, вебсайти, пов'язані з подорожами, місцеві туристичні бюро тощо); телекомунікації; послуги, що надаються туроператорами, туристичними агентствами, супроводом, перекладачами, сертифікованими путівниками та носіями; вакцини, захист від сонця, медицина та медичні послуги; паспорти та візи; страхування подорожей; кредитні картки та інші фінансові послуги; а також такі численні товари, як валізи, одяг, фотоапарати тощо.

2.4. Практичні аспекти залучення до основної діяльності поїздки. Ці аспекти не є пам'ятками, а просто підтримують туриста в залученні до діяльності (наприклад, продаж або оренда спортивного інвентарю, заняття спортом з інструкторами, спортивний одяг і т. ін.).

2.5. Сувеніри та подарунки, що зазвичай мають сентиментальні та символічні цінності для туристів. Вони дозволяють туристам пам'ятати й переживати свої враження, тим самим продовжуючи задоволення від поїздки. Їх також використовують для обміну досвідом подорожей і зміцнення зв'язків з іншими людьми. Сувеніри та подарунки охоплюють широкий асортимент товарів – таких як типові товари призначення або місця походження, – а також предмети, знайдені, або виготовлені туристом, або отримані в подарунок. Слід зазначити, що один і той самий компонент може відігравати дві або навіть більше функціональні ролі. Наприклад, відомий готель може бути атракцією сам по собі, а не просто замінити домашнє господарство туриста. Крім того, той самий компонент може відігравати різну функціональну роль для різних людей, як показано на такому прикладі: *Любителі театру можуть приїхати до Греції лише для відвідування вистави античної драми, тоді як люди, які відвідують Грецію з іншою метою – скажімо, для відвідування конференції, – можуть сприймати цей виступ просто як спосіб провести вечір.*

12.3. Формування собівартості туристичного продукту

Собівартість – це вартісна оцінка витрат на виробництво й реалізацію продукції.

Види витрат, які входять до собівартості, наведено в табл. 12.1.

Загальна класифікація витрат

Ознаки класифікації		Види витрат
1	Економічний зміст	Матеріальні, трудові, грошові
2	Залежність від обсягу виробництва (реалізації)	Постійні та змінні
3	Спосіб перенесення витрат на вартість продукції	Прямі й непрямі
4	Зв'язок із технологічним процесом	Основні та накладні
5	Ступінь агрегування	Однoeлементні та комплексні
6	Періодичність виникнення	Постійні й одноразові
7	Використання в системі управління	Прогнозні, планові та фактичні
8	Ступінь регулювання державою	Нормовані й ненормовані
9	Центри відповідальності	Виробництва, цеху, дільниці, служби
10	Види продукції, робіт, послуг	Вироби, одноразові замовлення, напів-фабрикати, валова, товарна, реалізована продукція
11	Визначення відношення до собівартості продукції	Витрати на продукцію та витрати періоду
12	Види витрат	За економічними елементами, за статтями калькуляції

Постійні витрати не залежать від обсягу виробництва в коротко-строковому періоді. Вони наявні й за нульового його обсягу (наприклад, витрати на маркетинг, виробництво та розповсюдження брошур, інтернет, рекламу, бренд, адміністративний персонал та ін.).

Змінні витрати змінюються, залежно від чисельності продукції, робіт, послуг, що випускають. Такий розподіл застосовують для аналізу беззбитковості та пов'язаних із ним показників за оптимізації структури продукції, що випускають.

Сума постійних і змінних витрат утворює сукупні витрати, тобто суму всіх витрат на виробництво та реалізацію продукції.

Прямі витрати безпосередньо зараховують на собівартість одиниці продукції, робіт і послуг. Це прямі витрати матеріалів, прямі витрати праці (заробітна плата), прямі накладні витрати, тобто витрати, які є основними.

Непрямі витрати – це витрати, пов'язані зі здійсненням загального виробничого процесу. Їх не можна безпосередньо зарахувати на собівартість конкретного виробу або товару, вони належать до сукупності товарів, робіт, послуг і їх додають до собівартості одиниці продукції пропорційно вибраному чинникові розподілу.

Граничні витрати – це середня величина приросту витрат на одиницю продукції, що виникають як наслідок зміни обсягів виробництва й реалізації більш ніж на одну одиницю продукції.

Основні витрати безпосередньо пов'язано з основною діяльністю підприємства з виготовлення продукції, надання послуг.

Накладні витрати утворюються, у зв'язку з організацією, управлінням та обслуговуванням процесу виробництва продукції, надання послуг.

Витрати на продукцію – це витрати, пов'язані з виробництвом, вони утворюють виробничу собівартість.

Витрати періоду – це витрати, які не додають у виробничу собівартість і розглядають як витрати того періоду, у якому їх було здійснено.

Економічні елементи витрат – це сукупність економічно однорідних витрат у грошовому обчисленні за їхніми видами, які в межах підприємства неможливо розподілити на складові частини. Такий розподіл на елементи, необхідний для встановлення суми витрат загалом, використовують для складання кошторису витрат і визначення собівартості товарної та реалізованої продукції.

Згідно з положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 16 "Витрати" [65], класифікація витрат за економічними елементами містить:

1) матеріальні витрати (сировина й основні матеріали, покупні напівфабрикати й комплектні вироби, паливо й енергія, будівельні матеріали, запасні частини, тара та тарні матеріали, допоміжні та інші матеріали);

2) витрати на оплату праці (зарплата за окладами й тарифами, премії та заохочення, матеріальна допомога, компенсаційні виплати, оплата відпусток та іншого невідпрацьованого часу, інші витрати на оплату праці);

3) відрахування на соціальні потреби (відрахування на пенсійне забезпечення, відрахування на соціальне страхування, страхові внески на випадок безробіття, відрахування на індивідуальне страхування персоналу підприємства, відрахування на інші соціальні заходи);

4) амортизацію (суму нарахованої амортизації основних засобів, нематеріальних активів та інших необоротних матеріальних активів);

5) інші операційні витрати (витрати операційної діяльності, які не ввійшли до складу елементів, наведених у пп. 1 – 4, зокрема витрати на відрядження, послуги зв'язку, плата за розрахунково-касове обслуговування тощо).

Класифікація за економічними елементами дозволяє визначити витрати живої й матеріалізованої праці, її використовують під час складання кошторису витрат на виробництво.

Кошторис витрат на виробництво відображає всі витрати не тільки на виробничу діяльність, але й на послуги невиробничого характеру.

На підставі кошторису визначають собівартість валової й товарної продукції. Кошторис дозволяє також визначити потребу в окремих видах матеріальних і трудових ресурсів, структуру витрат, дає можливість пов'язати план собівартості із планом щодо праці та заробітної плати.

На ціну туру впливає низка чинників: клас комплексного туристського обслуговування; вид туру за метою подорожі; використовувані транспортні засоби; принцип формування пакета послуг (замовний чи інклюзив-тур); форма організації подорожі (індивідуальний тур чи груповий); кон'юнктура ринку туризму; соціально-демографічна характеристика майбутніх споживачів; тривалість туру; його сезонність; географічне положення (розміщення) туристичної фірми; рекламно-інформаційне забезпечення й ефективність маркетингової діяльності взагалі; суспільно-політична і фінансова стабільність, зокрема рівень інфляції, та ін.

Структуру витрат використовують як інструмент для встановлення ціни, а також для пошуку напрямів, у яких витрати потенційно може бути зменшено або принаймні піддано більш ефективному моніторингу. Чітка та точна структура витрат може полегшити розрахунки бюджету та аналіз бізнесу у процесі розроблення.

Ключові терміни до теми 12: туристичний продукт, собівартість туристичного продукту, постійні витрати, змінні витрати, прямі витрати, непрямі витрати, граничні витрати, основні витрати накладні витрати, економічні елементи витрат, кошторис витрат.

Рекомендована література: [4; 10; 11; 17; 22; 24; 33, 46; 61; 64; 86].

Висновки до розділу 2

У другому розділі навчального посібника розглянуто економічні основи туристичної діяльності, обґрунтовано важливість індустрії туризму для економіки, описано туристичний ринок та особливості його функціонування, розглянуто механізм взаємодії туристського попиту та пропозиції, визначено сутність туристичного підприємства й розглянуто види туристичних підприємств, описано зовнішнє середовище та внутрішнє середовище туристичного підприємства.

Крім того, у розділі досліджено особливості діяльності туристичних підприємств, зокрема: основні й оборотні фонди туристичного підприємства, їхню класифікацію та структуру; методи нарахування амортизації; виробничу програму підприємств туристичного комплексу; особливості та форми організації виробничого процесу; характерні риси виробничої програми туристичного оператора; планування діяльності підприємств розміщення та харчування туристів; собівартість туристичного продукту та витрати, що її формують.

Тестові завдання до розділу 2

1. Під туризмом слід розуміти:

- а) можливість задоволення духовних потреб та інших прав людини під час переїзду з місця постійного до місця тимчасового проживання;
- б) тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання, з оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою чи іншими цілями, без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування;
- в) спеціальну форму переміщення осіб із місця їхнього постійного проживання на короткий строк;
- г) подорож особи до іншої місцевості чи населеного пункту на термін, що перевищує 24 години.

2. Основними видами суб'єктів туристичної діяльності є:

- а) туроператори, турагенти;
- б) підприємства готельного та ресторанного господарств;
- в) готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо.

3. Різниця між туристичним оператором та туристичним агентом полягає в тому, що:

- а) турагенти – фізичні особи, а туроператори – юридичні;
- б) туроператори створюють і реалізують туристичний продукт, а турагенти лише реалізують туристичний продукт;
- в) тільки туроператори можуть здійснювати посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг;
- г) турагенти не можуть отримати ліцензії на здійснення туристичної діяльності.

4. Суб'єктами, що здійснюють та забезпечують туристичну діяльність, є:

- а) туристичні оператори та туристичні агенти;
- б) гіді-перекладачі, екскурсоводи;
- в) спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу;
- г) фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо;
- д) усі перелічені відповіді.

5. До якого виду послуг туристичного підприємства належать транспортні послуги:

- а) основних;
- б) додаткових;
- в) специфічних?

6. Обсяг надання послуг у туристичних підприємствах характеризують такі показники:

- а) кількість наданих турс-днів;
- б) дохід (виручка) від реалізації товарів туристичного призначення;
- в) дохід від надання комерційного кредиту;
- г) усі перелічені відповіді.

7. Матеріальні цінності, які використовують протягом 365 календарних днів від дати введення їх в експлуатацію та вартість яких поступово зменшується через фізичне й моральне спрацювання називають:

- а) оборотними засобами;

- б) фондами оборотності;
- в) основними засобами;
- г) усі наведені відповіді правильні.

8. Яка ознака є основою розподілу основних засобів підприємства готельного господарства на активну й пасивну частину:

- а) участь у процесі надання послуг;
- б) цільове призначення;
- в) термін корисного використання?

9. Вартість основних засобів готелю, що становить суму витрат, яку зазнало б підприємство у процесі формуванні аналогічних основних засобів за певний проміжок часу, – це:

- а) первісна вартість;
- б) відновна вартість;
- в) залишкова вартість.

10. Які з перелічених елементів оборотного капіталу входять до складу фондів оборотності:

- а) грошові кошти в розрахунках, рахунках у банку, а також укладення у строкові цінні папери;
- б) виробничі запаси;
- в) витрати майбутніх періодів?

Практичні завдання до розділу 2

Розрахункове завдання 1. Умовний готель за звітний період має заповнюваність близько 60 %, що відповідає реалізації 2 000 номерів (ліжко-днів). Загальна виручка для готелю із цього виду діяльності становила 780 000 грн. Повна собівартість дорівнює 600 000 грн. Структура постійних і змінних витрат співвідноситься як 0,6: 0,4. Дослідження ринку показали, що якщо знизити вартість проживання на 12 %, то можна збільшити реалізацію номерів (ліжко-днів) на 20 %. Виробничі можливості готелю дозволяють збільшити обсяг реалізації в такому розмірі. Ціна за номер становила 390 грн.

Необхідно прорахувати варіанти й ухвалити рішення, чи варто знижувати ціну, щоб збільшити загальний прибуток готелю.

Розрахункове завдання 2. Розрахуйте вартість туру до Туреччини (м. Анталія), який пропонується туроператором "Море турів" для групи. Вихідні дані наведено в таблиці.

Таблиця

Вихідні дані для розрахунку вартості туру

Показники	Значення
Тривалість туру, днів	14
Кількість туристів, включно з керівниками, осіб	40
Кількість керівників групи, осіб	1
Переліт регулярним рейсом "МАУ", дол. США на особу	175
Проживання, дол. США на добу на особу	25
Харчування, дол. США на добу на особу	10
Послуги турфірми (бронювання місць у готелі та авіаквитків, супровід групи), % від величини витрат	10
Прибуток турфірми, % від величини витрат	10

1. Визначте, на який сегмент ринку буде орієнтовано турпродукт, який пропонують.
2. Визначте канали просування цього турпродукту на ринок.
3. Обґрунтуйте перспективи турфірми під час реалізації цього турпродукту.

Евристичне завдання 3. Виділіть усі види витрат туриста в ході туристської подорожі, розподіліть їх на групи: попередні витрати, витрати безпосередньо в місці перебування; витрати після закінчення поїздки. Наведіть розрахунок витрат туриста для одного з міст України для кожного із трьох видів туристської подорожі (з урахуванням виділених груп витрат): культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний. Дестинації для кожного виду туризму вибирають самостійно.

Ситуаційне завдання 4. Оцініть наслідки впливу всеукраїнського карантину на туристичний ринок. Проаналізуйте перспективи діяльності для туристичних агентів, туроператорів та споживачів туристичного продукту. Наведіть приклади та реальні дані офіційної статистики. Висловіть свою думку й обґрунтуйте її. Результати оформите у вигляді розгорнутої відповіді.

Розрахункове завдання 5. Розрахуйте витрати турфірми з обслуговування групи за маршрутом "Харків – Полтава – Харків", маючи на увазі, що маршрут 2-денний, дитячий, із ночівлею в Полтаві. Вихідні дані наведено в таблиці.

Таблиця

Вихідні дані для розрахунку вартості туру

Показники	Значення
Група, осіб	44
Керівник, осіб	1
Водії, осіб	2
Оренда автобуса, грн, зокрема	4 500
добові	1 000
оплата палива й оренда автобуса	3 000
страхування автобуса	500
Обслуговування в м. Полтаві, грн, зокрема	11 000
проживання	7 584
харчування	2 316
екскурсійна програма	1 100

Питання для обговорення до розділу 2

1. Особливості та чинники туристського попиту.
2. Особливості та чинники туристичної пропозиції.
3. Сутність та характеристики безкоштовних туристичних послуг.
4. Особливості впливу туризму на економіку.
5. Інклюзивний туристичний продукт, його відмінності.
6. Вплив туризму на розвиток культурної спадщини.
7. Формування ланцюжка вартості туризму.
8. Особливості туристичного продукту.
9. Критерії розподілу витрат на постійні та змінні, прямі й непрямі.
10. Особливості калькуляції собівартості туристичного продукту.
11. Поняття "кошторис витрат" та його елементи.
12. Дайте визначення туристичного підприємства.
13. Назвіть три основні функції діяльності туристичних підприємств.
14. Охарактеризуйте внутрішнє середовище туристичного підприємства.

15. Поняття основних фондів готельно-туристичного підприємства.
16. Сутність та характеристики балансової вартості основних фондів.
17. Назвіть основні цілі організації виробництва та напрями роботи щодо їхньої реалізації.
18. Охарактеризуйте основні форми організації виробництва.
19. Показники, у яких виявляється експлуатаційна програма.
20. Сутність виробничої програми підприємств харчування.

Запитання для самоконтролю до розділу 2

1. Чому туризм не є однорідною галуззю, такою як будівництво чи галузь охорони здоров'я?
2. Що таке "ринок туризму"?
3. Які найбільш характерні галузі туризму?
4. Які галузі не змогли б вижити без відвідувачів?
5. Які види попиту стимулює туризм?
6. Чим характеризується пригнічений попит?
7. Які особливості має відкладений попит?
8. Яким чином туризм впливає на розвиток?
9. У чому полягають відмінності туризму від інших секторів економіки?
10. Із яких елементів складається туристичний продукт?
11. Чому необхідно сприяти розвитку туризму?
12. Чи можна вважати спогади частиною туристичного продукту?
13. Як у собівартості туристичного продукту враховують суспільні блага?
14. Які є типи комерційних туристичних підприємств?
15. Як класифікують туристичні підприємства, залежно від стратегії, якої вони дотримуються?
16. Які виділяють групи основних фондів у готельно-туристичних комплексах?
17. За якими видами здійснюють оцінювання основних фондів?
18. На які складові частини розподіляють оборотні фонди підприємства?
19. За якими принципами складено виробничу програму?
20. Із яких розділів складено виробничу програму туроператора?

Розділ 3

Економічні результати діяльності туристичного підприємства

Мета – опанування знань, умінь та навичок щодо забезпечення фінансово-економічних результатів діяльності туристичного підприємства з урахуванням змін зовнішнього середовища.

Професійні компетентності: здатність забезпечити економічну безпеку, навички у мотивації та розвитку персоналу, знання з управління інноваційною та інвестиційною діяльністю туристичного підприємства з урахуванням економічного ризику.

13. Ціна продукції. Ціноутворення в умовах ринку

13.1. Роль ціни в туризмі

Протягом останніх десятиліть туристична галузь набуває все більшого значення. Через різноманітність бізнесу та діяльності всередині цього сектору туризм можна вважати ефективним двигуном для нових галузей та економіки загалом. Крім того, завдяки своїй різноманітній, красивій природі, цінній історичній та культурній спадщині туристичний сектор має потенціал зростання, високу ефективність, а отже, можливості для значного внеску як у національний ВВП, так і на додану вартість.

Цінова конкурентоспроможність – це один із найважливіших чинників загальної туристичної конкурентоспроможності країни чи місця призначення. **Ціни** є одним із найважливіших чинників у вирішенні питання про те, чи слід куди поїхати. Це відображено в Індексі конкурентоспроможності подорожей і туризму (ТТСІ), де у стовпці 10 цінову конкурентоспроможність оцінюють за допомогою чотирьох наборів жорстких даних про податки на квитки й аеропортові збори, національні ціни паритету купівельної потужності, рівні цін палива та індекс цін готелів.

Змінна ціна є центральним елементом на туристичному ринку, оскільки вона є гнучким інструментом, який дозволяє швидкі зміни (як реакція на дії суперника), і потужним конкурентоспроможним елементом (оскільки люди можуть здійснювати прямі порівняння між різними альтернативами). Отже, знання впливу цін на вибір споживача є ключовим для економіки та управління туризмом.

Однак на такому неоднорідному ринку, як туристичний, є величезна різноманітність чутливості до ціни. Якби менеджери знали індивіда за індивідуальною структурою уподобань з погляду чутливості цін, вони змогли б адаптувати кожен продукт до певної людини. Хоча знання структури цінових преференцій було б цінним, головне обмеження аналізу цього внутрішнього виміру полягає в тому, що точно виміряти індивідуальні вподобання не просто, оскільки це не можна безпосередньо спостерігати.

Класична економічна теорія дає настанови щодо характеру співвідношення попит/ціна, приймаючи, що ціна та попит обернено пов'язані. Безумовно, аналіз цін є одним із найскладніших питань, яке потрібно вирішувати в економіці туризму. Ціна – це складна конструкція, що має багатовимірний характер, особливо зважаючи на подвійність ефекту ціни: ціна може бути показником міри жертви, яку має зазнати індивід, щоб споживати продукт, а також рівня якості, на яку може очікувати індивід. Насправді, цей подвійний ефект буде впливати на схильність людей до купівлі.

Споживчий пошук якості є особливо інтенсивним у туризмі не лише через якість, але й через очікувану невизначеність. Зважаючи на швидкоплинність, нероздільність, нематеріальність та неоднорідність, притаманні туристичним продуктам, людина може розраховувати на ціни, щоб знизити невизначеність і переконалися в тому, що вона отримає. Атрибути туристичних продуктів важко зрозуміти заздалегідь, оскільки їхнє значення не спостерігають до споживання послуги. Туристи оцінюють послуги, що входять до пакета, які відрізняють його, але вони дають цю оцінку, зважаючи на ціни. Безумовно, перед споживанням індивід формує очікування щодо майбутнього досвіду, використовуючи ряд внутрішніх і зовнішніх сигналів, які вказують на ймовірні стандарти експлуатації; у цьому контексті ціна є елементом зовнішнього сигналу якості.

Тому в умовах туризму із сильною неоднорідністю товарів і великою різноманітністю чутливості до ціни, її роль стає особливо складною, а вплив не є однозначним.

На рис. 13.1 показано кілька чинників, які пояснюють індивідуальну цінову чутливість до туристичної діяльності. Слід зазначити, що мотивації, які приводять до вибору пункту призначення, повинні мати вплив на схильність до оплати діяльності, доступної в пункті призначення; ефект, на який може впливати вік. Крім того, оскільки кількість днів, які

індивіди проводять у пункті призначення, визначає їхній рівень витрат, тривалість перебування має впливати на чутливість цін до туристичної діяльності.

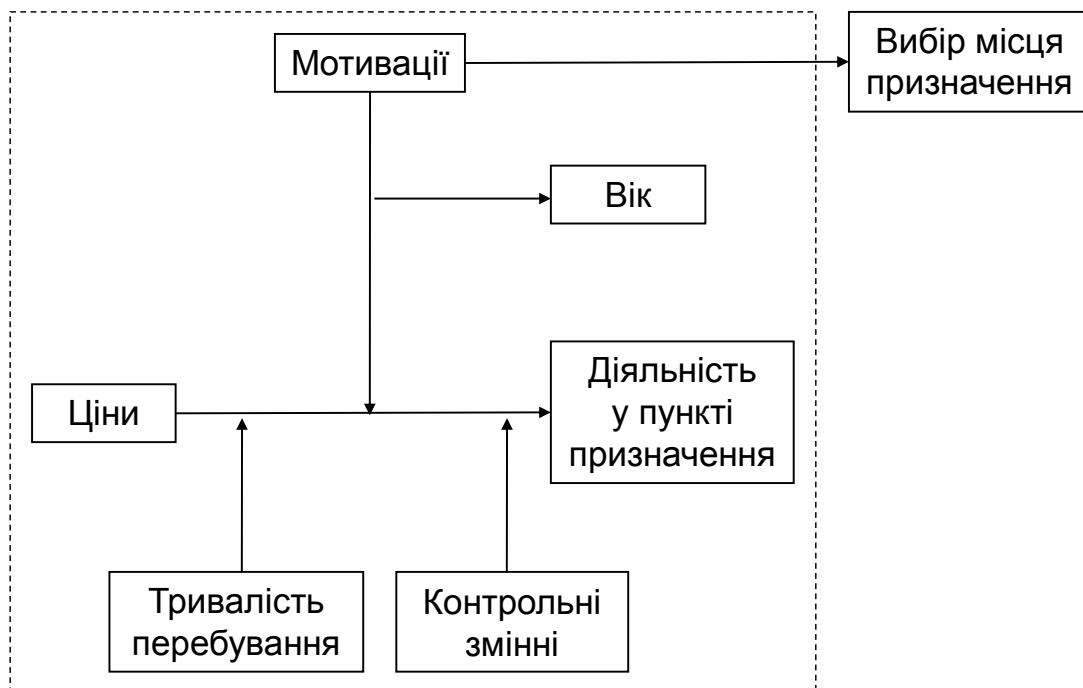


Рис. 13.1. **Детермінанти індивідуальної чутливості до ціни туристичної діяльності**

Туристські мотивації приводять до вибору місця призначення, і ця залежність між вибором місця призначення та мотивацією є актуальною для того, щоб визначити максимальну ціну, яку туристи готові платити. Теорія поведінки споживачів вважає, що мотивація становить окремі внутрішні сили, які приводять до дії, і в цьому плані туристські мотивації слугують поштовхом чинників, що приводять до реалізації туристських подорожей. Оскільки вибір певного місця відпочинку передбачає прагнення до якоїсь вигоди, наприклад, участі в певній діяльності, мотивація – це, насправді, причина того, чому люди беруть відпустку. Цей факт може вплинути на схильність людей платити за участь у заході. Перебування в пункті призначення протягом певного періоду часу дає змогу користуватися атрибутами пункту призначення, із якого туристи мають корисність. Через те що набір заходів, пропонованих пунктом призначення, можна вважати атрибутом, який описує його, туристи можуть бути готовими доплатити за корисність від участі в конкретних заходах. Останнє твердження виникає до тих пір, поки ці дії відповідають мотивації людей,

інакше застосовують протилежне: мотивація, яка не відповідає діяльності, примушує людей відмовлятися платити додатково. Таким чином, мотивація впливає на чутливість людей до цін на діяльність.

Хоча мотивація виявила вплив на туристські рішення, на їхній вплив може впливати вік. **Вік** – це вимір, який формує різні погляди на дозвілля та споживання туризму. Наприклад, люди молодого та середнього віку вважають свята частиною свого способу життя, і додаткові витрати на відпустку, на їхню думку, потрібно заощаджувати протягом решти року. Насправді виявляється тенденція молоді визначати пріоритетність витрат на відпустку, хоча одного разу за вибраним місцем призначення половини цих відпочивальників обмежує свої витрати.

Керівництво туристичних закладів повинно мати компетенції та спроможності розробити цінову політику, яка забезпечує більш високий рівень ефективності, що визначено ціною конкурентною перевагою. Ціна стане інструментом адаптації стратегії підприємців не тільки для започаткування бізнесу, але й для всього життя туристичного суб'єкта.

13.2. Цінова стратегія

Ціна показує опубліковані або погоджені умови обмінної операції на продукт між виробником, який має на меті досягти заздалегідь визначених обсягів продажу та цілей доходу, і потенційними клієнтами, які прагнуть максимізувати своє уявлення про співвідношення ціни та якості у виборі між альтернативою продуктів. Це одна із змінних чотирьох "Р" (product, price, place and promotion) – *товар, ціна, місце та просування*. Туристичні клієнти оцінюють товар за ціною, а без ціни немає вказівки на цінність. Тому рішення щодо ціни є важливими для прибутковості туристичного закладу, оскільки це має величезний вплив на попит та обсяг продажів. Ціноутворення також часто вважають ознакою якості.

"Правильна" ціна має як задовольняти туристів, так і відповідати цілям прибутковості туристичного бізнесу. Тому необхідно розробляти структуру цін, цілі та стратегії для встановлення стратегічної ролі ціни в маркетинговому поєднанні, водночас необхідно зберегти достатню гнучкість для реагування на зміни умов.

Ціна і якість взаємодіють, щоб створити концепцію співвідношення ціни та якості. Оскільки подорожі із задоволенням – це досвід споживання продукту, і тому подорожі мають оцінювати дуже суб'єктивно.

У регіональному контексті наявні фактичні витрати на проживання, витрати на зусилля, витрати на час і психологічні витрати, наприклад, можливість потенційного туриста, який опікується туристичними об'єктами, може ґрунтуватися на таких чинниках:

фактична ціна туристичних об'єктів у регіоні;

часові витрати та труднощі подорожі на велику відстань до конкретного регіону;

невизначеність туристського досвіду, якщо місце призначення та його пропозиції невідомі.

Споживачі, зазвичай, вважають, що ціна є хорошим показником якості. Ціна товару є вказівкою на його якість. Коли різниця в ціні між кількома туристичними пропозиціями є невеликою, туристи не будуть використовувати ціну як основу для ухвалення рішень. Споживачі (туристи), зазвичай, схильються до ціни, коли вони ухвалюють важливе рішення, особливо коли не мають упевненості в собі під час ухвалення рішень. Може статися, що туристи скептично ставляться до туристичних напрямків, які потребують набагато меншої оплати, ніж інші того самого типу. Вони можуть поставити собі запитання, що не так із туристичним напрямком, і припустити, що інші більш дорогі місця пропонують кращі туристичні можливості. Це співвідношення ціна/якість має враховуватися туристичними організаціями та туристичним бізнесом під час установаження цін на регіональні туристичні пропозиції.

Також під час установаження цін є дуже важливою психологія цін для визначення співвідношення ціна/цінність для споживача. Ставлення до ціни дуже тісно пов'язано з величиною ризику, який відчуває покупець, у зв'язку з рішенням про купівлю. Тому методи встановлення цін на туризм на основі витрат можуть бути небезпечними: їхня реальна цінність полягає у визначенні нижчих меж ціни.

Сутність стратегії ціноутворення полягає в можливості правильно встановленої ціни стягувати плату за товар або послугу, є одним з найбільш важливих завдань, що стоять перед управлінням. "Найкраща" чи "правильна" ціна, яку потрібно стягувати, має залишатися невизначеною перед фактичним виробництвом та продажем. Для досягнення оптимальної стратегії ціноутворення менеджерам необхідна досконала інформація про попит споживачів, реакцію конкурентів та витрати на постачання тощо.

Є чотири стратегії ціноутворення:

1. Ціноутворення на основі граничних витрат, яке передбачає встановлення цін, а тому визначає загальну суму витрат, відповідно до граничних витрат на виробництво. Зазвичай це пов'язано з метою досягнення прибутку.

2. Зростальних цін, що стосується взаємозв'язку між більшими змінами доходів та витратами, пов'язаними з управлінськими рішеннями. Для її застосування необхідний поступовий аналіз для вивчення загального ефекту від будь-якого рішення, а не просто маржинального ефекту.

3. Беззбиткового ціноутворення, яке потребує, щоб ціну товару було встановлено таким чином, щоб загальний зароблений дохід дорівнював загальним витратам виробництва.

4. Цінових націнок, подібних до беззбиткового ціноутворення, за винятком того, що бажану норму прибутку вкладено в ціну. Отже, це також іноді називають *ціноутворенням плюс*, *ціноутворенням на повну вартість* або *цільовим ціноутворенням*.

Слід зазначити, що характер ринку, на якому продають товар, буде мати великий вплив на прийняту цінову політику. Ринки можна зручно розподілити на чотири основні типи: досконалої конкуренції, монопольний, монополістичної конкуренції та олігопольний ринки. Відповідний підхід до ціноутворення наявний на кожному з них:

1) *ціноутворення на абсолютно конкурентних ринках*. Постачальник – отримувач ціни. Оскільки продукт кожної фірми не відрізняється від продукції всіх інших конкурентних фірм, споживач купує лише на основі ціни;

2) *ціноутворення товарів на монопольних ринках*. Фірма є встановлювачем цін. Таким чином, оскільки ринки стають менш конкурентоспроможними (ступінь монополізму зростає), то постачальники будуть мати більше роздумів під час встановлення цін. Підвищення цін зменшить попит, але не знищить його повністю;

3) *ціноутворення на монополістично конкурентних ринках*. Велика кількість конкурентів виробляє замінну продукцію таким чином, що спроба досягти диференціації товару є домінуючою ознакою. Ця монополістична конкуренція означає, що фірми все ще контролюють свою продукцію. Таким чином вони намагаються сегментувати свої ринки й тим самим зменшувати конкуренцію;

4) *ціноутворення на ринках олігополії*. Дії окремої фірми, імовірно, спровокують конкурентну реакцію. Важливо знати, як конкуренти відреагують на зміни цін. Відбиваються різні конкурентні стратегії, у яких ціна може або не може бути критичною змінною.

Стратегії ціноутворення потребують інтеграції ціноутворення в "чотири Р" маркетингового поєднання (товар, місце, ціна та просування) і мають доповнювати інші чинники поєднання. Під час розроблення ефективної маркетингової стратегії "чотири Р" визначають, що пропонують споживачеві:

1) *продукт* порушує питання про сприйняття споживачами його характеристик. Сприйнята цінність або корисність для споживача стає ключем до нецінових чинників, які використовують для збільшення сприйнятої вартості;

2) *місце* стосується розподілу товару й те, наскільки добре його розподілено, що також важливо для його успіху;

3) *просування* товару передбачає ефективний маркетинг, включно з рекламою та можливістю надання кредиту. Сприйняття споживачами продукту формує реклама та підвищує споживчий попит за будь-яких цін. Успішна реклама шляхом збільшення сегментації ринку може знизити чутливість до цін;

4) *ціна*. Продукт, місце та просування впливають як на попит, так і на співвідношення витрат. Тому ціна має відповідати плану маркетингу, оскільки разом вони визначають позиціонування товару на ринку. Позиціонування товару або послуги на ринку має великі наслідки для цінової політики.

Для різних етапів життєвого циклу продукту необхідні різні стратегії. Коли продукт запускають, використовують "акційне" або "ціноутворення проникнення", за якого ціну встановлюють низькою для виходу на ринок проти наявних конкурентів, залучення споживачів до нового товару та здобуття частки ринку.

Якщо новий продукт має монополію на ринку протягом короткого періоду, стратегія "зняття вершків" виникає, коли ціну спочатку встановлено високою, щоб покрити великі витрати на одиницю на ранніх етапах життя продукту. На стадії зростання ціну поступово починають знижувати. На стадії зрілості акцент роблять на внесок у прибуток. У міру зниження популярності товару на кінцевій стадії ціну, можливо, доведеться знижувати, щоб підтримувати попит, а отже, і маржі знижуються.

Під час установлення ціни на туристичний продукт необхідно враховувати такі чинники, які впливають на цінові стратегії:

Якість продукції. Якість товару дійсно визначає співвідношення ціни та споживчої цінності. Логічно, що той продукт, який пропонує більшу корисність та наповнює потреби споживача ефективніше, ніж конкурентоспроможний продукт, може призвести до вищої ціни.

Відмінність продукту. Стандартний продукт без відмітних особливостей мало впливає на ціни або взагалі не може їх контролювати. Але новий та особливий продукт, можливо, зможе задавати більш високі ціни. Наприклад, "Загублене місто" як приваблива новинка в поєднанні з чудовим сервісом дозволяє Sun International установлювати вищі ціни.

Ступінь конкуренції. Продукт, порівняний із ціною конкурентів, має бути визначено з урахуванням цін конкурентів. Якоюсь мірою ціна товару визначає його позицію (становище) на ринку.

Метод розподілу. Ціна продукту має містити достатню кількість рівнів для туроператорів, турагентів і власних сил продажів компанії.

Характер ринку. Необхідно враховувати тип та можливі обсяги продажів. Якщо є обмежена кількість споживачів, то ціна має бути досить високою, щоб компенсувати обмежений ринок. Але також слід урахувати здатність споживачів та схильність до купівлі.

Вартість товару та послуги. Ціна має бути вищою за вартість у довгостроковій перспективі, або бізнес не виживе. Як вартість, так і ринкові умови мають слугувати орієнтирами щодо ціноутворення.

Вартість дистрибуції. Витрати на розподіл також має бути додано до ціни. Їх набагато складніше оцінити, ніж інші витрати.

Бажана маржа прибутку. Норма прибутку, яку вкладають у ціну товару, має бути вищою, ніж прибуток, реалізований на більш звичайних інвестиціях, щоб компенсувати ризик, пов'язаний із підприємством.

Сезонність. На більшість туристичних продуктів впливають навчальний рік та свята через сезонність. Отже, сезонні аспекти необхідно враховувати під час розроблення цін.

Спеціальні акційні ціни. Часто корисною стратегією є пропонувати акційні ціни та спеціальні одноразові цінові пропозиції щодо презентації товару споживачам. Однак їх потрібно ретельно спланувати, щоб вони досягли мети та не стали звичайною ціною.

Психологічні міркування. Часто в економіці застосовують психологічне ціноутворення, зазвичай, у формі цін, які встановлюють у непарних

числах, таких як 99; 19,95 або 29,99. Зазвичай, споживачі добре реагують на ціноутворення, і в цінах, що закінчуються на дев'ять (чи сім), здається щось особливо магічне.

Загальна маркетингова політика та завдання. Ціноутворення – невід'ємна частина пропозиції. Через нематеріальність туристичної пропозиції ціна передає споживачеві очікування того, що продають.

Співвідношення ціни та якості в асортименті послуг компанії, особливо щодо життєвого циклу ринку. Ціну, зокрема, пов'язують із якістю, очікуючи, що чим більше платить замовник, тим вищою є очікувана якість. Аналогічна вказівка є цінністю, коли клієнти незмінно очікують вищої якості, ніж ціна, яку вони платять.

Унікальність туристичної пропозиції та міцність бренда. Цінові премії застосовують, коли туристичні маркетологи продають унікальний або незвичайний тип досвіду або коли бренд має велику цінність.

Потенціал скорочення витрат, завдяки ефективному використанню ланцюжка вартості в компанії. Багато компаній шукають і намагаються знизити витрати на постачання туристичних послуг, щоб це дозволило встановити вищі ціни.

Структура ринку та позиція компанії на ринку. Позиціонування є важливим, оскільки компанії, що мають велику частку ринку, зазвичай, лідирують із ціноутворенням, тоді як конкуренти вимушені дотримуватися їхніх ціни.

Ступінь конкуренції. Рівень конкуренції на ринку може призвести до паритетного ціноутворення, цінового відстеження чи цінової війни, які залежать від характеру та інтенсивності конкурентів.

Залучення держави до ринкового регулювання цін шляхом введення податків, зборів або механізмів підтримання роздрібних цін.

Курси валют. Коли валюти коливаються між країнами, це може привести до вироблення міжнародної цінової політики, яка будує гарантії проти нестабільного руху валютних курсів.

13.3. Цінова політика

До чинників, що впливають на цінову політику, належать:

Швидкопсувна природа туристичного продукту – його не можна зберігати на майбутні випадки. Таким чином, це призводить до різних форм тактичного ціноутворення в останню хвилину.

Висока еластичність попиту, яку демонструють свята та ринки, що обумовлює необхідність у встановленні цін на потрібному рівні.

Нестабільність ринку через короткострокові коливання міжнародних ринків, обмінних курсів, цін на нафту та політичних подій потребує складного планування на майбутнє.

Контроль за витратами є важливою частиною цінової політики. Багато туристичних закладів мають високі постійні витрати та ціни, близькі до позицій беззбитковості. Це може зробити їх уразливими до фінансового колапсу або поглинання, якщо витрати не будуть контролювати.

Контроль за цінами для подорожей авіакомпаній та проживання в готелях, що мають деякі регіони та країни.

Сезонний попит призводить до періодів низьких і пікових сезонів, які потребують ціноутворення в управлінні попитом, щоб розв'язати короткострокові проблеми з потужністю.

Ціна пов'язана із психологічними аспектами як якості, так і статусу. Тому завжди важливо вимірювати, як споживачі будуть сприймати зміни ціни.

Грошовий потік високий, оскільки значну частину оплати туристичних продуктів здійснюють перед споживанням.

Є також інші чинники, що впливають на цінову політику. Наприклад, коли пропозиція перевищує попит, ціна буде мати тенденцію до зниження та навпаки. Те, наскільки попит змінюється в міру зміни ціни, називають **еластичністю попиту**. Зниження ціни на 5 % може привести до відповідного збільшення на 1 % чисельності покупців та подальшого зростання виручки від продажу. У цьому разі попит є еластичним. Очікувана тривалість життєвого циклу продукту також вплине на рішення про ціноутворення, тому що за "примхливий" предмет з очікуваним життєвим циклом доведеться стягувати високу ціну, щоб повернути інвестиції за відносно короткий проміжок часу. Крім того, на можливість установа високі ціни впливає конкуренція. Наскільки територія пункту призначення чи інша туристична послуга є унікальною, визначає, чи можна стягувати більше. На цінову політику також впливають потреби вибраного цільового ринку. Якщо туристичну організацію або туристичне місце визнають таким, що задовольняє потреби ринку, і якщо їх уважають важливими для ринкового сегмента, ці учасники будуть готові платити більш високу ціну.

Рішення щодо ціноутворення мають вирішальне значення, оскільки в кінцевому підсумку ціна, яку стягують за товар, щодо витрат компанії буде визначати прибуток чи збиток, який буде здобуто. Ціна повідомляє споживачеві про товар і має дати вказівку на якість туристичного продукту. Крім того, вона також відіграє роль у створенні фірмового стилю компанії. Тому надзвичайно важливо, щоб компанії розглядали рішення про ціноутворення як частину своєї маркетингової стратегії. Нарахована ціна не є просто результатом аналізу залучених ресурсів та додавання фіксованого відсотка до норми прибутку.

Оскільки ринковий попит установить верхню межу ціни, яку можна стягувати, важливо зафіксувати ймовірний попит на товар. Якщо ціну буде встановлено занадто високою, споживачі не зможуть або не виявлять бажання купувати товар. Дослідження ринку можна використовувати для того, щоб дістати уявлення про ймовірний попит на продукт, тоді як попередні продажі товару може бути використано для прогнозування потенційного попиту в майбутньому.

Попит на наявному ринковому сегменті визначає найвищу ціну, яку можна стягувати, тоді як витрати, пов'язані з виробництвом туристичного продукту, установлюють найнижчу ціну. У компанії має бути повна інформація як про свої постійні, так і змінні витрати, а також розуміння того, як ці витрати має бути розподілено на весь асортимент продукції, яку вона продає.

Під час установлення ціни товару туристичні компанії мають урахувати інші чинники, зокрема: ефекти коливальних курсів валют; сприйняття ціни потенційним споживачем; цінову дискримінацію; сезонне ціноутворення; історію продажів компанії; ціни конкурентів; цінові знижки; акції; періоди бронювання; групові знижки.

Туристичне ціноутворення – це дуже складне рішення через мінливість товару, високий ступінь конкуренції на певних туристичних ринках та труднощі в точному прогнозуванні рівня попиту. Останні можуть відрізнятися через особливі характеристики галузі, а також через такі чинники, як погода, тероризм, страйки тощо. Таким чином, не має жодного загальновизнаного методу ціноутворення, і підхід може значно відрізнятися в різних туристичних організаціях. Ціна є традиційною основою сегментації ринку. Її сприймають як гарантію довіри для замовника, який не має досвіду та знань для оцінювання якості продукції. Тому ціну варто

багато разів розглядати як психологічний інструмент для повідомлення цінності бренда.

Ключові терміни до теми 13: цінова конкурентоспроможність, цінова стратегія, стратегія ціноутворення, цінова політика, еластичність попиту, туристичне ціноутворення.

Рекомендована література: [4; 10; 11; 15; 22; 30; 46].

14. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства

14.1. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства

Прибуток – це частина чистого доходу, який безпосередньо отримують підприємства після реалізації продукції та послуг як винагороду за вкладений капітал і ризик підприємницької діяльності. Кількісно він становить різницю між сукупними доходами (після сплати податку на додану вартість, акцизного податку й інших відрахувань із виручки до бюджетних та небюджетних фондів) і сукупними витратами звітного періоду. Обсяг прибутку, рівень рентабельності залежать від виробничої, постачальницької, маркетингової, збутової, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства. Тому ці показники характеризують усі аспекти господарювання.

Економічну доцільність і результативність функціонування підприємства оцінюють як абсолютними, так і відносними показниками, до яких належать показники рентабельності. Фінансові результати діяльності підприємства характеризують приростом суми власного капіталу (чистих активів), основним джерелом якого є прибуток від операційної діяльності.

Підприємство можна вважати рентабельним, якщо доходи від реалізації продукції чи послуг покривають витрати, а також утворюють суму прибутку, яка буде достатньою для його подальшого нормального функціонування.

Економічну сутність рентабельності розкривають тільки через характеристику системи показників. Загальна сутність цих показників полягає у визначенні суми прибутку з кожної гривні вкладеного капіталу.

Розрахунок показників рентабельності туристичних підприємств залежить від виду їхньої діяльності.

Для туроператора розраховують рентабельність (P^{TO}) у відсотках до виручки (доходу) від реалізації турпродукту та окремих послуг за такою формулою:

$$P^{TO} = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{D_{\text{ч}}} \times 100 \%, \quad (14.1)$$

де $\Pi_{\text{ч}}$ – чистий прибуток туроператора;

$D_{\text{ч}}$ – чистий дохід (виручка) від реалізації турпродукта.

Для турагентської діяльності розраховують *рентабельність комісійної винагороди* (P^K) за такою формулою:

$$P^K = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{K} \times 100 \%, \quad (14.2)$$

де $\Pi_{\text{ч}}$ – чистий прибуток турагента;

K – комісійна винагорода турагента.

Рентабельність витрат – це коефіцієнт який показує відношення суми прибутку підприємства до сукупної суми витрат за певний період, його розраховують у відсотках. Цей показник характеризує ефективність поточних витрат підприємства та показує кількість отриманого доходу з одної витраченої гривні.

Економічну ефективність використання ресурсів підприємств не повністю характеризують показниками рентабельності. Тому використовують іншу групу показників рентабельності, які визначають як відношення прибутку до середньої вартості певних видів ресурсів, обчислене у відсотках.

1. *Рентабельність майна*. Показує скільки чистого прибутку отримано з однієї гривні вартості майна:

$$P^M = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{M} \times 100 \%, \quad (14.3)$$

де M – вартість майна підприємства.

2. *Рентабельність власного капіталу*. Показує частку чистого прибутку у власних коштах підприємства:

$$P^{BK} = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{BK} \times 100 \%, \quad (14.4)$$

де BK – власний капітал.

Показники порівнюють між собою і їхня різниця характеризує залучення зовнішніх джерел фінансування.

3. Рентабельність основних фондів:

$$P^{OF} = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{OF_{\text{сер.}}} \times 100 \%, \quad (14.5)$$

де $OF_{\text{сер.}}$ – середньорічна вартість основних фондів.

4. Рентабельність обсягу продажів. Це модифікований показник рентабельності продукції чи послуг:

$$P^{\Pi} = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{B_p} \times 100 \%, \quad (14.6)$$

де B_p – виручка від реалізації продукції чи послуг.

5. Рентабельність оборотних активів:

$$P^{OA} = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{OA} \times 100 \%, \quad (14.7)$$

де OA – величина оборотних активів підприємства.

6. Рентабельність сукупного капіталу:

$$P^{CK} = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{B} \times 100 \%, \quad (14.8)$$

де B – сума валюти балансу підприємства.

7. Рентабельність чистого оборотного капіталу:

$$P^{ЧК} = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{OK_{\text{ч}}} \times 100 \%, \quad (14.9)$$

де $OK_{\text{ч}}$ – чистий оборотний капітал підприємства.

8. Рентабельність перманентного капіталу:

$$P^{ПК} = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{ПК} \times 100 \%, \quad (14.10)$$

де $ПК$ – перманентний капітал підприємства.

Чистий оборотний капітал – це величина, що обчислюють як різницю між оборотними активами та короткостроковими зобов'язаннями компанії. До перманентного капіталу належить той капітал, що перебуває в довгостроковому розпорядженні підприємства. Величина перманентного капіталу (ПК) дорівнює сумі всіх джерел власного капіталу й довгострокових кредитів на певну дату, її розраховують за такою формулою:

$$ПК = ВК + К_d, \quad (14.11)$$

де K_d – сума довгострокових кредитів.

Усі показники рентабельності можна розрахувати як на основі чистого прибутку, так і оподаткованого прибутку.

Розрізняють такі види прибутку:

1. **Балансовий (валовий) прибуток** – це загальний прибуток підприємства (або збиток), отриманий від продажу товарів і послуг, до його розподілу й оподаткування. Інколи слід урахувати витрати, що зменшують величину балансового прибутку (плата за землю, податок на майно, податок із власників транспортних засобів, утримання дошкільних закладів тощо).

2. **Операційний прибуток** розраховують шляхом зменшення балансового прибутку на операційні витрати, до яких належать: заробітна плата з нарахуваннями, амортизаційні відрахування, рентні платежі, транспортні та комерційні витрати. Саме цей скоригований балансовий прибуток є прибутком до оподаткування (оподаткованого прибутку).

3. **Чистий прибуток** – це прибуток, який залишається в розпорядженні підприємства після сплати податку на прибуток. Із чистого прибутку підприємства сплачують борги та відсотки за кредитними заборгованостями, а решту розподіляють між фондом споживання (виплати акціонерам, власникам, персоналу, відповідно до результатів роботи) і фондом накопичення (використовують як резервний фонд та на інвестиційні потреби).

Прибуток підприємства складається коштом таких джерел:

а) *прибуток від реалізації продукції* (виконання робіт, надання послуг); також цей вид прибутку називають *прибутком від операційної діяльності*, під якою розуміють таку, що відображає основну мету діяльності підприємства на ринку та його профіль діяльності. Прибуток від реалізації можна розрахувати як різницю між виручкою від реалізації продукції (без урахування податку на додану вартість та акцизного збору) і повною собівартістю продукції;

б) *прибуток від продажу майна* становить прибуток від продажу матеріальних (основних фондів) і нематеріальних активів, цінних паперів інших підприємств тощо; розраховують як різницю між ціною продажу та балансовою (залишковою) вартістю об'єкта, який продають;

в) *прибуток від позареалізаційних операцій* – це прибуток від спільної діяльності підприємств, відсотки за реалізацією акцій, облігацій та інших цінних паперів, штрафи, що сплачують іншими підприємствами за порушення договірних зобов'язань, доходи від володіння борговими зобов'язаннями, роялті.

14.2. Механізм розподілу прибутку підприємства

Розподіл прибутку є складовою й нерозривною частиною загальної системи розподільних відносин і, мабуть, нарівні з розподілом доходу підприємства найголовнішою. На рівні законодавства розподіл прибутку регулюють лише в тій його частині, яка надходить до бюджету різного рівня у вигляді податків та інших обов'язкових платежів. Згідно із законодавством, *чистим прибутком* називають прибуток за вирахуванням усіх податків, які було отримано від усіх форм господарської діяльності. Підприємство може самостійно використовувати чистий прибуток і спрямовувати його на подальший розвиток. Розподіл чистого прибутку підприємства в загальному вигляді зображено на рис. 14.1.

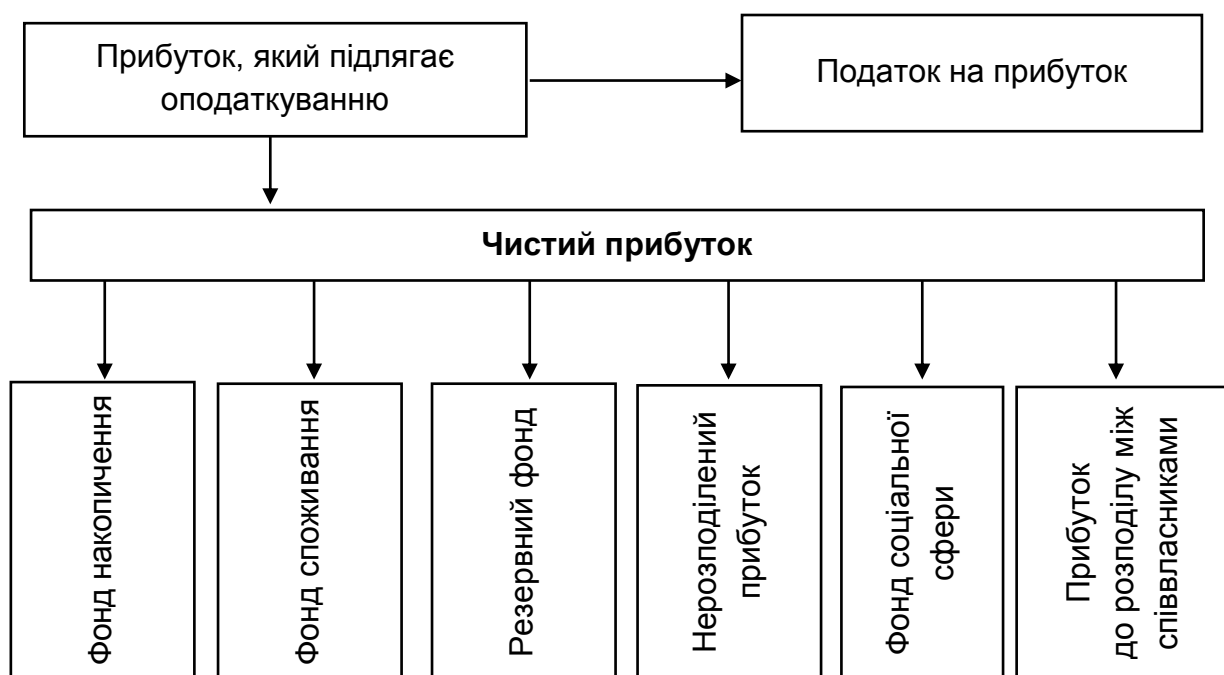


Рис. 14.1. Розподіл прибутку підприємства

Чистий прибуток підприємство, на свій розсуд, може спрямовувати на різні потреби, насамперед, на фінансування розвитку підприємства, задоволення споживацьких і соціальних потреб, фінансування соціально-культурної сфери, відрахування до фонду преміювання працівників. А також частину чистого прибутку може бути спрямовано на благодійні потреби. Але не всю величину чистого прибутку підприємство може використовувати на власний розсуд. Із чистого прибутку сплачуються окремі види податків і зборів, наприклад, податок на майно підприємства, збір за право торгівлі тощо, а також штрафи за недотримання вимог з охорони довкілля від забруднення, порушення санітарних норм і правил, а також застосовують штрафні санкції в разі приховування прибутку від оподаткування або внесків до позабюджетних фондів та інших платежів.

Прибуток є основним чинником економічного та соціального зростання не лише для підприємства, але й для економіки країни загалом. Тому економічне обґрунтування планування прибутку на підприємствах має важливе значення.

Прибуток (збиток) планують окремо за видами, а саме від:
продажу продукції й товарів;
реалізації іншої продукції та послуг нетоварного характеру;
реалізації основних засобів;
продажу іншого майна й майнових прав;
оплати виконаних робіт і наданих послуг тощо;
позареалізаційних операцій.

Метод прямого рахунку, аналітичний метод і метод поєднання розрахунків є основними методами планування прибутку.

У сучасних умовах господарювання *метод прямого рахунку* є найбільш поширеним на підприємствах. Його, зазвичай, застосовують за невеликого асортименту продукції. Його сутність полягає в тому, що прибуток розраховують як різницю між виручкою від реалізації продукції (у відповідних цінах, за мінусом ПДВ та акцизів) і повною її собівартістю.

Розрахунок планового прибутку (П) здійснюють за такою формулою:

$$\Pi = (V_{\text{пр.}}^{\text{пл.}} \times Ц) - (V_{\text{пр.}}^{\text{пл.}} \times С), \quad (14.12)$$

де $V_{\text{пр.}}^{\text{пл.}}$ – обсяг випуску продукції у плановому періоді в натуральному обчисленні;

Ц – ціна за одиницю продукції (без ПДВ та акцизу);

С – повна собівартість одиниці продукції.

Прибуток із товарного випуску (Π_T) планують на основі кошторису витрат на виробництво та реалізацію продукції, у якому визначають собівартість планового товарного випуску:

$$\Pi_T = \text{Ц}_T - \text{C}_T, \quad (14.13)$$

де Ц_T – вартість планового товарного випуску в чинних цінах реалізації;
 C_T – повна собівартість планової товарної продукції.

Слід відрізнити плановий розмір прибутку з розрахунку на товарний випуск від прибутку, який планують на обсяг реалізованої продукції.

Прибуток на реалізовану продукцію (Π_{rp}) у загальному вигляді розраховують за такою формулою:

$$\Pi_{rp} = \text{B}_{rp} - \text{C}_{rp}, \quad (14.14)$$

де B_{rp} – планова виручка від реалізації продукції в чинних цінах;

C_{rp} – повна собівартість продукції, яку реалізують у майбутньому періоді.

Більш детально *прибуток від обсягу реалізованої продукції* у плановому періоді можна розрахувати як суму прибутку залишків нереалізованої продукції на початок планового періоду (Π_{np}) плюс прибуток від обсягу випущеної товарної продукції у плановому періоді (Π_{tp}) за вирахуванням прибутку від залишків нереалізованої продукції в кінці планового періоду ($\Pi_{пк}$) за такою формулою:

$$\Pi_{rp} = \Pi_{np} + \Pi_{tp} + \Pi_{пк}. \quad (14.15)$$

Такий розрахунок належить до **методу прямого рахунку**, коли легко визначити обсяг реалізованої продукції та собівартість. *Метод асортиментного планування* прибутку є різновидом методу прямого рахунку. Згідно із цим методом, прибуток підсумовують за всіма асортиментними позиціями. До визначеного результату додають прибуток у залишках готової продукції, нереалізованої на початок планованого періоду.

За великого асортименту продукції застосовують **аналітичний метод планування прибутку**. Також його застосовують як доповнення до методу прямого рахунку, оскільки з його допомогою можна виявити вплив окремих чинників на плановий прибуток. За аналітичного методу прибуток

розраховують не за кожним окремим видом продукції, який випускають у плановому році, а за всією продукцією загалом.

Розрахунок прибутку за цим методом складається із трьох послідовних етапів:

1) *визначення базової рентабельності* як відношення очікуваного прибутку за звітний рік до повної собівартості товарної продукції за той самий період;

2) *розрахунок обсягу товарної продукції* у планованому періоді за собівартістю звітного року та *визначення прибутку товарної продукції*, зважаючи на базову рентабельність;

3) *урахування впливу на плановий прибуток різних чинників* (зниження собівартості продукції, підвищення її якості та сортності, зміна асортименту, цін тощо).

Після розрахунків за всіма трьома етапами необхідно визначити прибуток від реалізації товарної продукції. Після розрахунку прибутку (збитків) за рештою видів діяльності, а також позареалізаційних доходів і витрат та з урахуванням прибутку реалізації товарної продукції визначають валовий (загальний) прибуток підприємства.

Окрім наведених методів планування прибутку, є метод **поєднання розрахунків**. У цьому разі застосовують елементи першого та другого методів.

14.3. Оцінювання фінансового стану підприємства

Під **фінансовим станом підприємства** розуміють рівень його забезпеченості відповідним обсягом фінансових ресурсів, необхідних для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасних грошових розрахунків за своїми фінансовими зобов'язаннями.

Інформаційною базою для оцінювання фінансового стану підприємства є: баланс (форма № 1); звіт про фінансові результати (форма № 2); звіт про рух грошових коштів (форма № 3); звіт про власний капітал (форма № 4). Оцінювання фінансового стану підприємства починають з аналізу фінансової стійкості.

Фінансова стійкість – це характеристика, яка свідчить про стійке перевищення доходів підприємства над його витратами, ефективне використання грошових коштів, безперебійний процес виробництва й реалізації продукції та послуг.

До коефіцієнтів фінансової стійкості належать:

1. Коефіцієнт забезпеченості власними коштами ($K_{вк}$) характеризує ступінь забезпеченості підприємства власними оборотними коштами, необхідними для фінансової стійкості:

$$K_{вк} = \frac{(ВД - ПА)}{ОА} > 0,1, \quad (14.16)$$

де ВД – власні джерела;

ОА – оборотні активи.

2. Коефіцієнт маневреності власного капіталу (K_m) показує, яку частину власного капіталу використовують для фінансування поточної діяльності. Оптимальне значення коефіцієнта $K_m = 0,5$.

$$K_m = \frac{(ВД - ПА)}{ВД}. \quad (14.17)$$

3. Коефіцієнт співставлення власних та залучених коштів ($K_{ск}$) дає загальну оцінку фінансової стійкості підприємства. Нормативне значення не має перевищувати 1.

$$K_{ск} = \frac{(ДП + ВД)}{ВД}, \quad (14.18)$$

де ДП – довгострокові пасиви.

4. Коефіцієнт автономії (K_a) показує частку власних коштів у загальній сумі джерел фінансування. Нормативне значення не має бути нижчим за 0,5.

$$K_a = \frac{ВД}{ВБ}, \quad (14.19)$$

де ВБ – валюта балансу.

5. Коефіцієнт фінансової залежності (K_{ϕ}) є оберненим показником коефіцієнта автономії. Якщо цей показник збільшується, це свідчить про підвищення частки позикових коштів у фінансуванні підприємства і навпаки. Якщо показник дорівнює 1, то підприємство не має позик.

$$K_{\phi} = \frac{ВБ}{ВД}. \quad (14.20)$$

6. *Коефіцієнт довгострокового залучення позичкових коштів ($K_{зпк}$)*. Цей коефіцієнт показує частку довгострокових позик у сукупних стабільних джерелах фінансування. Збільшення цього коефіцієнта свідчить про посилення залежності підприємства від зовнішніх інвестицій, тобто про погіршення фінансової стійкості.

$$K_{зпк} = \frac{ДП}{ДП + ВК}, \quad (14.21)$$

де ВК – власний капітал підприємства.

7. *Коефіцієнт короткострокової заборгованості ($K_{кз}$)*. Розраховують як відношення короткострокових зобов'язань (КП) до загальної суми зобов'язань (ЗБ).

$$K_{кз} = \frac{КП}{ЗБ}. \quad (14.22)$$

Слід зауважити, що не має єдиних однозначних критеріїв для розглянутих показників. Багато в чому їхні значення залежить від галузі, ситуації на ринку та навіть від репутації підприємства.

Ключові терміни до теми 14: прибуток, рентабельність, чистий оборотний капітал, балансовий (валовий) прибуток, операційний прибуток, чистий прибуток, чистий прибуток, фінансова стійкість, метод прямого рахунку, аналітичний метод планування прибутку.

Рекомендована література: [4; 6; 9; 10; 17; 38; 45].

15. Інвестиційно-інноваційна діяльність туристичного підприємства

15.1. Інвестиції в туристичній діяльності

Незважаючи на останні економічні спади, протягом останніх десятиліть капітальні інвестиції, пов'язані з туризмом, значно збільшили. Зростає мотивація як приватного, так і державного сектору зробити ці інвестиції більш стійкими. Однак процес інвестицій у туризм є складним, оскільки

в ньому беруть участь різноманітні зацікавлені сторони, є розбіжності в характері, масштабі функціонування та часовому горизонті планування.

Туристичні інвестиції здатні забезпечити добробут громади, завдяки економічному зростанню та можливостям працевлаштування для місцевого населення. Однак неякісно заплановані та регульовані інвестиції можуть мати дуже серйозні соціальні й екологічні наслідки для країн і впливати на конкурентні переваги напрямків у коротко-, середньо- та довгостроковій перспективі.

Інвестиції в туристичну галузь означають створення капіталу або товарів, здатних виробляти інші товари чи послуги в туристичній галузі для отримання більшого прибутку у приватному секторі або регіональну активізацію й економічне зростання для державних цілей.

До туристичних інвесторів належать стратегічні інвестори (CI), будівельні інвестори (BI) та фінансові інвестори (FI) (табл. 15.1).

Таблиця 15.1

Типи інвесторів у туристичній галузі

Типи	Визначення
Стратегічні інвестори (CI)	фізична особа чи фірма, яка інвестує у проекти розвитку туризму, із метою набуття права на управління та відповідальності за управління компанією, наприклад, компанії сфери нерухомості, що спеціалізуються на плануванні, фінансуванні, або власники брендів
Будівельні інвестори (BI)	фізична особа чи фірма, яка інвестує у проекти розвитку туризму, із метою взяти на себе відповідальність за будівництво
Фінансові інвестори (FI)	фізична особа чи фірма, яка інвестує у проекти розвитку туризму, із метою отримання дивідендів, наприклад банки, страхові компанії, компанії з управління приватними активами, інвестиційні компанії, фонди приватного капіталу

Туристи потребують широкого спектра товарів та послуг, щоб подорожувати. Більшість туристів потребують не менше ніж п'яти послуг: послуги туристичних агентів, транспорту, проживання, харчування та розважальні послуги в пункті призначення. Питання полягає в тому, яка частка інвестицій у ці види діяльності відповідає інвестиціям у туризм. Наприклад, хоча будівництво нової дороги чи нового аеропорту може мати життєво важливе значення для туризму в конкретному пункті призначення,

незрозуміло, чи можна ці інвестиції повністю визначити як інвестиції в туризм через вплив на іншу економічну діяльність.

Для збільшення інвестицій у туризм застосовують такі рекомендації:

1) належне районування із суворим захистом біологічно чутливих прибережних районів як критичного аспекту збереження прибережних та морських районів;

2) розвиток чіткої туристичної ніші та продукту, привілейований розвиток із чіткими позитивними економічними наслідками;

3) інвестиційне планування (справжні фінансові потреби, потоки та прогнозовані норми прибутку), включно з екологічними вигодами та витратами;

4) забезпечення ресурсів для належного моніторингу та оцінювання;

5) інноваційні режими власності, які можуть сприяти застосуванню бажаних соціальних та екологічних умов до інвестицій.

Перший крок процесу інвестицій у туризм складається з оцінювання ділового середовища. Основні питання тут – привабливість дестинації, її унікальні характеристики, а також можливі засоби розміщення та транспорт. Слід розглянути попередній аналіз ринку туризму, щоб оцінити структуру ринку, конкуренцію, поточну й потенційну нішу та туристичні продукти. Попит на туризм вивчають у два етапи. Аналіз ураховує змінні такі дестинації, як час подорожі, вартість поїздки, туристична привабливість, унікальність, і такі змінні економічного розвитку, як інфраструктура, освіта та безпека. Крім того, прогнозування попиту на туризм може оцінити потенційний потік туристів, що є цінною інформацією для остаточної оцінки. Нарешті, попередню оцінку ризиків також мають розглядати з урахуванням політичних, економічних, екологічних та фінансових питань. Дослідження ринку туризму визначають вид туристичної продукції та сегменти ринку, на які слід орієнтуватися. Кожен проєкт інвестиційного туризму залежить від джерела фінансування. На цьому етапі обговорюють фінанси та партнерські взаємини, визначаючи обсяги фінансування й терміни очікуваної віддачі від інвестицій і прогнозований рівень прибутку.

У разі великих проєктів із розвитку туризму відбуваються переговори між інвесторами та державними органами. Передавання ноу-хау може стати важелем не тільки для міжнародних компаній, готових інвестувати у країни, що розвиваються, але й для самих країн. Привабливість дестинації з погляду бізнесу та сучасний рівень розвитку туризму є ключовими

чинниками відносин між державним сектором і потенційними інвесторами. Такі відносини влади визначають стратегії обох гравців. Деякі уряди можуть спробувати залучити інвесторів через податкові пільги та інші фінансові переваги, що може зашкодити цільовому напрямку в середньо- та довгостроковій перспективі, але розумно використане може залучати відповідальних інвесторів. Добре організовані переговори можуть містити такі принципи сталого розвитку, як угоди щодо місцевої зайнятості, спільні підприємства та/або підтримання захищених територій. Наприклад, якщо прогнозований туристичний напрямок має бути розташований у популярному та успішному регіоні країни, що розвивається, державний сектор може надати дозвіл на планування лише за виконання певних умов: наприклад, інвестиції в соціальні проєкти в інших менш популярних і менш розвинених районах або фінансування управління прилеглими територіями. Для впровадження проєкту необхідно схвалення та дозвіл державних адміністрацій, і це слід уважати важливим та потужним інструментом переговорів.

Після того як проєкт працює протягом певного часу, його слід оцінити. Одним із ключових критеріїв для інвесторів є рентабельність інвестицій. Менеджери, з іншого боку, також переймаються якістю пропонованих послуг та відгуками туристів. Державному сектору необхідно стежити за тим, чи було дотримано попередніх зобов'язань дестинацією, що приймає, та навколишнього середовища. Нарешті, також розглядати питання щодо управління життєвим циклом, реінвестування чи оновлення.

В управлінні туризмом ключовими гравцями є туристичні оператори. Їхня роль зазвичай починається в кінці інвестиційного процесу, коли розроблення проєкту завершено. Вони можуть мати набагато важливіший вплив на планування й економічне зростання місця призначення. Оператор часто є більш зацікавленим у стійкості, ніж власник/забудовник. Наприклад, менші витрати на енергію та воду цікавлять оператора, але не обов'язково власника, який, можливо, бажає максимально скоротити прибутковість для цілей оподаткування. Туристичні оператори здійснюють щоденне ведення туристичних комплексів (включно із проживанням та дозвіллям). Для цієї групи важливими є не тільки сам проєкт (із можливостей забезпечення доступу та екологічних причин), але й якість об'єктів (включно з інфраструктурою та архітектурою) і цільовий ринок. Використовуючи цю інформацію, оператори можуть здійснювати оцінювання

прибутку. Їхня послідовна присутність ставить туристичних операторів в унікальне становище реалізовувати стратегії управління навколишнім середовищем (наприклад, заходи з перероблення або енергозбереження) і спонукає власників розглядати варіанти дизайну. Якщо вони задіяні на початкових етапах інвестиційного проекту в туризм, ці прерогативи управління можуть стати частиною проекту.

Великих багатонаціональних туроператорів часто вертикально інтегровано. Це дозволяє їм підтримувати різні зв'язки в ланцюжку дистрибуції, здійснюючи свій контроль за управлінням флотом літаків, круїзними лініями, мережею агентств і готелів. Така вертикальна інтеграція ставить їх у вигідне становище щодо дестинацій і власників готелів. Великі транснаціональні туристичні оператори часто вже не є власниками об'єктів, якими вони управляють. Ступінь їх участі в готелях класифікують на: інвестиції в акції, що забезпечують певний контроль за управлінням; інвестиції в міноритарний капітал, включно зі спільним підприємством; лізинговий договір; договір управління; франчайзинговий договір. Транснаціональні корпорації поєднують перелічені раніше режими діяльності, які найкраще відповідають їхнім інтересам, відповідно до умов країн, що приймають. Режими роботи відрізняються навіть у межах однієї групи готелів, залежно від класу готелів та дестинації.

15.2. Інновації в туристичній діяльності

Туризм – одна з найбільш швидко зростальних галузей у світі. Туризм відіграє важливу роль в економічному розвитку, завдяки підтриманню зайнятості та залученню іноземної валюти. Зростання обумовлено не тільки збільшенням багатства та економічного розвитку, а й здатністю туристичної галузі пропонувати нові продукти та досвід. Туристичні фірми працюють на конкурентному ринку, який характеризується високою турбулентністю та швидкими змінами. Щоб ефективно конкурувати, туристичні фірми мають бути високо інноваційними як у скороченні витрат, так і пропонуванні нових, якісних продуктів, що відповідають попиту клієнтів. Жодна країна чи регіон не можуть спиратися лише на свої природні об'єкти чи культурну спадщину. Для підтримання конкурентоспроможності на світовому ринку туризму необхідні стратегії підтримання інновацій.

Міжнародний туризм зазнає кардинальних змін. Нові напрямки успішно конкурують із традиційними туристичними країнами, які здебільшого вичерпали наявні ресурси та потенціал для раціоналізації. Додатковий вклад капіталу та робочої сили за таких обставин коштує дорого й не завжди приводить до бажаного рівня зростання. Тому туристичну політику все більше сфокусовано на просуванні інновацій.

Інновації та розвиток нових послуг – це важливі стратегічні особливості для забезпечення зростання та стійкого багатства для кожної галузі, але особливо для тих галузей, де ринки є насиченими, а клієнти вибирають товари та послуги з усього світу, як це має місце в туризмі. Є різні визначення терміна "інновація", що походить від латинського *inovatio*, що означає "створити щось нове". Термін "інновація" у його сучасному розумінні було введено та застосовано Джозефом Шумпетером, який одним із перших виклав чітку концепцію підприємництва та підкреслив, що циклічний процес є майже виключно результатом інновацій в організаціях, як промислових, так і комерційних. Під інновацією він мав на увазі зміни у способах виробництва та транспортування, виробництво нового товару, зміну виробничої організації, відкриття нових ринків. Інновація не означає винахід, а стосується комерційних застосувань нової технології, нового матеріалу, нових методів та нових джерел енергії.

Інновації – це сукупність наукових, технологічних, організаційних, фінансових і комерційних заходів, спрямованих на комерціалізацію наявних знань, технологій та обладнання. Результатом інновацій є новий або додатковий товар або послуга з новорозвиненими якостями й особливостями. Зростає кількість досліджень і застосувань, які вивчають явища інновацій, де бізнес переважно зосереджено на процесі виробничого сектору.

Інноваційний процес – це процес створення, розвитку, поширення та використання інновацій. Також процес інновацій можна визначити як процес послідовного перетворення ідей на товари через етапи фундаментальних і прикладних досліджень, інженерних розробок, маркетингу, виробництва.

Окрім економічного впливу, інновації в туристичній галузі мають також соціальне значення, яке можна розглядати із двох позицій. З одного боку, інновації для окремих туристичних організацій сприяють поліпшенню умов праці (*організаційна інновація*), повному використанню інтелектуальних та матеріальних ресурсів (*технологічні інновації*), реалізації комерційного потенціалу (*інновація у продуктах*). З іншого боку, у туристичній

галузі інновації мають велике суспільне значення, а саме сприяють подоланню чинника сезонності, сталому розвитку туризму, поліпшенню зайнятості та ін.

Визнання туристичної галузі є стратегічно важливим і пріоритетним, що забезпечує значні можливості для розвитку інноваційної діяльності в цій галузі. Зрештою, інновації є чинником підвищення конкурентоспроможності у всіх сферах управління, включно з туризмом.

Інновації – це інструмент досягнення та застосування результатів наукової думки. Туризм не тільки створює новий продукт чи послугу, але й використовує нововведення, упроваджені в інших сферах управління. Наприклад, готелі, туристичні агенти, транспортні компанії широко використовують сферу розвитку інформаційних технологій. Створення туристичного продукту, туристичні послуги, бронювання авіа- та залізничних квитків – усі ці процеси вийшли на новий рівень із впровадженням новітніх розробок інформаційних технологій (рис. 15.1).

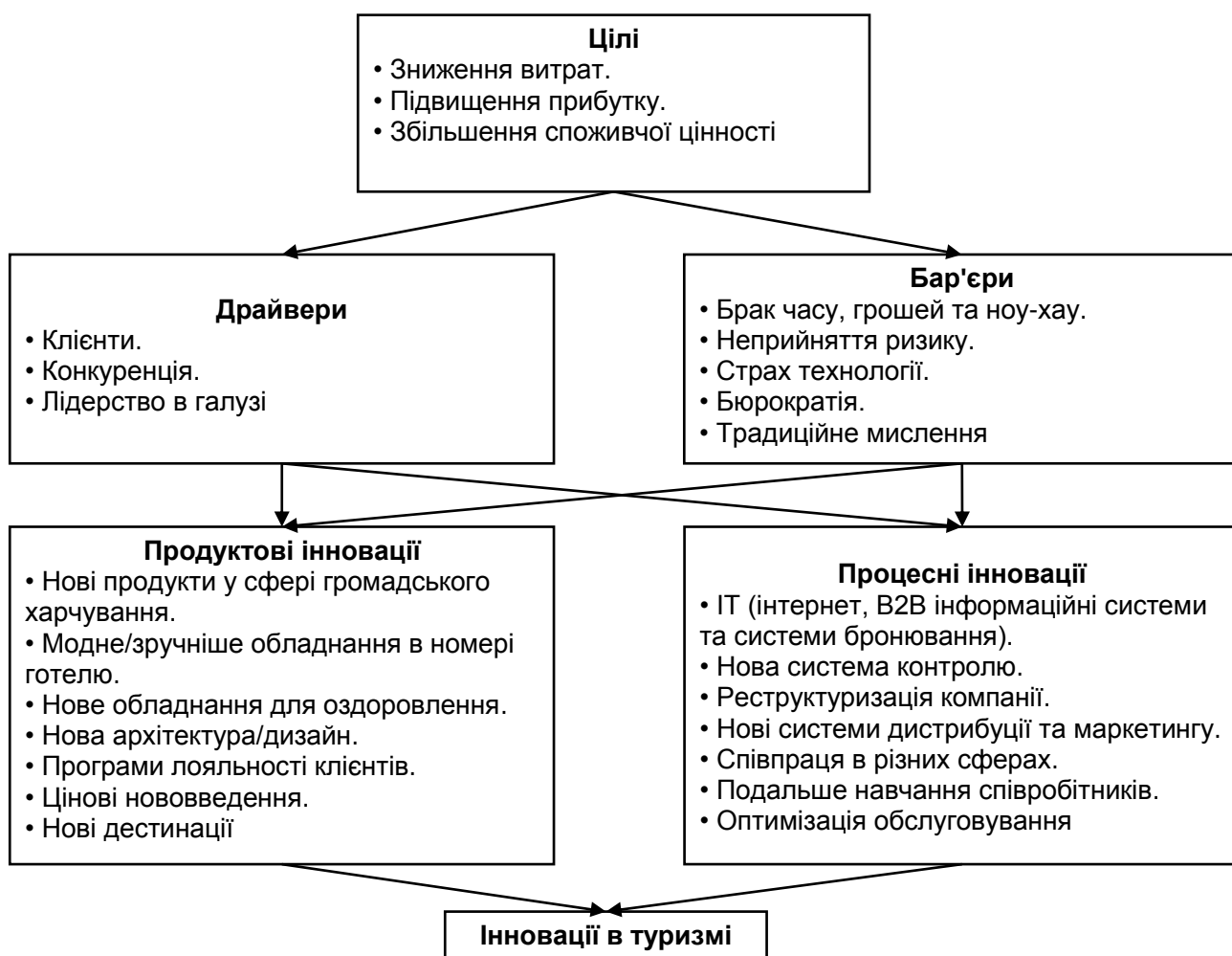


Рис. 15.1. Інновації в туризмі

До основних чинників, що впливають на інноваційний розвиток туризму, належать:

рівень науково-технічного розвитку, економічна та політична стабільність, наявність відповідної законодавчої бази й інші зовнішні чинники;

наявність необхідного обсягу природних, фінансових та інших ресурсів;

рівень розвитку туристичної інфраструктури;

розвинений туристичний ринок у країні та ступінь і тип конкуренції;

наявність висококваліфікованого персоналу в усіх сферах туристської діяльності.

Слід зазначити, що найважливішим чинником, що впливає на інноваційний потенціал соціально-економічної системи, є не лише наявність необхідного обсягу всіх видів ресурсів, а й їхня якість, структура, збалансованість та раціональність їхнього використання.

До основних **сфер інновацій** у туристичній галузі належать:

упровадження нових туристичних маршрутів, випуск нового туристичного або ресторанного продукту, надання нових готельних послуг;

використання нових методик і технологій;

використання нових туристичних ресурсів;

застосування нових прийомів і методів організації бізнес-процесів;

відкриття нового напрямку та нових ринків збуту.

Інноваційна діяльність у будь-якому секторі управління економікою має свої специфічні особливості, і туристична галузь не є винятком. Це пов'язано зі специфікою туристичних послуг, туристського попиту та пропозиції на них.

Розглядаючи чинники, що зумовлюють специфіку інноваційного процесу в туристичній галузі, можна обговорити сім **провідних властивостей** туристичного продукту:

1. Туристичні послуги, як і будь-які інші послуги, не можуть зберігатися. Тому менеджерам туристичних компаній потрібно своєчасно впроваджувати суто туристичний продукт, що змушує їх постійно шукати нові ринки збуту та нові способи просування туристичних продуктів.

2. Обсяг продажів туристичних послуг у більшості районів зазнає сезонних коливань. У міжсезоння необхідно додатково стимулювати попит додатковими пропозиціями, ціноутворенням, диверсифікацією пропозицій.

3. Ураховуючи особливості туристичних послуг, слід посилатися не лише на тему сезонних коливань, але й на політичні, економічні, екологічні та інші зовнішні чинники.

4. Послуги, включно з туризмом, нематеріальні. Споживач зможе оцінити якість товару лише після отримання послуг, тому важливим чинником, що впливає на рішення про купівлю споживача, стає імідж та репутація туристичної компанії.

5. Факти продажу та споживання туристичних послуг не збігаються в часі. Споживачі, що купують туристичний продукт здебільшого за кілька днів, тижнів чи місяців до початку туристичних послуг. Тому на етапі продажу рекламна друкована продукція, наявність достовірної інформації про повне місце відпустки відіграє важливу роль.

6. Споживачеві туристичних послуг необхідно подолати певну відстань, покинути місце постійного проживання.

7. Споживачів та виробників туристичних послуг географічно розподілено на туристичному ринку, тому рекламні заходи, що охоплюють широку аудиторію, мають особливе значення.

Усі ці особливості потребують від постачальників туристичних послуг та туристичних агентств постійно шукати нові шляхи та засоби для залучення споживачів, що приводить до інноваційного характеру туризму загалом. Специфіку інновацій у туристичній галузі визначено не лише особливостями туристичних послуг, але й характеристиками їхніх споживачів та виробників.

Управління інноваціями в туристичній галузі – це різновид культурної, економічної та ділової діяльності для досягнення цілей туристичних компаній на основі ефективної організації інноваційних процесів. Управління інноваціями охоплює різні функції, такі як планування, маркетинг, організація, контроль та ін.

Нині сектор туризму зазнає значних змін через перехід на більш інноваційні продукти та значне зростання ринку. Здатність фірм змінювати, розробляти нові продукти й адаптуватися до змін на ринку є, таким чином, вирішальною для діяльності фірми та галузі.

Нововведення в цьому секторі можуть бути не лише новими продуктами або послугами, що надаються окремими фірмами, але й можуть також бути новими комбінаціями продуктів і послуг від декількох фірм, що складають у пакет. Таким чином, інновації відбуваються не тільки на рівні фірми, але й на рівні дестинації.

15.3. Інноваційні процеси на туристичних підприємствах

Застосування інновацій у туристичних дестинаціях, порівняно із застосуванням інновацій у туристичному бізнесі є набагато складнішим через фрагментацію великої чисельності зацікавлених сторін у розвитку туризму. Інноваційний процес ще більше підкреслює їхню взаємозалежність. Стимулювання інновацій у туристичних напрямках є одним із чинників, які найбільше впливають на сталий розвиток дестинації. Причини впровадження інновацій можуть бути різними. Несподіваний спад відвідувачів може мотивувати керівництво вживати заходів та розробляти нові стратегії подолання кризи. З іншого боку, досягнення цілей може бути рушійною силою впровадження інновацій. Найчастішими нововведеннями туристичних напрямків є інновації товарів, а також інновації, пов'язані з реорганізацією управління.

Традиційний підхід до організації управління дестинацією змінюється на інноваційний підхід, основні відмінності яких наведено в табл. 15.2.

Таблиця 15.2

Відмінності традиційного та інноваційного підходів до організації управління дестинаціями

Традиційний підхід	Інноваційний підхід
Обслуговування організаційної структури	Визначення ринку / цільової групи та стратегічних напрямів бізнесу
Працевлаштування експертів із вміннями та навичками	Визначення позиції організації та вибір найважливіших завдань
Фінансування організації з максимально можливим бюджетом	Регулярні переговори із приватним, державним та некомерційним сектором, аналіз мережі
Планування заходів у межах виділеного бюджету	Фінансування, визначення зацікавлених сторін
Розгортання ресурсів для діяльності та дотримання стратегії	Планування розподілу ресурсів разом із розширенням компетенцій та запобіганням збиткам, обговорення проєктів
Обґрунтування та оцінювання стратегії із додатковими показниками ефективності	Адаптація організаційної структури та ролей для забезпечення процесів, оновлення й управління процесами

Ураховуючи наведені раніше відмінності, туристичні організації мають бути більш гнучкими, більш ініціативними у визначенні поточних і майбутніх стратегічних напрямів бізнесу та заохоченні дискусій зі стратегічними суб'єктами туристичних напрямків (табл. 15.3).

Таблиця 15.3

Зміни у сприйнятті туристичного напрямку та організації управління дестинаціями

Традиційний погляд	Інноваційний погляд
Туристична дестинація	
Географічно (адміністративно) визначено	Межі обмежених відвідувачів (туристські потоки)
Різні ринки відвідувачів, залежно від їхньої сегментації	Один однорідний ринок для однієї стратегічної сфери бізнесу
Планування на основі фаз конкурентоспроможності, стійкості та життєвого циклу	Планування окремих стратегічних напрямів бізнесу
Уніфікований імідж та бренд дестинації	Уніфікований імідж та бренд для окремих стратегічних напрямів бізнесу
Усі зацікавлені сторони задіяно в управлінні дестинацією	Державний сектор, що діє в межах адміністративної сфери, державно-приватне партнерство у всіх стратегічних сферах бізнесу
Організація управління дестинацією	
Обслуговувати всіх відвідувачів у дестинації	Дає додаткову цінність відвідувачу в конкретних заходах
Діяльність: зв'язки із громадськістю, реклама, ІТ, ЗМІ	Діяльність: динамічна та процесно орієнтована на потреби стратегічних напрямів бізнесу
Установи, які відповідають загальному виклику спільної системи фінансування	Синергетичне поєднання завдань (державний, приватний сектор)
Низька гнучкість, що залежить від зовнішніх чинників	Висока гнучкість, завдяки динамічній діяльності та частці приватного сектору в них
Моніторинг успіху за допомогою трафіка, маркетингової діяльності та продажів	Міра успіху щодо вирішення поставлених завдань, якість відносин

Туризм – це дуже неоднорідна галузь. Туристичні постачальники конкурують один з одним. Міжнародна індустрія подорожей і туризму використовує глобальні стратегії, щоб досягати найкращого використання місцевого потенціалу. Вплив технологічного нововведення, зазвичай, буде залежати не лише від його винахідників, але й від творчості майбутніх користувачів нової технології. Більшість фірм визнають важливість розроблення товару. Однак це рідко містить абсолютно нові товари або абсолютно нові ринки, це радше процес індивідуалізації масового ринку (продукції) шляхом диференціації товару, розширення товарної лінії за допомогою політики брендингу або шляхом зміни співвідношення ціни та якості товару. Усі фірми намагаються одночасно знижувати вартість та одночасно досягати унікальності продукту, наприклад через вибір місця призначення, готелів або інших змін.

Продуктивність туристичних підприємств може бути підвищено шляхом упровадження інновацій у туристичних напрямках, завдяки інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Поєднання застосування ІКТ, а також інших стратегічних та управлінських параметрів є ефективними для підвищення кваліфікації й управління людськими ресурсами. Застосування цих технологій дозволяє підвищити швидкість та якість методів підготовки, заощаджуючи робочу силу та енергію, зменшити відходи, підвищити швидкість обслуговування та забезпечити більшу гнучкість.

Нові технології спричинили розвиток нових навичок, матеріалів, послуг та форм організації. Особливо це стосується останніх двох десятиліть, коли технологічні інновації відіграли вирішальну роль. У туризмі технологія створила нову форму бізнесу під назвою "електронний туризм", яка є сьогодні найбільш успішною формою електронної комерції.

Це породило потребу в таких нових навичках управління туризмом (електронний маркетинг), як коучинг та інтерактивні навички у сферах оздоровчого та пригодницького туризму. Нові інформаційні послуги для гостей виникли, оскільки бази даних спростили опрацювання профілів клієнтів та поведінку. Нові форми організації мережі також виникли, зокрема, у галузі кооперативного маркетингу, що підтримується новими технологіями.

Інноваційні аспекти управління стосуються нових підходів до організації внутрішнього співробітництва, управління людьми й делегування завдань, кар'єрних перспектив та оплати праці працівників. Основна проблема в цій галузі – стабілізація кваліфікованого персоналу, підтримання

гнучкості та контроль за витратами. Інновації в управлінні можуть підвищити задоволеність працівників робочим місцем, поліпшити внутрішні компетентності та знання. Побудова "командного духу" є необхідною умовою для подальшого вдосконалення надання послуг.

Упровадження нової маркетингової концепції може привести до нововведень і побудувати нові взаємини між адресатом та відвідувачами. Типовим прикладом є розроблення програм для створення лояльності відвідувачів. Що стосується відвідувачів, соціальні мережі мають загалом сильніший вплив, порівняно з маркетинговою комунікацією через традиційні засоби масової інформації. Об'єднання брендів також можна вважати частиною інновацій у маркетингу. Приклад можна знайти в регіонах із виробництва вина, де всі його суб'єкти можуть створити єдиний маркетинговий бренд. Інновація означає відновлення відносин із представниками засобів масової інформації, особливо через закордонних журналістів, які висвітлюють організовані заходи. Один приклад можна знайти в кулінарії та заходах із видатними кухарями. Такі події можуть стати головною привабливістю регіону.

Ключові терміни до теми 15: туристичні інвестиції, інвестори в туристичній галузі, інновації в туристичній діяльності, інноваційний процес, інноваційний підхід до управління дестинаціями.

Рекомендована література: [4; 9; 11; 17; 22; 46; 81].

16. Економічна безпека туристичного підприємства

16.1. Поняття про економічну безпеку туристичного підприємства та її визначення

У сучасних економічних умовах велика кількість підприємств працює в достатньо складних умовах невизначеності та непередбачуваності. Також ступінь ризику ухвалення рішень і функціонування підприємств загалом посилюються нестабільною політичною та соціально-економічною ситуацією у країні.

Економічна безпека в туристичній галузі – це поєднання чинників, що характеризують соціальні, економічні, правові й інші умови, що забезпечують права та законні інтереси громадян, юридичних осіб і держави

в туристичній галузі [24]. Ураховуючи зазначене, економічна безпека туристичного підприємства є складовою частиною загальної безпеки в туризмі.

Система економічної безпеки суб'єкта господарювання характеризується здатністю реалізовувати цілі та ключові бізнес-стратегії за певних зовнішніх умов, захищаючи від наявних та потенційних загроз навколишнього середовища [44].

Система економічної безпеки підприємства – це комплексні організаційні, управлінські, технічні, профілактичні й інші заходи, спрямовані на здійснення захисту інтересів компанії від внутрішніх та зовнішніх загроз [21].

Об'єкт економічної безпеки туристичного підприємства визначає зміст безпеки, мету та засоби її забезпечення й безпосередньо впливає на формування та механізми забезпечення [43]. Особливості діяльності туристичного підприємства визначають принципи, функціональні компоненти, складові частини безпеки та впливають на вибір економічної безпеки. Система економічної безпеки підприємства туризму має містити чіткий перелік взаємопов'язаних елементів, що забезпечують безпеку підприємства у процесі досягнення його основних цілей підприємницької діяльності.

Економічна безпека туристичного підприємства – це державні корпоративні ресурси й можливості для бізнесу, за яких гарантовано найбільш ефективне їхнє застосування для стабільного функціонування та динамічного розвитку, запобігання внутрішнім та зовнішнім негативним впливам (загрозам).

На економічну безпеку підприємства впливають різні чинники, найважливішими з них є ступінь досконалості законодавчої бази, рівень оподаткування, доступ на світові ринки збуту, інвестиційна привабливість регіону, держави.

Головною метою управління економічною безпекою є безперервний процес забезпечення ефективної виробничої діяльності й раціонального використання фінансових та інших ресурсів, певного рівня діяльності персоналу і якості господарських процесів підприємства, а також стимулювання нарощування його виробничого потенціалу.

Основними **функціональними цілями** економічної безпеки є такі:

досягнення високого рівня конкурентоспроможності технічного потенціалу та забезпечення технологічної захищеності суб'єкта господарювання;

якісна правова захищеність законних прав та інтересів підприємства;
захист інформаційного поля, комерційної таємниці й досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів підприємства;

забезпечення захисту конфіденційної інформації та комерційної таємниці.

Організація економічної безпеки підприємства передбачає прогнозування та планування економічної безпеки за функціональними складовими частинами; здійснення функціонального аналізу рівня економічної безпеки; загальна оцінка досягнутого рівня економічної безпеки.

Загрози безпеці підприємства за джерелами походження можна розподілити на внутрішні та зовнішні.

Зовнішні загрози обумовлено впливом зовнішнього середовища, а саме:

політичною й економічною нестабільністю;

підвищенням споживачами вимог до якості продукції підприємства за одночасного зменшення обсягу споживання;

зміною структури ринку товарів і послуг;

зміною умов фінансування й ускладненням процесу залучення кредитних ресурсів;

розривом господарських зв'язків між підприємствами, що становлять єдиний технологічний ланцюжок;

розбалансованістю між заготівельними та переробними галузями;

низьким рівнем ресурсозбереження.

Внутрішні загрози обумовлено станом самого підприємства. Водночас внутрішні чинники можуть як посилювати, так і послаблювати дію зовнішніх загроз, і навпаки.

До внутрішніх загроз економічній безпеці підприємства слід зарахувати такі:

підвищення собівартості продукції, унаслідок неефективної організації виробничих та управлінських процесів;

значні управлінські витрати, унаслідок відсутності оптимізації систем бюджетного управління, управлінської облікової політики, фінансового планування та фінансового аналізу на підприємстві;

повільне реагування та коригування виробничих та управлінських процесів у разі зміни вимог зовнішнього середовища тощо.

Формування економічної безпеки підприємства передбачає визначення найважливіших ризиків, які розподіляють за сферами виявлення, формами інвестування та їхніми джерелами.

Ризики за сферами виявлення містять:

економічний ризик, пов'язаний зі змінами економічних чинників у ході підприємницької діяльності або реалізації інвестиційного проєкту;

соціальний ризик страйків, здійснення під тиском робітників незапланованих соціальних програм та інші аналогічні види ризиків;

політичний ризик виникнення різноманітних законодавчих обмежень підприємницької діяльності, пов'язаних зі зміною економічної політики держави;

екологічний ризик виникнення екологічних катастроф і різних стихійних лих (землетруси, лісові пожежі, повені), котрі негативно впливають на господарську діяльність підприємства.

Значною мірою рівень економічної безпеки підприємства залежить від якісного складу кадрів, їхнього професіоналізму та інтелекту.

Охорона працівників та інтелектуальної власності є, з одного боку, взаємопов'язаними, а з іншого – самостійними напрями діяльності підприємства. Виділяють кілька етапів процесу охорони цієї складової частини економічної безпеки, на першому оцінюють загрози негативних дій і можливої шкоди від таких дій. Серед основних негативних впливів на економічну безпеку підприємства можна виділити низький рівень кваліфікації працівників різних структурних підрозділів, а також їхню нездатність або небажання давати максимальну користь своєму підприємству. Це може бути зумовлено як недостатнім рівнем управління персоналом, так і браком коштів чи нераціональним їхнім витрачанням на оплату праці окремих категорій персоналу підприємства.

На другому етапі процес планування та управління персоналом, спрямований на охорону належного рівня економічної безпеки, має охоплювати організацію системи підбору, наймання, навчання й мотивації праці працівників, створення внутрішніх чинників, які спонукають виконувати роботу – матеріальні та нематеріальні стимули, престижність професії, забезпечення соціальними пільгами.

Організація економічної безпеки підприємства передбачає такі складові частини: інформаційну, техніко-технологічну, фінансову, кадрову та інтелектуальну, екологічну.

Інформаційна складова частина полягає в забезпеченні інформаційно-аналітичної діяльності. Відповідні служби виконують певні функції, які в сукупності характеризують процес створення та захисту інформаційної складової частини економічної безпеки. До таких належать: збирання й аналіз інформації, що стосується діяльності суб'єкта господарювання; прогнозування тенденцій розвитку науково-технологічних, економічних і політичних процесів; оцінювання рівня економічної безпеки підприємства та розроблення рекомендацій щодо його підвищення.

Захист інформаційного середовища підприємства зазвичай охоплює заходи, які стосуються захисту суб'єкта господарювання від промислового шпіонажу з боку конкурентів; технічний захист приміщень, транспорту, кореспонденції, переговорів, документації від несанкціонованого доступу зацікавлених юридичних і фізичних осіб до закритої інформації.

Техніко-технологічна складова частина визначає рівень застосування технологій, які відповідають сучасним світовим аналогам з оптимізації витрат ресурсів.

Фінансова складова частина має гарантувати досягнення найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів. Вона є провідною та вирішальною, оскільки за ринкових умов господарювання фінанси є "двигуном" економічної системи. Важливою передумовою охорони фінансової складової частини економічної безпеки є планування комплексу необхідних заходів та оперативна реалізація запланованих дій у процесі здійснення тим чи тим суб'єктом господарювання фінансово-економічної діяльності.

Кадрова та інтелектуальна складові частини містить два напрями діяльності. Перший орієнтовано на роботу з персоналом компанії, на підвищення ефективності роботи співробітників організації. Він охоплює роботу із планування й управління персоналом організації, запобігання загрозам негативних впливів на економічну безпеку організації через недостатню кваліфікацію співробітників організації, слабку організацію системи управління персоналом, підбору, навчання та мотивації співробітників організації. Другий спрямовано збереження й розвиток інтелектуального потенціалу організації. Останній характеризується як сукупність матеріальної та людської складових частин; перша з них містить належні підприємству права, на інтелектуальну власність або на її використання, серед яких патенти, ліцензії та інші права, які підлягають законодавчому захисту, а друга – сукупність накопичених в організації знань,

професійного досвіду, навичок і ділової репутації організації на ринках, на яких вона працює, носіями чого є її співробітники.

Екологічна складова частини містить проблему забезпечення екологічної безпеки суб'єктів господарювання, яка передбачає дотримання національних (міжнародних) норм мінімально допустимого вмісту шкідливих речовин, котрі потрапляють у навколишнє середовище, а також дотримання екологічних параметрів продукції, що виготовляють.

Алгоритм процесу охорони екологічної складової частини у процесі організації економічної безпеки містить: фізичні та моральні впливи, спрямовані проти конкретної особистості; практичні дії, спрямовані на запобігання шкоді майна, включно із загрозами зменшення активів підприємства та втратою ним фінансової незалежності; перешкоджання впливу на інформаційне середовище суб'єкта господарювання.

16.2. Оцінювання економічної безпеки туристичного підприємства

Практичні дії, що застосовують для забезпечення економічної безпеки, ґрунтуються на нормативно правовій основі діяльності підприємства, мотивації його персоналу, заходах економічного стимулювання, адміністративних методах управління та інших прийомах.

Під механізмом розуміють систему, пристрій, що визначає порядок якої-небудь дії. Механізм забезпечення економічної безпеки організації складається з кількох етапів. Розгляньмо їх більш детально.

Перший етап має на меті формування основ забезпечення економічної безпеки. Тут необхідно створити стратегію, визначити цілі, функції та методи управління підприємством, конкретизувати суб'єкт та об'єкт управління.

Другий етап містить кількісний і якісний аналіз чинників зовнішнього та внутрішнього середовища. Здійснюють ідентифікацію ризиків і загроз економічній безпеці підприємства, аналіз впливу чинників на сталий розвиток підприємства.

На *наступному етапі* здійснюють оцінювання важливих чинників і ризиків, а також їхній вплив на економічну безпеку досліджуваного підприємства. За допомогою вивчення зовнішніх і внутрішніх чинників організації виявляються основні можливості й загрози, потенціал економічної безпеки компанії.

Четвертий етап містить аналіз та оцінювання економічної безпеки за допомогою визначення конкретного набору показників.

Останній етап передбачає розроблення управлінських рішень і рекомендацій, коригування засад управління.

Така послідовність дій дозволяє розробити грамотні управлінські рішення у сфері сталого розвитку. Водночас варто зазначити, що механізм забезпечення має свої характерні риси: динамізм і постійне вдосконалення елементів механізму на основі аналізу їхньої ефективності, адаптивність і здатність до змін, відповідно до внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування організації.

Правильна структура механізму забезпечення економічної безпеки підприємства містить кілька блоків, ефективна взаємодія яких дозволяє забезпечити компанії нормальний прибуток. Так, цей механізм охоплює такі елементи:

- безперервний і всебічний моніторинг стану підприємства, із метою виявлення й усунення загроз економічній безпеці;
- визначення порогових значень виробничо-економічних показників, відхилення від яких веде до нестабільності та виникнення конфліктів;
- діяльність служб безпеки з виявлення зовнішніх і внутрішніх загроз та запобігання їм.

Механізм забезпечення економічної безпеки є найважливішим елементом функціонування компанії. Він виконує такі функції, як захисну, регулятивну, інноваційну та соціальну.

Захисна функція полягає в запобіганні внутрішнім і зовнішнім загрозам діяльності та передбачає наявність достатнього ресурсного потенціалу.

Регулятивна функція передбачає регулювання стану середовища функціонування підприємства. Водночас важливими елементами тут є умови зовнішнього та внутрішнього середовища господарювання.

Превентивну функцію спрямовано на прогнозування ситуації й запобігання виникненню критичного стану. Реалізацію цієї функції засновано на виробленні безлічі заходів економічного, технологічного, організаційного характеру. Для якісного прогнозування ризиків і загроз необхідна якісна, достатня, достовірна та своєчасна інформація. Для забезпечення інноваційної функції необхідно розроблення й подальша реалізація інноваційних рішень і заходів для подолання загроз.

Соціальна функція полягає в забезпеченні безпеки організації шляхом досягнення найбільш високого рівня й якості життя власника

та співробітників шляхом взаємного партнерства й задоволення соціальних потреб. Таким чином, успіх підприємства багато в чому залежить від швидкості та правильності реакції на загрози, що виникають, тобто від створення ефективної системи забезпечення економічної безпеки компанії.

Проблема забезпечення економічної безпеки підприємств є однією з найважливіших для функціонування будь-якої компанії. Усі організації схильні до внутрішніх і зовнішніх загроз, які необхідно своєчасно виявляти й усувати. Розроблення правильної стратегії, визначення цілей, завдань дозволяє досягти цієї мети. Водночас для аналізу стану економічної безпеки підприємства необхідно вибрати певний набір показників. Використовують фінансові індикатори, індикатори взаємин із контрагентами, індикатори виробництва, соціальні індикатори. Також ефективним є здійснення SWOT-аналізу. Ефективність роботи підприємства залежить не тільки від внутрішніх чинників, але й від зовнішніх: політичних, економічних, геополітичних, екологічних, соціальних. Вивчення їхнього комплексного впливу на функціонування тієї чи тієї організації й становить основу забезпечення економічних, геополітичних, екологічних, соціальних.

16.3. Служба безпеки туристичного підприємства

На великих і середніх підприємствах створюють автономні служби безпеки, а економічна безпека функціонування невеликих фірм може забезпечуватися фахівцями територіальних організацій за договорами. Комерційна таємниця, чистота угод, забезпечення безпеки підприємства, виробництва, продукції, захист промислової, фінансової, ділової інформації, перевірка нових співробітників, контрагентів і партнерів – це й багато іншого входить до завдань служби безпеки (СБ), яка є обов'язковим елементом будь-якого бізнесу.

Можна виділити чотири основні напрями діяльності СБ, метою яких є виявлення, припинення дій, а також попередження про них та запобігання їм, які можуть завдати шкоди комерційному підприємству. Це такі напрями: режим та охорона; аналітика; ІТ-безпека; технічна підтримка.

Якщо компанія прагне зберегти свої комерційні секрети – їй не обійтися без режиму й охорони. Для цього співробітники служби безпеки мають організувати й підтримувати пропускний режим, а також режим роботи всередині об'єкта, особисту охорону керівників і провідних співробітників (якщо потрібно), фізичний та технічний захист будівель і приміщень,

а також розробити й контролювати систему забезпечення безпеки в повсякденних та особливих умовах діяльності ввіреного їм підприємства.

На СБ можна покласти обов'язок перевірити, чи раціонально використовує робочий час той чи той співробітник компанії, чи в повному обсязі він виконує службові обов'язки. Причому весь персонал компанії попереджають про таку можливість: відповідна інформація є одним із пунктів трудового договору працівника та компанії.

Одним із прямих завдань СБ є перевірка кандидатів на заповнення вакансій. Зрозуміло, що кваліфікація та професійні навички претендента спеціалістів із СБ не цікавлять. Пильному вивченню підлягають законослухняність і добропорядність, осудність і лояльність кандидата фірмі, а також ті моральні та психологічні характеристики його особистості, які можуть виявитися в певних умовах, на конкретній посаді.

Аналітичний підрозділ СБ може здійснити моніторинг внутрішньої й зовнішньої обстановки, коли того потребує ситуація (починаючи від залучення нових контрагентів і закінчуючи напрямом розвитку бізнесу) і видати аргументовані висновки й кілька варіантів можливих дій. Аналітичний підрозділ акумулює інформацію, що стосується подій, фактів, окремих осіб. Накопичена, систематизована та проаналізована інформація допоможе керівнику в потрібний момент скласти повну й точну картину, яка буде відображати ситуацію, та ухвалити рішення, розробити ефективну стратегію дії щодо виробництва, продажу і тощо. У процесі вивчення інформації складають перелік необхідних заходів, які мають уживати щодо конкретної особи, події, розвитку виробництва тощо.

Кожен день керівнику компанії подають звіт із виробництва, у якому мають міститися дані, що стосуються виявлення, припинення негативних дій на території підприємства, та запобігання їм, а також заходи, ужиті СБ, відповідно до цих даних. Заходи з організації ІТ-безпеки гарантують контроль за збереженням в електронних мережах інформації, що становить комерційну таємницю. Інтерес, який виявляють до неї з боку рейдерів або конкурентів, необхідно вчасно зафіксувати, зареєструвавши дії програми-зламника, що намагається зламати вашу мережу. Крім того, ІТ-підрозділ СБ за допомогою своїх технічних засобів здійснює контроль за роботою персоналу, зокрема відстежує відвідування співробітниками певних сайтів у робочий час.

Ефективність роботи служби безпеки за всіма напрямками забезпечення безпеки компанії багато в чому залежить від якості технічної підтримки

(засобів охорони та системи контролю за віддаленим доступом, контролю за проникненням небажаних елементів, захисту від несанкціонованого знімання інформації). Перелік спеціальних пристроїв величезний – від замків, дверей, ґрат, сейфів, охоронної та пожежної сигналізації до таких найсучасніших технічних засобів як, наприклад, приховані засоби спостереження.

Кожна система безпеки – це унікальний продукт. Її потрібно будувати, зважаючи на бізнес-процеси конкретного підприємства. Зрозуміло, що такі процеси у фірми, яка торгує готовим продуктом, і лісопромислового концерну відрізняються за рівнем складності. Для забезпечення безпеки першої компанії співробітникам СБ досить налагодити взаємодію з місцевим відділенням МВС. Що ж стосується виробничого концерну, то там можуть знадобитися складні математичні розробки та використання найсучасніших технічних систем і засобів електроніки.

Чим складнішим є технологічний процес на підприємстві, тим більше проблем із безпекою й тим більш дорогі системи потрібні для її забезпечення. У зв'язку із цим керівники компанії мають враховувати, що вкладення в безпеку – це інвестиція, а не витрата. На жаль, багато керівників підприємств і власники бізнесу часто не розуміють, що структура безпеки, яку має бути так чи інакше побудовано, дасть їм більше дивідендів і користі, ніж збитків, і тому вважають, що робота із забезпечення безпеки їхнього бізнесу – це другорядна справа.

Однак результати роботи структурних підрозділів, пов'язаних із забезпеченням безпеки, зокрема й великого бізнесу, і досвід їхньої співпраці з організаціями, які репрезентують іноземний бізнес, однозначно свідчать про те, що витрати, пов'язані з охороною і контролем безпеки підприємства, окупаються з верхом. На основі аналізу багаторічної діяльності СБ безлічі компаній науково обґрунтовано й підраховано, скільки саме варто витрачати підприємству на потреби безпеки: 10 % від чистого прибутку фірми.

У забезпеченні безпеки мають бути однаковою мірою зацікавлені й велика компанія, і дрібне виробництво. Звичайно, у кожному випадку суму витрат на ці потреби визначають окремо: в одному для ефективного забезпечення безпеки потрібно 10 – 25 співробітників, в іншому – лише один. Багато що тут залежить від фінансових можливостей підприємства, наявності або відсутності охоронюваних секретів, ступеня залученості підприємства в конкурентну боротьбу та ін. Якщо мова йде про невеликий

бізнесі (зокрема й туристичний), то функції СБ може взяти на себе заступник керівника. Причому він може поєднувати цей обов'язок з іншими, відповідаючи зокрема й за питання, пов'язані, наприклад, із виробництвом або продажем. Штат СБ може складатися і з одного фахівця, переважно колишнього співробітника органів безпеки, який знає, як саме має бути влаштовано комплексну систему безпеки на підприємстві. Але він може вибудувати її тільки до певного рівня, тому що поодинці просто фізично не впоратися з вирішенням усіх завдань, які стоять перед службою безпеки на підприємстві, включно зі здійсненням охоронних і режимних заходів, спостереженням, аналітичною роботою тощо.

Варто зазначити, що не завжди мале підприємство має можливість розв'язати складні проблеми у сфері безпеки лише власними силами, тому є сенс (і це буває економічно виправдано) запросити професіонала, що займається розв'язанням подібних проблем, для консультацій, або взяти його на тимчасову роботу, або вдатися до аутсорсингу, довіривши функції СБ приватному детективному агентству.

Є ряд питань, які може бути вирішено на підприємстві власними силами, без утручання іззовні. До таких питань можна зарахувати організацію пасивного захисту майна підприємства, створення системи обліку та контролю за збереженням матеріальних ресурсів, здійснення постійної профілактичної роботи з персоналом у сфері захисту комерційних секретів фірми.

Слід зазначити, що сьогодні період розвитку ринкових відносин і загострення конкурентної боротьби, завдання забезпечення безпеки підприємств актуальні як ніколи. Істотно підвищилася важливість ефективної роботи СБ, розширилося коло її обов'язків і функцій. Грамотні й далекоглядні керівники підприємств розуміють значення СБ для збереження та розвитку свого бізнесу.

Ключові терміни до теми 16: економічна безпека, економічний ризик, соціальний ризик, політичний ризик, екологічний ризик, служба безпеки, інформаційна складова частина, техніко-технологічна складова частина, фінансова складова частина, кадрова складова частина, інтелектуальна складова частина, екологічна складова частина.

Рекомендована література: [4; 22; 24; 43; 45; 46; 81].

17. Економічний ризик та управління ним

17.1. Економічний ризик у туризмі

Туризм, як і будь-яка інша галузь, схильний до ризиків, що може мати катастрофічні наслідки для туристичного бізнесу. Будь-які непередбачені події зазвичай негативно впливають на туризм, що спочатку відображається на кількості туристів, а згодом призводить до економічних наслідків. Це спричиняє зменшення використання всіх послуг, починаючи від трафіка, громадського харчування та інших послуг, і призводить до різних проблем не тільки у сфері послуг, але й в економіці загалом, ураховуючи, що туризм створює велику кількість різноманітних послуг. Крім того, нижчий показник відвідуваності в районах, на які впливають різні види ризику, призводить до скорочення чисельності працівників, зменшення валютних надходжень, а також до ослаблення економіки місцевої громади. У разі серйозних заворушень це відображається на більш значному поширенні по регіонах, цілій країні та навіть деяких частинах світу. Ризик туризму можна розглядати як явище, пов'язане не лише з можливістю невдачі, утрати, а й з імовірністю успіху, що може допомогти досягти позитивного ефекту.

Термін "ризик" пов'язано з ризиком можливих утрат у різних видах діяльності (утрата матеріальних і фінансових ресурсів, утрата доходу та несподівані додаткові витрати тощо). Інакше кажучи, у будь-якій економічній системі основну причину аналізу ризиків пов'язано з визначенням небезпеки в кількісному чи вартісному обчисленні. У кількісному обчисленні туристичний ризик можна визначити як потенційний фінансовий і матеріальний збиток, унаслідок дій туристичних компаній.

Особливістю ризику є його невизначеність у процесі здійснення туристичної діяльності, це означає, що вони також можуть виникати й розвиватися, незалежно від туристичного об'єкта та користувача.

За даними Всесвітньої організації туризму, є чотири основні джерела ризиків у туризмі [87]:

1) туристичний сектор і пов'язані з ним комерційні джерела (неповага до договорів, шахрайства, недостатній рівень гігієни та санітарної охорони, пожежа, землетрус);

2) людське й інституційне середовище поза сферою туризму (соціальні конфлікти, війни, тероризм, організована злочинність, правопорушення та торгівля людьми);

3) особистий ризик – індивідуальні мандрівники (погане здоров'я, злочинність, спричинення конфлікту з місцевими жителями, відвідування небезпечних місць, утрата грошей та документів тощо);

4) фізичні ризики навколишнього середовища – природні, кліматичні, епідемії (вакцинація, відвідування небезпечних районів, небезпека під час стихійних лих та епідемій).

Різні конфлікти та ризики впливають на розвиток конкретних видів туризму нерівномірно, оскільки вони також неоднаково діють як за часом, так і територіально. Загалом на туризм впливає низка тенденцій, які іноді є досить суперечливими та діють по-різному на різних сегментах ринку. Спеціальні види туризму приймають і вирішують ризики різної інтенсивності. Туристичні заходи, насамперед, важливі для поліпшення якості туризму та водночас є джерелом доходу для місцевої громади. Кожна дестинація, яке має бажання поліпшити якість послуг, хоче створити відмітну подію, і кожен потенційний туристичний напрямок, який має видатну подію, хоче використовувати її для того, щоб стати справжнім туристичним напрямком. Спільним для всіх згаданих просторів є наявність різних подій, що відбуваються в цих районах.

У класифікації ризиків туризму часто використовують процедурний підхід, який може бути пов'язано з етапами ідентифікації туристичного продукту. Логічно було б пов'язати ідентифікацію ризиків із етапами надання туристичних послуг. На кожному етапі переважає певна група ризику. Наприклад, на етапі формування послуги переважає інфраструктурний ризик туристичної галузі, який пов'язаний із різноманітними суб'єктами – закладами постачальників туристичних послуг (рис. 17.1).

Слід зазначити, що небезпеки та ризики – це різні речі. Небезпека – це джерело потенційної шкоди (для громади чи організації), тоді як ризик визначають як шанс того, що щось станеться, що буде мати вплив на цілі. Можливо, є високий рівень ризику, який вплине на небезпеку (наприклад, на громаду) або низький рівень ризику (тобто шанс) виникнення небезпеки. Небезпеки також називають *джерелами ризику*.

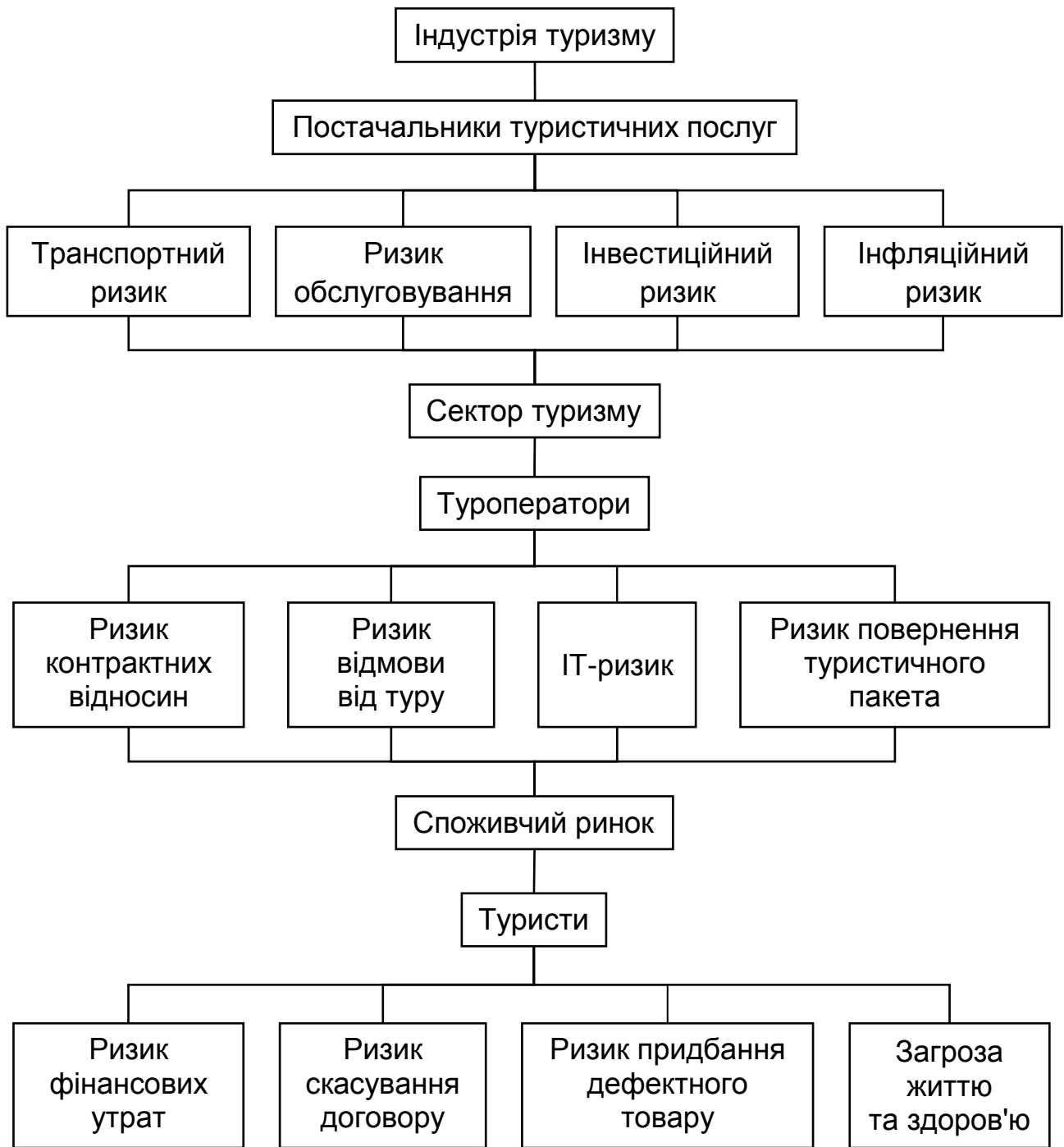


Рис. 17.1. **Ідентифікація ризику на етапах організації туристичних послуг**

Катастрофи та кризи з різних небезпек містять:
природні небезпеки, циклон, штормовий сплеск, повені, цунамі, землетрус, сель, лавина, виверження вулкана;
неспроможність технічних систем, що стосуються промислових об'єктів, транспорту, інфраструктури;

біологічні небезпеки, що поширюють захворювання серед людей чи тварин, шкідників, зараження;

громадянські/політичні небезпеки, такі як тероризм, саботаж, громадянські заворушення, ситуації із заручниками.

Небезпеки, які впливають на розвиток туризму, можуть бути різними. Це, насамперед, такі: стихійні лиха та катастрофи, тероризм, війни, економічні кризи, епідемії. Ці події можуть мати різний вплив на туризм, різну тривалість, вияв та нерівномірність у просторі. Можна говорити про коротко- чи довготривалі наслідки, індивідуальний вплив, вплив на групи населення чи навіть на все суспільство, про впливи, які відображаються лише на місцевій громаді, цілому регіоні, країні чи континенті.

Однак небезпеки самі по собі не лиха. Кожна небезпека може вплинути на спільноту та призвести до втрати чи шкоди для громади або навколишнього середовища. Навіть небезпечний вплив не обов'язково призведе до катастрофи. Якби, наприклад, землетрус стався у віддаленій і незаселеній місцевості та не завдав шкоди людям, майну чи спорудам, це не було б лихом.

Усесвітня організація туризму визначає такі *джерела ризиків* для безпеки відвідувачів, громад, що приймають, і працівників туризму:

1. Людське та інституційне середовище.

Ці ризики наявні, коли відвідувачі стають жертвою, унаслідок:

поширених правопорушень (крадіжки, напади, грабежі, шахрайство, обман);

неперебірливого та цілеспрямованого насильства (наприклад, зґвалтування) і цькування;

організованої злочинності (вимагання, торгівля рабами, примус);

тероризму та протиправного втручання (напади на державні інститути й життєво важливі інтереси держави), викрадення та захоплення заручників;

війн, соціальних конфліктів і політичних та релігійних заворушень; відсутності державних та інституційних служб захисту.

2. Туризм та суміжні сектори.

Туризм і такі галузі, пов'язані з туризмом, як транспорт, спорт та роздрібна торгівля, можуть загрожувати особистій безпеці відвідувачів, фізичній цілісності й економічним інтересам через:

низькі стандарти безпеки в туристичних закладах (пожежа, помилки на будівництві, відсутність протисейсмічного захисту);

неякісна санітарія та неповага до екологічної стійкості;

відсутність захисту в місцях туризму від незаконного втручання, злочину та правопорушень;
шахрайство в комерційних операціях;
недотримання договорів;
виробничі спори персоналу.

3. Індивідуальні мандрівники.

Мандрівники чи відвідувачі можуть поставити під загрозу свою власну безпеку, а також:

займатися небезпечними видами спорту та дозвілля, небезпечним керуванням і вживанням небезпечної їжі та напоїв;

подорожуючи в разі поганого самопочуття, що погіршується під час поїздки;

спричиняти конфлікти та вступати в суперечки з місцевими жителями через неадекватну поведінку щодо місцевих громад чи порушення законів;

здійснювати незаконну чи злочинну діяльність (наприклад, торгівлю наркотиками);

відвідувати небезпечні райони;

утратити особисті речі, документи, гроші тощо через необережність.

4. Фізичні та екологічні ризики.

Фізичні й екологічні ушкодження можуть виникнути, якщо мандрівники:
не знають про природні особливості пункту призначення, зокрема про його флору та фауну;

не здійснили належну медичну підготовку до поїздки (щеплення, профілактику);

не дотримувалися необхідних запобіжних заходів під час уживання їжі чи напоїв або особистої гігієни;

піддаються небезпечним ситуаціям, що виникають у фізичному середовищі.

Фізичні й екологічні ризики також є значною мірою особистими ризиками: можуть бути результатом незнання мандрівника або його зневагою до потенційних ризиків. Насправді, закордонні відвідувачі найшвидше дістануть травм у незнайомих умовах та під час участі в незнайомих заходах.

Індустрія туризму не бере на себе відповідальність за розроблення або реалізацію планів та механізмів боротьби з катастрофами: за них відповідають органи громадських організацій із ліквідації наслідків катастроф.

Там, де це можливо, туристична галузь має брати участь у заходах планування й управління катастрофами через відповідні місцеві, регіональні чи національні комітети. Така участь дозволяє туризму звернути на себе увагу органів із ліквідації наслідків катастроф та сприяє необхідності у вживанні відповідних заходів для захисту відвідувачів.

Таким чином, туристичні оператори та пункти призначення можуть виявляти активність і потенційно зменшувати наслідки катастроф для своєї галузі. Важливо, що у процесі планування може бути враховано особливі потреби туризму, включно з відвідувачами та ринками відвідувачів.

17.2. Управління ризиком у туризмі

Управління ризиками в контексті туризму стосується планування та впровадження процесів, спрямованих на управління несприятливими наслідками криз і катастроф.

Є дві основні ролі туризму в управлінні ризиками: перша з них це партнер з урядовими та громадськими установами в розробленні мультиагентських, погоджених планів управління катастрофами, систем, процедур та процесів, що містять потреби туризму; друга – розробити плани та процедури, відповідні місцям призначення й конкретним ролям та обов'язкам організації, підготувати персонал до цих планів, а також регулярно здійснювати випробування планів, процедур і персоналу з подальшими поправками й оновленнями (табл. 17.1).

Таблиця 17.1

Структура управління кризовими ситуаціями в туризмі

№ з/п	Етапи	Основні стратегії та дії	Ключові етапи
1	2	3	4
1	Попередній захід	Планування надзвичайних ситуацій	Профілактика, заснована на відомій інформації
2	Попереджувальний (настання кризової ситуації)	Розроблення плану дій у надзвичайних ситуаціях	Реакція
3	Надзвичайна ситуація	Захисні дії під час кризи	Реакція
4	Проміжний	Вирішення короткострокових потреб, чітка комунікаційна стратегія	Реакція

1	2	3	4
5	Відновлення	Відновлення інфраструктури, об'єктів та туристичних визначних пам'яток, скоординована маркетингова реакція	Стимулювання відновлення в середньо- та довгостроковій перспективі
6	Рішення	Огляд дій, ужитих для подальших планів дій у надзвичайних ситуаціях	Профілактика, заснована на новому навчанні

Ефективне управління ризиками може запобігти перетворенню проблеми на кризу. Погане розуміння та управління ризиками може призвести до кризової ситуації. Управління ризиками містить оцінку ймовірності негативних подій, які можуть призвести до того, що туристичний сектор не може нормально функціонувати.

Є шість основних *функцій управління ризиками*:

1. Визначення ризиків чи небезпек, перш ніж вони стануть реальністю.
2. Аналіз – оцінювання ймовірності, часових меж та потенційних наслідків кожного ризику.
3. Планування – формулювання плану дій у надзвичайних ситуаціях для зменшення потенційного впливу кожного ризику.
4. Відстеження – моніторинг імовірної ефективності цих планів, перегляд зміни.
5. Контроль – перегляд планів, згідно з даними зі стадії моніторингу.
6. Комунікації – забезпечення взаємодії зацікавлених сторін та підтримання моніторингу змін у середовищі ризику.

Слід зазначити, що тривалість криз може значно відрізнятись. Деякі можуть бути швидкими й несподіваними, наприклад, під час землетрусу, тоді як інші можуть наростати набагато повільніше. В обох випадках наслідки можуть бути стійкими: у разі стихійних лих ліквідація наслідків може зайняти багато років, щоб відновити інфраструктуру, тоді як у разі політичних і суспільних потрясінь фізична інфраструктура може бути непошкодженою, але відновлення "м'якої" інфраструктури установ і ділових мережі може забрати багато часу.

Хоча багато криз є несподіваними (особливо стихійні лиха), уряди та підприємства можуть захистити себе від найгірших наслідків, створивши

багаторепрезентативний орган для оцінювання потенційних ризиків і встановлення політики та процедур для подолання будь-яких наслідків кризи. На цьому етапі необхідно підготувати план реагування на кризу як у формі письмових процедур, так і шляхом підготовки ключового персоналу.

У разі виникнення кризової події ключовими чинниками на ранніх етапах є швидке та погоджене реагування туристичних органів управління й операторів, особливо щодо оцінювання тяжкості кризи та забезпечення безпеки туристів і мешканців із подальшими діями щодо мінімізувати середньо- й довгострокові наслідки та сприяти виходу із ситуації.

Навіть коли негайна криза закінчиться, ринок може залишатися скептичним щодо безпеки місця призначення / об'єкта, тому позитивні дії потрібно підтримувати протягом певного періоду шляхом довгострокового оновлення інфраструктури та заспокійливого маркетингу.

Управління ризиками для туризму має бути орієнтовано на:

безпеку відвідувачів і працівників;

безпечні системи для зв'язку з усіма людьми в межах об'єкта та пункту призначення;

захищеність будівель, споруд та обладнання від наслідків катастрофи;

залучення підготовленого персоналу для зв'язку з органами з ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій під час операцій із реагування та відновлення;

забезпечення ресурсами для підтримання операцій реагування та відновлення;

процедури повернення до звичайної підприємницької діяльності після припинення аварійних операцій.

Туризм глибоко чутливий до всіх негативних явищ як у природному середовищі, так і соціальних подіях. Тому в розвитку туризму в пункті призначення надзвичайно важливо переглянути всі слабкі сторони, які виникають у сфері безпеки. Перелічімо лише деякі з них, які можуть слугувати недоброзичливим відвідувачам:

недостатньо розвинена мережева безпека в пункті призначення;

недостатня підготовка місцевого населення;

бажання надходження іноземної валюти без належного контролю за ним (відмивання грошей);

неадекватна участь місцевого населення в розвитку туризму;

різниця між економічним розвитком місцевої громади та країнами туристичного попиту;

розвиток незаконних форм туризму (браконьєрство, секс-туризм тощо);
неадекватна поведінка туристів (що суперечить звичаям та релігії місцевої громади);

проникнення терористів у місцеву економіку;

неможливість контролю за масовими туристськими потоками та сезонною роботою в туристичному напрямку;

туризм як прикриття для терористичних операцій.

Оснoву для розвитку туризму становлять не лише природні та культурні ресурси, а насамперед безпека. Щоб створити безпечний туристичний напрямок, необхідно забезпечити безпеку:

усіх туристів і відвідувачів;

працівників у туризмі та інших сферах;

простору;

екологічну безпеку;

економічну безпеку;

створення позитивного іміджу у сфері безпеки.

Це означає, що кожна країна, яка хоче в майбутньому опинитися на карті світового туризму, має знати та вміти реалізовувати основи безпеки в кожному туристичному напрямку, а також у країні загалом.

Налагодження управління ризиками в туризмі має враховувати таке:

1. Працівники туристичної галузі та місцева поліція мають захищати туристів від нападів місцевих жителів (злочинців) та інших недоброзичливих відвідувачів (із злочинними намірами).

2. Туристів також можуть обдурити недобросовісні працівники туризму або продавці в місцевих магазинах.

3. Туристи можуть зазнавати впливу стихійних лих (ураганів), катастроф (землетрусів, вулканів, цунамі тощо) і захворювань (ГРВІ, пташиного грипу, малярії, дизентерії, тропічної лихоманки тощо).

4. Під час розвитку туризму слід враховувати захист працівників туристичної галузі. Потрібно враховувати, що туризм є дуже вимогливим та інтенсивним видом діяльності, який призводить до втоми та втрати ентузіазму на роботі. Це несприятливо як для працівників, так і для туристів.

5. Туризм також пропонує різноманітні виклики для працівників, яким може протистояти лише добре навчений та зосереджений персонал.

6. Простір туристичного напрямку надзвичайно вразливий. Це означає, що його захист потребує виняткового розуміння простору та можливих спустошень, спричинених туризмом чи іншою діяльністю.

7. Охорона навколишнього природного середовища є особливою частиною охорони туризму. Необхідно враховувати не лише екологічну, але й охорону культурної спадщини.

8. Захист культури та культурних надбань є особливою проблемою, яка виникає в туристичних напрямках. Крім того, може трапитися також спустошення пам'яток культури й історії, археологічних пам'яток, готельно-ресторанного господарства та інфраструктури.

9. Економічний захист від злочинності надзвичайно важливий у туристичних напрямках. Особливою проблемою є створення "офшорних" компаній і відмивання грошей, що впливає на місцеву економіку та створює спотворене розуміння місцевого населення.

10. Збереження позитивного іміджу туристичного місця є обов'язковим. Десятиліття було потрібно для створення туристичного образу країни і лише один випадок, щоб повністю його знищити.

Спостерігаючи за готовністю та можливостями розмістити туристів, організовувати заходи й реагувати на небажані ситуації, виправлення та прийняття непередбачених подій, а також швидкість відновлення після них, напевно, що до цих пір багато напрямків не змогли або не усвідомили розмір і значення різних видів ризиків для розвитку туризму.

Туризм багато в чому залежить від збереження довкілля та культурної, соціальної й історичної спадщини. Цей сектор також піддається іншому типу вразливості, пов'язаної з мінливістю попиту. Новини про реальну чи потенційну катастрофу можуть спричинити негайне скасування бронювання іноземними туристами та суттєве зменшення чисельності туристів і туристських доходів.

Одним із принципово важливих інструментів боротьби з ризиком є **страхування**. Перш ніж почати організовувати громадські зустрічі або приймати велику чисельність гостей, необхідно перевірити адекватність страхування у страховій компанії.

Незалежно від того, наскільки ефективними є процеси управління туристичними ризиками, кризи та катастрофи все ще будуть впливати на пункти призначення та туристичні об'єкти в них.

Індустрія туризму має використовувати процес управління ризиками для виявлення, аналізу, оцінювання, моніторингу та перегляду ризиків

для бізнесу, організацій і цілей призначення загалом. У контексті боротьби з катастрофами туристичні оператори та представники галузі мають зробити важливий внесок у процес управління ризиками стихійних лих та сприяти розробленню та впровадженню пов'язаних планів і систем управління катастрофами, а також режимів навчання та тестування.

Загалом, національні уряди відповідають за розроблення, координацію й реалізацію політики, що стосується управління ризиками та катастрофами.

Будучи важливою світовою галуззю, туризм є вагомим внеском в економіку більшості країн, але він відіграє ключову економічну роль у країнах, що розвиваються, де він може забезпечити першоджерело іноземної валюти та бути головним рушієм економічного розвитку. Як найбільший у світі неурядовий економічний сектор туризм особливо вразливий до впливу катастроф.

Туристична індустрія має звернути увагу національних урядів на законодавче, регульовальне та соціальне середовище, у якому працює туризм, можливі загрози його тривалої діяльності від фактичних чи загрозованих катастроф і подальші наслідки для національної економіки будь-якого спаду в туристичній діяльності.

Ключові терміни до теми 17: ризик у туризмі, небезпека в туризмі, економічний ризик, управління ризиком у туризмі, кризові ситуації в туризмі, страхування.

Рекомендована література: [4; 10; 11; 17; 22; 24; 33; 46; 61; 64; 86].

18. Мотивація та оплата праці

18.1. Поняття, класифікація та структура персоналу підприємства

Персонал будь-якої компанії є одним із найважливіших чинників її успіху. Особливо це стосується постачальників послуг туристичної індустрії.

Трудові ресурси – це частина працездатного населення, що має необхідний фізичний розвиток, необхідні знання та практичний досвід для роботи у сфері туризму. Робоча сила охоплює як зайнятих, так

і потенційних співробітників. Слід розрізняти трудові ресурси реальні (працівники, зайняті в туристичній індустрії) та потенційні (ті, що колись може бути залучено до роботи в туристичній сфері).

Персонал підприємства – це сукупність працівників, уміщених у його фонд оплати праці.

Оскільки робота туристичних підприємств є сезонною й деякі туристичні фірми виконують функції поза основною діяльністю, не пов'язані з їхнім головним призначенням, усіх працівників розподіляють на дві групи: *персонал основної діяльності* та *персонал неосновної діяльності*.

Персонал туристичного підприємства може бути класифіковано за спеціальностями, рівнем кваліфікації та професіями працівників тощо. Туристична галузь, як будь-яка інша, має професії та спеціальності властиві лише їй, наприклад, екскурсоводи, перекладачі, гіді та ін. Але водночас у сфері туризму близько половини персоналу працює за загальними професіями та спеціальностями – це економісти, бухгалтери, механіки, водії тощо.

Рівень кваліфікації керівників, спеціалістів і службовців характеризують, відповідно до рівня освіти, досвіду роботи на певній посаді. Вирізняють спеціалістів найвищої кваліфікації (працівників, що мають наукові ступені та звання), спеціалістів вищої кваліфікації (працівників із вищою спеціальною освітою та значним практичним досвідом), спеціалістів середньої кваліфікації (працівників із середньою спеціальною освітою й певним практичним досвідом), спеціалістів-практиків (працівників, що займають відповідні посади, але не мають спеціальної освіти).

Склад персоналу будь-якої організації неоднорідний, бо люди різняться за природними й набутим ознаками. Групи працівників, які виділяють на їхній основі, утворюють *структуру персоналу організації*.

Отже, на відміну від промислового підприємства, де 18 % становлять керівники, спеціалісти та службовці, а 82 % – робітники; у структурі туристичного підприємства – 60 % – це керівники, спеціалісти, службовці, а 40 % – робітники.

Відповідно до рівня в загальній системі управління туристичних організацій, працівників розподіляють на п'ять категорій: керівники, фахівці, службовці, робітники, молодший обслуговчий персонал.

Керівники – це працівники, що обіймають посади керівників підприємства та його структурних підрозділів, а також заступників на таких посадах, як: директор, начальник, завідувач, головний фахівець (головний

бухгалтер, головний інженер та ін.). Працівники, які належать до цієї категорії, зазвичай, мають вищу спеціальну освіту та певний стаж роботи у сфері туризму. До їхньої компетенції належить організація виробництва туристичних продуктів і послуг, ухвалення управлінських рішень, вирішення складних виробничих завдань, управління конфліктами.

Фахівці – до цієї категорії належать працівники, які мають вищу або спеціальну освіту, володіють спеціальними знаннями та навичками й обіймають такі посади, як: бухгалтер, економіст, технік, юрист та ін.

Службовці – працівники цієї категорії, зазвичай, мають середню технічну освіту або свідоцтво про закінчення спеціальних курсів. До їхньої компетенції належить здійснення підготовки й оформлення документів, облік і контроль, господарське обслуговування й діловодство (касири, діловоди, секретарі, експедитори та ін.).

Робітники – це працівники, безпосередньо зайняті виробництвом туристичних продуктів і послуг. У туристичній індустрії до них можна зарахувати менеджерів із розроблення турів, у готелях – покоївок, у ресторанах – офіціантів.

Молодший обслуговчий персонал – це особи, що обіймають посади з догляду за службовими приміщеннями (двірник, прибиральниця та ін.), а також з обслуговування робітників і службовців (кур'єр, розсильний та ін.).

Структурну характеристику персоналу визначено рівнем механізації, обсягами виробництва, трудомісткістю туристичних продуктів і послуг, а також галузевою належністю суб'єкта туризму. Кадрова структура різних туристичних організацій має як подібні, так і відмінні ознаки. Наприклад, частка керівників у готелі становить 23 – 25 %, тоді як у ресторані й турфірмі цей показник є значно нижчим (2 – 7 %). Для всіх туристичних організацій характерно переважання робітників у загальній чисельності працівників (понад 50 %), що відповідає принципу оптимальності організації виробництва.

Кадровий стан підприємств турбізнесу характеризується рядом абсолютних і відносних показників, співвідношення яких разом із переліченими характеристиками дає уявлення про чисельний, якісний та структурний стан персоналу в певний момент часу. Проте ці показники є непостійними, вони безперервно змінюються.

Головними серед них є такі [4]:

облікова та явочна чисельність працівників;

середньооблікова чисельність працівників за визначений період часу;
структура кадрів;
темпи збільшення або скорочення кадрів;
плинність і вибуття кадрів;
коефіцієнт поповнення (приймання) кадрів;
продуктивність праці;
частка керівників і фахівців, які мають вищу або середню фахову освіту, у загальній чисельності працівників цих категорій;
середній стаж роботи на підприємстві, що характеризує стабільність персоналу тощо.

Насамперед слід розрізняти облікову та явочну чисельність працівників підприємства.

До *облікової чисельності штатних працівників* належать усі постійні та тимчасові працівники, які уклали письмовий трудовий договір (контракт) і виконують постійну, тимчасову або сезонну роботу один день і більше, а також власники підприємства, якщо, крім доходу на вкладений капітал, вони отримують заробітну плату на цьому підприємстві.

Облікову чисельність штатних працівників визначають на певну дату, наприклад, на перше або останнє число місяця, з урахуванням прийнятих і вибулих працівників у цей день.

До *облікової чисельності* штатних працівників не належать ті особи, які були прийняті на роботу за сумісництвом, а також ті, які були направлені на навчання з відривом від виробництва, що отримують тільки стипендію.

Явочна чисельність – це та чисельність працівників, що перебуває на робочих місцях, відповідно до режиму роботи підприємства. Різниця між обліковою та явочною чисельністю становить ту чисельність працівників, які з різних (поважних і неповажних) причин не з'явилися на роботу (відпустки, хвороба, відрядження, прогули тощо). Середню чисельність працівників будь-якого підприємства за певний період визначають як суму:

- середньооблікової чисельності штатних працівників;
- середньої чисельності позаштатних сумісників;
- середньої чисельності працівників за громадянським договором.

Середньооблікова чисельність штатних працівників – це середня чисельність працівників за певний період часу. Визначають шляхом зіставлення щоденних відомостей про облікову чисельність цих працівників,

яка має збігатися з даними табельного обліку використання робочого часу за кожний день, на основі яких визначають чисельність осіб, що з'явилися та не з'явилися на роботу.

До середньооблікової штатної чисельності не вносять працівників, які перебувають у відпустках, у зв'язку з вагітністю, пологами, доглядом за дітьми до досягнення встановленого законом віку.

Залежність між обліковою та явочною кількістю можна визначити за такою формулою:

$$Ч_{об.} = Ч_{я} \times K_{яо}, \quad (18.1)$$

де $Ч_{об.}$ – облікова чисельність;

$Ч_{я}$ – явочна чисельність;

$K_{яо}$ – коефіцієнт переведення явочної чисельності в облікову.

Свою чергою, коефіцієнт переведення явочної чисельності в облікову розраховують як:

$$K_{яо} = \frac{100}{100 - \beta}$$

або

$$K_{яо} = \frac{\Phi_{н}}{\Phi_{я}} = \frac{Д_{р}}{Д_{р} - Д_{н}}, \quad (18.2)$$

де $\Phi_{н}$, $\Phi_{я}$ – відповідно, номінальний та явочний фонди робочого часу одного середньооблікового працівника за балансом робочого часу;

β – відсоток цілодобових утрат робочого часу;

$Д_{р}$, $Д_{н}$ – відповідно, дні робочі та дні невиходів на роботу з певних причин.

Стабільність персоналу визначено коефіцієнтом стабільності, його розраховують за такою формулою:

$$K_c = \frac{Ч_{пр.}}{Ч_{сер.}}, \quad (18.3)$$

де $Ч_{пр.}$ – чисельність працівників, що працювали протягом усього звітного року;

$Ч_{сер.}$ – середньооблікова чисельність штатних працівників за звітний рік.

Зміну чисельності персоналу підприємства характеризують показниками її обороту:

1. *Коефіцієнт загального обороту:*

$$K_{zo} = \frac{Ч_{п} + Ч_{зв.}}{Ч_{сер.}} \times 100 \%, \quad (18.4)$$

де $Ч_{п}$ – чисельність прийнятих за певний період часу працівників;

$Ч_{зв.}$ – чисельність звільнених за певний період часу працівників.

2. *Коефіцієнт приймання кадрів:*

$$K_{п} = \frac{Ч_{п}}{Ч_{сер.}} \times 100 \%. \quad (18.5)$$

3. *Коефіцієнт звільнення:*

$$K_{зв.} = \frac{Ч_{зв.}}{Ч_{сер.}} \times 100 \%. \quad (18.6)$$

4. *Коефіцієнт плинності кадрів:*

$$K_{пл.} = \frac{Ч_{зв.пр.}}{Ч_{сер.}} \times 100 \%, \quad (18.7)$$

де $Ч_{зв.пр.}$ – чисельність звільнених працівників за прогули, за порушення трудової дисципліни та за власним бажанням (крім поважних причин).

5. *Коефіцієнт відновлення кадрів:*

$$K_{в} = \frac{Ч_{п}}{Ч_{зв.}} \times 100 \%. \quad (18.8)$$

Утрати в чисельності працівників від плинності кадрів розраховують за такою формулою:

$$\Delta Ч = \frac{K_{пл.} \times Ч_{сер.} \times Д}{\Phi_{я} \times 100 \%}, \quad (18.9)$$

де $Д$ – перерва в роботі у днях за кожного переходу працівника з одного підприємства на інше (у середньому беруть на рівні 20 днів);

$\Phi_{я}$ – явочний фонд робочого часу одного працівника за балансом, дні.

Крім цих показників, чисельну характеристику персоналу підприємства визначено фондом робочого часу, який обчислюють у людино-днях або людино-годинах за такою формулою:

$$\Phi_{\text{ч}} = \text{Ч}_{\text{сер.}} \times t, \quad (18.10)$$

де t – робочий час у днях або годинах одного працівника за відповідний період.

18.2. Планування чисельності працівників

Планування чисельності персоналу залежить від специфіки діяльності підприємств і чинників впливу зовнішнього середовища (кон'юнктури ринку, сезонності попиту, державних програм, юридичних аспектів регулювання трудових відносин тощо).

Загальними етапами планування кадрів підприємства будь-якої сфери діяльності є такі [4]:

- 1) оцінювання поточної чисельності працівників на початок планового періоду;
- 2) розрахунок потреби у працівниках для виконання планового обсягу робіт;
- 3) обґрунтування (прогнозування) вибуття працівників у плановому періоді;
- 4) розрахунок поповнення працівників, необхідного для забезпечення планових обсягів діяльності.

Очікувану чисельність працівників на початок планового періоду визначають, зважаючи на наявну чисельність на момент аналізу, з урахуванням можливих змін до початку планового періоду.

Наступним етапом планування кадрів є визначення якісного й чисельного складу персоналу.

Якісний склад персоналу визначено потребою в категоріях, професіях, спеціальностях різного рівня кваліфікації. З урахуванням якісних характеристик чисельність персоналу планують на основі таких передумов:

штатного розкладу підприємства, де наведено перелік посад; вимог до посад і робочих місць, закріплених посадовими інструкціями або характеристиками робочих місць;

документації, яка регламентує процеси діяльності з виділенням вимог до професійно-кваліфікаційного складу виконавців.

Розрахунки потреби в кадрах за професіями та спеціальностями передбачають визначення чисельності персоналу за кожним критерієм якості. Метод такого планування називають *нормативним*. Розрахунки роблять окремо по кожній категорії працівників за видом діяльності. Загальну потребу в персоналі визначають підсумовуванням чисельної потреби в кожній категорії працівників.

У сфері обслуговування туристів чисельність основних працівників (обслуговчого персоналу) визначають на основі розроблених кожним підприємством своїх нормативів. Установлені нормативи використовують під час розрахунку явочної чисельності працівників, що забезпечує безперервність роботи підприємства. Для кожної групи обслуговчого персоналу, наприклад у готелях, встановлено зону (норму) обслуговування.

За наявності таких норм явочну чисельність працівників ($Ч_{\text{яв.}}$) за одностійної роботи розраховують за такою формулою:

$$Ч_{\text{яв.}} = \frac{K_{\text{м}}}{H_{\text{о}}}, \quad (18.11)$$

де $K_{\text{м}}$ – кількість обслуговуваних місць підприємства;

$H_{\text{о}}$ – норма обслуговування місць одним працівником.

За незмінного режиму роботи підприємства явочну чисельність працівників, які обслуговують робочі місця, можна розраховувати за даними одного тижня:

$$Ч_{\text{я}} = \frac{K_{\text{рм}} \times n \times t \times Д}{T}, \quad (18.12)$$

де $K_{\text{рм}}$ – кількість робочих місць на підприємстві;

n – чисельність робочих змін;

t – тривалість робочих змін, год;

$Д$ – кількість робочих днів за тиждень;

T – тривалість робочого тижня одного явочного працівника, год.

Після розрахунків чисельності основних працівників на плановий період визначають середньооблікову чисельність адміністративно-управлінського персоналу. Під час планування чисельності цього персоналу використовують метод прямих розрахунків. Найчастіше враховують доцільність кожного працівника апарату управління, рідше застосовують

коефіцієнти співвідношення чисельності адміністративно-управлінського персоналу до чисельності основних працівників.

Під час планування чисельності фахівців ($Ч_{\text{фах.}}$) застосовують нормативні коефіцієнти насичення кадрів фахівцями. Потребу у фахівцях розраховують за такою формулою:

$$Ч_{\text{фах.}} = Ч_{\text{сер.}} \times K_n, \quad (18.13)$$

де K_n – нормативний коефіцієнт насичення персоналу фахівцями.

Для розрахунку чисельності працівників підприємства, а також фонду оплати праці розраховують ефективний фонд робочого часу у плановому періоді. Цей показник визначають під час розрахунку балансу робочого часу. Слід зазначити, що ефективний фонд робочого часу одного працівника за рік ($\Phi_{\text{еф.}}$) можна розрахувати не тільки за допомогою балансу робочого часу, а й за такою формулою:

$$\Phi_{\text{еф.}} = (D_p - D_n) \times (t - \alpha), \quad (18.14)$$

де α – утрати робочого часу за зміну.

18.3. Мотивація праці та організація заробітної плати

Мотивація – це процес стимулювання людей, спрямований на створення середовища для задоволення потреб особи (осіб), здійснення на них впливу та заохочення до діяльності задля досягнення цілей підприємства.

Процес мотивації персоналу можна розподілити на чотири основні етапи:

- 1) виникнення потреби (безпека, бажання здобути освіту та ін.);
- 2) пошук і розроблення стратегії та шляхів задоволення потреб (купити продукти в магазині, сходити пообідати в ресторані, вступити до ЗВО та ін.);
- 3) визначення тактики діяльності та поетапне здійснення дій (знайти кошти, визначити шляхи дії, аналіз альтернативи, вибір правильного рішення тощо);
- 4) задоволення потреби та здобуття матеріальної або духовної винагороди.

Способи поліпшення мотивації праці об'єднують у п'ять відносно самостійних напрямів:

- матеріального стимулювання;
- поліпшення якості робочої сили;
- удосконалення організації праці;
- залучення персоналу у процес управління;
- грошового стимулювання.

Матеріальне стимулювання є одним із найважливіших критеріїв роботи співробітників турпідприємств, відсутність добре відпрацьованої системи матеріального стимулювання має різко негативний ефект. Звісно ж, що систему матеріального стимулювання має бути побудовано на принципах погодинної оплати праці, а саме:

- погодинної оплати праці, незалежно від завантаження;
- виплати преміальних за переробіток понад установлений строк;
- системи преміювання та депреміювання.

Погодинна оплата дозволить скоротити витрати та стимулювати зайнятість персоналу, залежно від завантаження. По буднях, зазвичай, кількість клієнтів є меншою, ніж у вихідні, відповідно, необхідності в усьому персоналі немає. Це дозволить розвантажити персонал і заощадити на зарплаті. Працівники сфери обслуговування, зазвичай, мають ненормований графік, і переробіток має бути відповідно оплачено.

Система преміювання та депреміювання має функціонувати однакою мірою, тобто система штрафів і заохочень повинна мати тенденцію до збільшення, відповідно до основних принципів менеджменту. Отже, премії мають збільшувати через однакові проміжки часу або однакове виконання обсягу робіт, так само як і штрафи (запізнення, недотримання норм, статуту тощо).

Основним напрямом поліпшення якості робочої сили є дії керівництва щодо підбору та відбору персоналу. З огляду на плинність кадрів, нерідкісні випадки, коли просто новий працівник обіймає вакантну посаду без належної процедури відбору. Необхідно вдосконалити цю систему шляхом багаторівневої співбесіди. Другим важливим аспектом є система навчання персоналу, оскільки найчастіше практично відсутня система перепідготовки кадрів, а всі навчання доступні тільки для старшого персоналу, необхідно використовувати систему внутрішніх тренінгів у відділах, а в ідеалі – використовувати партнерські відносини з постачальниками продукції для спільного навчання персоналу.

Стимули тривалої дії охоплюють не тільки період трудової активності людини, а й усе життя. Вони формують стійкий інтерес до якісної й ефективної роботи протягом тривалого часу. До них належать такі: надбавки до пенсії, право успадковувати дивіденди на акції найближчими родичами, премії за попередню діяльність, що залежать від трудового внеску працівника, стимули соціального характеру, наприклад, надання житла, матеріальна допомога тощо.

До **стимулів короткочасної дії** зараховують разові премії, надання безкоштовної туристської путівки, акордні виплати за виконання конкретного виду робіт.

Як уже зазначили раніше, грошове (матеріальне) стимулювання хоча і є основним критерієм ефективної роботи співробітника, однак не буває довготривалим. Тому на кожному підприємстві сфери туризму має бути розроблено та введено в дію систему негрошового стимулювання.

Сутність цієї системи проста: рано чи пізно будь-який співробітник перестає діставати задоволення від грошової оплати праці, і тоді робота стає рутиною. Тому необхідні методи надійного стимулювання. Отримання подарунків, призів, грамот, кубків тощо може стимулювати співробітника дужче, ніж грошова премія.

З урахуванням особливості та специфіки туристичних організацій, а також потреб пропонують увести такі способи негрошового стимулювання персоналу:

- розіграш цінних призів;
- оплачуваний вихідний;
- змагання між відділами та всередині них;
- корпоративні заходи;
- систему перехідного кубка між відділами;
- оплачувану програму навчання за вибором співробітника тощо.

Заробітна плата – це винагорода, розрахована, зазвичай, у грошовому обчисленні, яку власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану роботу. Економічну роль заробітної плати визначено її функціями, до яких належать функція відтворення робочої сили та функція стимулювання праці. Сутність *відтворювальної функції* полягає в тому, що оплата праці має забезпечити нормальне відтворення робочої сили відповідної кваліфікації, а *стимулятивної* – у мотивації кожного працівника до найбільш ефективних дій на своєму робочому місці.

Загальний заробіток працівника складається з основної й додаткової заробітної плати та інших виплат.

Основна заробітна плата є винагородою за виконану роботу, відповідно до норм праці, тарифних ставок і посадових окладів.

Додаткова заробітна плата – це винагорода за роботу понад установлені норми (завдання), за трудові успіхи, стаж роботи та кінцеві результати діяльності.

До інших виплат належать винагорода за підсумками річної роботи, матеріальна допомога, одноразові заохочення, оплата вимушених простоїв.

Основою організації оплати праці в туристичній сфері, як і в інших сферах діяльності, є **тарифна система**, що містить тарифні сітки, схеми посадових окладів, тарифно-кваліфікаційні довідники та характеристики.

Тарифна сітка – це сукупність тарифних розрядів і відповідних тарифних коефіцієнтів, які передбачають співвідношення в оплаті працівників різної кваліфікації. Зарахування виконаних робіт до певних тарифних розрядів здійснює власник підприємства або уповноважений ним орган, відповідно до *тарифно-кваліфікаційного довідника*, за погодження із профспілковим або іншим представником трудового колективу.

Тарифно-кваліфікаційну характеристику використовують для розподілу робіт і працівників за розрядами тарифної сітки, вона слугує основою для формування та диференціації заробітної плати.

На тарифній системі ґрунтуються дві форми оплати праці у сфері туризму: погодинна та відрядна. Кожна з них передбачає низку систем, які застосовують за різних організаційно-технічних умов діяльності.

Погодинну форму оплати праці працівників здійснюють на основі погодинних (денних) тарифних ставок і нормованих завдань на відповідний період часу або місячних окладів. *Погодинну оплату праці у сфері туризму* здійснюють на основі посадових окладів з урахуванням відпрацьованого часу.

За *простої погодинної системи оплати* тарифний заробіток працівника за місяць (ЗП) розраховують за такою формулою:

$$\text{ЗП} = \frac{\text{О}}{\text{Д}_н} \times \text{Д}_ф, \quad (18.15)$$

де О – місячна сума посадового окладу;

Д_н – номінальна кількість робочих днів (год) за місяць;

Д_ф – фактично відпрацьована кількість днів (год) за місяць.

За *погодинно-преміальної системи* оплати праці, крім тарифного заробітку ($ЗП_{пп}$), виплачують премію за виконання кількісних та якісних показників:

$$ЗП_{пп} = \frac{О}{Д_{н}} \times Д_{ф} + m, \quad (18.16)$$

де m – розмір премій або доплат.

Відрядну форму оплати праці здійснюють на основі норми виробітку та розцінки за одиницю виконаної роботи.

За *простої відрядної системи* оплати праці заробіток ($ЗП_{в}$) розраховують за такою формулою:

$$ЗП_{в} = РТ \times Р_i, \quad (18.17)$$

де $РТ$ – кількість одиниць створеного (реалізованого) турпродукту (послуг);

$Р_i$ – розцінка за одиницю i -го турпродукту (послуги).

За *непрямої відрядної системи* оплати праці заробіток обслуговчого персоналу залежить від результатів праці тих працівників, яких він обслуговує. До працівників із непрямою відрядною оплатою праці в туристичних підприємствах належать маркетологи й менеджери із забезпечення туроператорів необхідними туристичними послугами. Заробіток за такої системи ($ЗП_{нвпр.}$) розраховують за такою формулою:

$$ЗП_{нвпр.} = C_r \times t \times K_{вн}, \quad (18.18)$$

де C_r – годинна тарифна ставка основного працівника;

t – фактично відпрацьована кількість годин основним працівником;

$K_{вн}$ – коефіцієнт виконання норм основним працівником, що обслуговується допоміжним працівником.

За *відрядно-преміальної системи* оплати праці заробіток працівника ($ЗП_{впр.}$) містить відрядний прямий заробіток і премію за досягнення кількісних та якісних показників:

$$ЗП_{впр.} = РТ \times Р_i + m. \quad (18.19)$$

За **акордної системи оплати праці** застосовують дві підсистеми: просту акордну та акордно-преміальну.

Просту акордну оплату здійснюють за весь комплекс виконаних робіт. Показники оплати й обсяг робіт передбачено в договорі.

За *акордно-преміальної системи* оплати праці виплачують ще й премію за якість і достроковість виконання робіт, передбачених договором.

Досить поширеною системою оплати праці в туристичних агентствах є участь працівників у доходах підприємства, яка передбачає збільшення частки агентської винагороди за перевищення домовленостей щодо реалізації турпродукту. Для розрахунків можна використовувати таку формулу:

$$ЗП_{ТА} = АВ \times I_{зп} + АВ' \times I'_{зп}, \quad (18.20)$$

де $ЗП_{ТА}$ – заробітна плата турагентів – реалізаторів турпродукту;

$АВ$ – агентська винагорода за договірний обсяг реалізації турпродукту;

$I_{зп}$ – частка (індекс) заробітної плати в агентському доході, винагорода за договірний обсяг реалізації турпродукту;

$АВ'$ – агентська винагорода за понаднормовий обсяг реалізації турпродукту;

$I'_{зп}$ – збільшений індекс заробітної плати за понаднормовий обсяг реалізації турпродукту.

Основною системою державного регулювання оплати праці на підприємствах усіх організаційно-правових форм і форм власності є **трудо-вий договір**, який відображає відносини між працівником і підприємцем.

За таким договором працівник зобов'язується виконувати передбачену договором роботу, а підприємець – її оплачувати, відповідно до цього самого договору. Держава зобов'язує приватних підприємців укладати трудові договори з найманими працівниками в письмовій формі у трьох примірниках, один із яких передають службі зайнятості.

Витрати на оплату праці пов'язано з виплатою заробітної плати всім працівникам підприємства за певний період часу. Ці витрати зараховують на собівартість товарів, робіт, послуг.

Ключові терміни до теми 18: трудові ресурси, персонал підприємства, керівник, фахівці, службовці, робітники, молодший обслуговчий персонал, мотивація, матеріальне стимулювання, стимули тривалої дії,

стимули короткочасної дії, заробітна плата, тарифно-кваліфікаційна характеристика, тарифна сітка, погодинна форма оплати праці, відрядна форма оплати праці, акордна система оплати праці.

Рекомендована література: [4; 10; 11; 17; 22; 24; 33; 46; 61].

Висновки до розділу 3

У третьому розділі навчального посібника розглянуто особливості ціноутворення в туристичній галузі, надано методику аналізу та оцінювання фінансово-економічних результатів діяльності туристичного підприємства, визначено особливості інвестиційно-інноваційної діяльності в туристичній галузі.

Також розглянуто основи забезпечення економічної безпеки туристичного підприємства, подано рекомендації з її оцінювання, розкрито сутність та зміст управління економічним ризиком в туризмі, описано теоретичні та практичні аспекти мотивації та оплати праці на туристичних підприємствах.

Тестові завдання до розділу 3

1. Яке з визначень фінансів туристичного підприємства відображає їхній зміст:

а) система грошових відносин, пов'язана з утворенням і використанням готівки (коштів) підприємства у процесі його господарсько-експлуатаційної діяльності;

б) грошові та матеріальні засоби, що перебувають у розпорядженні підприємства;

в) економічний інструмент, що забезпечує можливість здійснення розрахунків підприємства з партнерами?

2. Фінансові ресурси підприємств туризму – це:

а) грошове оцінювання різних елементів майна, що використовують на підприємстві;

б) готівка (кошти), які є в розпорядженні підприємств і призначені для придбання господарських ресурсів і для поточної господарської діяльності підприємств;

в) прибуток від реалізації послуг та амортизаційні відрахування.

3. Джерелом утворення фінансових ресурсів туристичного підприємства є:

- а) кошти статутного капіталу підприємства, що сплачені;
- б) виручка від реалізації основних і додаткових послуг;
- в) частина чистого прибутку підприємства, що спрямовують на соціальний розвиток.

4. Фінансування туристичної діяльності здійснюють переважно коштом:

- а) залучених коштів;
- б) власних коштів;
- в) позикових коштів.

5. Зазначте, різновидом якої системи є оплата праці за посадовими окладами:

- а) відрядно-преміальної;
- б) погодинно-преміальної;
- в) акордної;
- г) непрямої відрядної.

6. Відрядна розцінка – це:

- а) показник збільшення розміру заробітної плати, залежно від місцезнаходження підприємства;
- б) добуток погодинної тарифної ставки та норми часу на виготовлення одиниці продукції;
- в) відношення погодинної тарифної ставки до норми часу на виготовлення одиниці продукції;
- г) розмір тарифної ставки певного розряду.

7. Розмір заробітної плати за вироблену одиницю продукції – це:

- а) відрядна розцінка;
- б) тарифна ставка;
- в) тарифний коефіцієнт;
- г) відрядний коефіцієнт.

8. Яке з наведених далі тверджень розкриває зміст процесу інвестування:

- а) укладення коштів у цінні папери;

- б) укладення коштів у поточні витрати;
- в) виробничі капітальні вкладення;
- г) невиробничі капітальні вкладення;
- д) укладення у статутний капітал дочірніх фірм;
- е) кредитування позичальників;
- є) придбання векселів, емітованих іншими підприємствами?

9. Як називають програму заходів, пов'язаних зі здійсненням капітальних укладень, із метою їхнього майбутнього відшкодування та отримання прибутку:

- а) інвестування;
- б) інвестиційний проєкт;
- в) інвестиційний процес;
- г) інвестиційний цикл?

10. Інноваційний процес – це:

- а) заплановані комплексні заходи наукового, технічного, технологічного, організаційного змісту, що їх здійснюють відповідні фахівці організації;
- б) послідовний ланцюг дій, що охоплює всі стадії створення інновацій та їхнє впровадження в господарську практику;
- в) організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного чи іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва або соціальної сфери;
- г) сукупність усіх видів майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладають в об'єкти підприємницької діяльності, у результаті якої створюють прибуток (дохід) або досягають соціального ефекту.

11. До об'єктів інноваційної діяльності не зараховують:

- а) інноваційні програми та продукти;
- б) нові знання та інтелектуальні продукти;
- в) виробниче обладнання та процеси;
- г) інноваторів;
- д) сировинні ресурси, засоби їхнього видобування та перероблення;
- е) нові товари;
- є) механізми формування споживчого ринку та збуту продукції.

Практичні завдання до розділу 3

Розрахункове завдання 1. Метою діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, зокрема і в туризмі, є отримання прибутку, здатного забезпечити його подальший розвиток. Однак наявність отриманого прибутку сама по собі ще не означає, що підприємство працює ефективно. Для визначення ефективності здійснених витрат необхідно розраховувати рентабельність. Величину цього показника потрібно визначити й під час планування діяльності туристичної фірми, розрахунку ціни туристичного продукту.

Використовуючи дані таблиці, визначте рентабельність туристичного продукту, норму прибутку в ціні.

Таблиця

Вихідні дані для розрахунку вартості туру

Показники	Значення
Собівартість турпродукту, грн	200 000
Вартість основних фондів (залишкова), грн	62 500
Чистий прибуток, усього, грн, зокрема	13 500
фонд накопичення, грн	8 100
фонд споживання, грн	5 400
Ставка податку на прибуток, %	15
Ставка податку на нерухомість, %	1

Діагностичне завдання 2. На основі наведених далі даних розрахуйте структуру фонду оплати праці готелю (таблиця). Визначте середньомісячний зарібок одного працівника. Побудуйте графік зміни середньомісячного зарібку за роками аналізованого періоду. Зробіть висновки.

Таблиця

Фонд оплати праці готельного підприємства

Показники	1-й рік	2-й рік	3-й рік
1. Середньооблікова чисельність працівників, осіб	25	21	22
2. Фонд оплати праці, усього, тис. грн. зокрема	322,76	316,53	408,37
основна заробітна плата тис. грн	255,00	229,32	316,80
додаткова заробітна плата тис. грн	52,43	68,54	71,23
інші заохочувальні й компенсаційні виплати, тис. грн	15,33	18,67	20,34

Розрахункове завдання 3. У таблиці подано умовний приклад PEST-аналізу зовнішнього середовища підприємства. Завершіть розрахунки та прокоментуйте визначені результати.

Таблиця

Результати PEST-аналізу зовнішніх стратегічних чинників

Зовнішні стратегічні чинники	Вага	Оцінка	Зважена оцінка
Можливості			
Сприятлива демографічна ситуація	0,05	4	
Розвиток роздрібної мережі	0,10	2	
Державна підтримка малого бізнесу	0,20	5	
Економічна стабілізація	0,15	1	
Загрози			
Посилення державного регулювання	0,15	4	
Конкуренція на внутрішньому ринку	0,10	4	
Нові технології	0,15	2	
Зниження активності споживачів	0,10	2	
Сумарна оцінка	1,0		

Стереотипне завдання 4. Кількість туро-днів, наданих туристичною фірмою м. Одеса за звітний рік становила 7 899. Водночас максимальним обсяг реалізації був у серпні – 1 122 туро-дня; мінімальним – у лютому – 217 туро-днів. У середньому за місяць туристична фірма реалізовувала 658 туро-днів.

Розрахуйте коефіцієнти нерівномірності туристських потоків трьома способами.

Діагностичне завдання 5. Первісна вартість основних фондів туристичного підприємства – 14 000 грн. Ліквідаційна вартість – 2 000 грн. Строк амортизації – 5 років.

Визначте річні суми амортизації, норму амортизації, накопичення амортизації та залишкову вартість основних засобів прямолінійним методом.

Питання для обговорення до розділу 3

1. Особливості ціноутворення в туризмі.
2. Сутність стратегії чотирьох "Р".
3. Відмінності стратегій ціноутворення, залежно від типу ринку.
4. Стратегії ціноутворення, залежно від стадії життєвого циклу товару.
5. Сутність психологічного ціноутворення.
6. Основні суб'єкти інвестиційних відносин у туризмі.
7. Основні мотиви інновацій у туризмі.
8. Засоби уникнення ризику в туризмі.
9. Основні джерела ризиків у туризмі.
10. Основні небезпеки в туристичній галузі.
11. Сутність управління ризиком в туризмі.
12. Визначення фінансових результатів.
13. Умови, за яких підприємство вважають рентабельним.
14. Функціональні цілі економічної безпеки.
15. Основні засоби економічної безпеки.
16. Основні функції системи безпеки.
17. Трудові ресурси туристичного підприємства.
18. Визначення кадрів туристичного підприємства.
19. Визначення зарплати.
20. Класифікація працівників за основними ознаками.
21. Основні принципи мотивації персоналу.

Запитання для самоконтролю до розділу 3

1. Чи завжди висока ціна туристичного продукту є показником якості?
2. Як туристичні мотивації впливають на ціну туристичного продукту?
3. Що таке "беззбиткове ціноутворення"?
4. Чи завжди виправдане зниження цін у туризмі?
5. У чому полягає особливість акційних цін?
6. Що впливає на рівень інвестиційної активності в туристичному секторі?
7. Як інвестиції в туризм впливають на розвиток?
8. Чому необхідні інновації в туризмі?
9. Як інновації можуть сприяти збільшенню інвестицій в дестинації?

10. Чим відрізняються інноваційний та традиційний підходи в організації управління дестинацією?
11. Чим відрізняються поняття інновацій та інвестицій у туризмі?
12. Чим відрізняються поняття небезпеки та ризику?
13. У чому виявляються наслідки ризику в туризмі?
14. Як впливають наслідки ризику в туризмі на інші сфери економіки?
15. Яким чином можна забезпечити безпеку подорожей?
16. Що розуміють під фінансовим станом підприємства?
17. Що таке "прибуток підприємства"?
18. Що таке "економічна безпека"?
19. У чому полягає сутність економічної небезпеки?
20. Які є види заходів безпеки?
21. Що зараховують до основних видів зарплати?
22. Які функції виконує зарплата?
23. Що таке "мотивація персоналу"?
24. Яка залежність між обліковою та явочною чисельністю?
25. Що означає середньообліковий склад персоналу?

Використана та рекомендована література

1. Ахмедова О. О. Державне регулювання розвитку морського та прибережного туризму в Україні / О. О. Ахмедова, О. О. Стрижак // Вісник Національного університету цивільного захисту України : зб. наук. пр. – Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2020. – Вип. 1 (12). – С. 180–196.
2. Бочелюк В. Й. Дозвіллезнавство : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. Й. Бочелюк, В. В. Бочелюк. – Київ : Центр навчальної літератури, 2006. – 208 с.
3. Брусільцева Г. М. Обґрунтування ролі мотиваційного менеджменту в системі управління персоналом підприємств туристичної галузі / Г. М. Брусільцева, М. В. Алдошина // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 22. – С. 91–95.
4. Городня Т. А. Економіка туризму: теорія і практика : навч. посіб. / Т. А. Городня, А. Ф. Щербак. – Київ : Кондор, 2015. – 436 с.
5. Гулич О. І. Екологічно збалансований розвиток курортно-оздоровчих територій: питання теорії і практики : монографія / О. І. Гулич. – Львів : ІРД НАН України, 2007. – 208 с.
6. Економіка підприємства: компетентність і ефективність розвитку : монографія / В. С. Пономаренко, М. В. Афанасьєв, І. В. Гонтарева та ін. ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. В. С. Пономаренка. – Харків : ХНЕУ, 2013. – 187 с.
7. Єрмаченко В. Є. Дослідження світового та регіональних туристичних ринків : конспект лекцій / Харківський національний економічний університет. – Харків : ХНЕУ, 2011. – 239 с.
8. Заваріка Г. М. Курортна справа : навч. посіб. / Г. М. Заваріка. – Київ : Центр учбової літератури, 2015. – 264 с.
9. Іванунік В. О. Концепції оцінки рекреаційно-туристичних ресурсів : навч. посіб. / В. О. Іванунік. – Чернівці : Чернівецький національний університет, 2011. – 84 с.
10. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма : учебник / Н. И. Кабушкин. – Минск : Новое знание, 2007. – 408 с.
11. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма : учеб. для вузов. – Москва : Финансы и статистика, 2003. – 671 с.
12. Козубова Н. В. Теоретичні основи та методичне забезпечення діагностики туристичного потенціалу регіонів України / Н. В. Козубова // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2014. – № 3. – С. 253–263.

13. Кусков А. С. Курортология и оздоровительный туризм : учеб. пособ. / А. С. Кусков, О. В. Лысикова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. – 320 с.
14. Кусков А. С. Рекреационная география / А. С. Кусков, В. Л. Голубева, Т. Н. Одинцова. – Москва : Московский психолого-социальный институт, 2005. – 493 с.
15. Литвиненко А. В. Особенности реализации мобильных приложений в отельном бизнесе в зависимости от типа рыночной структуры / А. В. Литвиненко, Е. О. Стрижак // Беларусь – Украина: многовекторные направления развития туризма в регионах : монография. – Пинск : ПолесГУ, 2020. – С. 88–95.
16. Лукьянова Л. Г. Рекреационные комплексы : учеб. пособ. / Л. Г. Лукьянова, В. И. Цыбух ; [под общ. ред. В. К. Федорченко]. – Киев : Вища школа, 2004. – 346 с.
17. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : навч. посіб. / О. О. Любіцева. – Київ : Альтерпрес, 2006. – 430 с.
18. На шляху зеленої модернізації економіки: модель сталого споживання та виробництва : довідник / С. В. Берзіна та ін. – Київ : Інститут екологічного управління та збалансованого природокористування, 2017. – 138 с. – ISBN 978-966-916-459-9.
19. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери / В. С. Кравців, Л. С. Гринів, М. В. Копач та ін. – Київ : Вища школа, 2002. – 245 с.
20. Основи курортології : посібник для студентів та лікарів / за ред. М. В. Лободи, Е. О. Колесника. – Київ : Видавець Купріянова О. О., 2003. – 512 с.
21. Охріменко О. О. Соціальні аспекти безпеки у сфері туризму в умовах глобалізації / О. О. Охріменко // Стратегічна панорама, 2006. – № 1. – С. 38–41.
22. Паршина В. С. Экономика туризма и гостеприимства : практикум / В. С. Паршина. – Екатеринбург : Изд-во УрГУПС, 2012. – 53 с.
23. Петранівський В. Л. Туристичне краєзнавство : навч. посіб. / В. Л. Петранівський, М. Й. Рутинський ; [за ред. проф. Ф. Д. Заставного]. – Київ : Знання, 2006. – 575 с.
24. Про туризм : Закон України № 1282-IV від 18.11.2003 р. // Відомості Верховної Ради. – 2004. – № 13. – Ст. 180.

25. Рекреаційні комплекси світу / В. Є. Єрмаченко, О. Г. Зима, Н. А. Дехтяр, М. В. Алдошина. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. – 321 с.
26. Романенко М. І. Освітня парадигма: генезис ідей та систем / М. І. Романенко. – Дніпропетровськ : Промінь, 2000. – 160 с.
27. Романов А. А. География туризма : учеб. пособ. / А. А. Романов, Р. Г. Сакаянц. – Москва : Советский спорт, 2004. – 464 с.
28. Смаль І. В. Основи географії рекреації і туризму : навч. посіб. / І. В. Смаль. – Ніжин : Вид. НДПУ ім. Миколи Гоголя, 2004. – 264 с.
29. Стрижак Е. О. Тенденции развития туристического сектора / Е. О. Стрижак // Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика : матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 24 – 25 березня 2016 року) / Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, – Харків : Вид-во "НТМТ", 2016. – 460 с. – ISBN 978-617-578-182.
30. Стрижак Е. О. Особенности проведения рекламной кампании в туристической сфере / Е. О. Стрижак, Е. О. Ахмедова // Туризм и гостеприимство. – 2018. – № 2. – С. 31–40.
31. Стрижак О. О. Вплив пандемії коронавірусу Covid-19 на туристичну галузь / О. О. Стрижак // Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі : матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 19 – 20 травня 2020 року) / Національний університет харчових технологій. – Київ : НУХТ, 2020 р. – С. 84–85.
32. Стрижак О. О. Особливості діяльності туристичних підприємств України / О. О. Стрижак, М. В. Алдошина // Digital and Innovative Economy: Processes, Strategies, Technologies : Proceedings of the International Scientific Conference, January 25th, 2019. Kielce (Poland) : Baltija Publishing, 2019. – P. 119–121.
33. Стрижак О. О. Проектування бізнес-процесів туристичного підприємства / О. О. Стрижак, М. В. Алдошина // Бізнес Інформ. – 2019. – № 3. – С. 170–175.
34. Сущенко О. А. Глобалізаційний базис розвитку людського капіталу підприємства в аспекті кар'єрної складової / О. А. Сущенко, К. В. Тимошенко, С. С. Сущенко // Міжнародна транспортна інфраструктура, індустриальні центри та корпоративна логістика : матеріали XV науково-практичної конференції (ч. 1, 6 – 8 червня 2019 року, м. Харків) / Український державний університет залізничного транспорту. – Харків : УкрДЗТУ, 2019. – С. 95–96.

35. Сущенко О. А. Теоретико-методологічні засади управління рекреаційно-туристичною діяльністю підприємств // *Методологія та практика сталого розвитку туризму : монографія* / О. А. Сущенко ; за заг. ред. Черниш. – Полтава : ПолтНТУ ім. Ю. Кондратюка, 2018. – С. 108–118.
36. Сущенко О. А. Територіальний брендинг як інструмент розвитку туристично-рекреаційного комплексу / О. А. Сущенко, К. В. Касенкова // *Економічні інновації*. – 2019. – Т. 21, вип. 2 (71). – С. 139–149.
37. Тимошенко К. В. Брендинг туристичного підприємства / К. В. Тимошенко // *Економіка, менеджмент та аудит: сучасні проблеми, перспективи та напрями розвитку : матеріали Міжнар. наук.-прак. конф. (м. Львів, 22 лютого 2020 року)* / Львівська економічна фундація. – Львів, 2020. – С. 94–98.
38. Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку : монографія / [під ред. М. О. Кизима, В. Є. Єрмаченка]. – Харків : ІНЖЕК, 2012. – 471 с.
39. Туристична курортологія : конспект лекцій / І. Д. Бойко, Л. А. Савранчук ; Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. – Чернівці : Рута, 2007. – 115 с.
40. Управління природоохоронною діяльністю : навч. посіб. / Л. Л. Товажнянський, Ю. Г. Масікевич, В. Д. Солодкий та ін. – Харків : НТУ "ХПІ", 2002. – 304 с.
41. Управління регіональним розвитком туризму : навч. посіб. / за ред. В. Ф. Семенова. – Одеса ; Сімферополь : ВД "Аріал", 2012. – 340 с.
42. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія : навч. посіб. / Н. В. Фоменко. – Київ : Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.
43. Шевченко І. Л. Особливості формування економічної безпеки підприємства / І. Л. Шевченко // *Молода наука*. – 2014. – С. 178–181.
44. Шемаєва Л. Г. Економічна безпека підприємств у стратегічній взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища : автореф. дис. д-ра екон. наук : спец. 21.04.02 "Економічна безпека суб'єктів господарської діяльності" / Л. Г. Шемаєва ; Університет економіки та права "КРОК". – Київ : 2010. – 39 с.
45. Шулик В. В. Основи моделювання просторової структури рекреаційних систем в умовах інноваційного розвитку містобудівних комплексів / В. В. Шулик // *Проблеми архітектури та містобудівництва в умовах глобалізації : матеріали Всеукр. наук.-техн. конф. (м. Харків, 15 – 16 листопада 2016 року)* / ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. – Харків, 2016. – С. 88–89.

46. Экономика туризма : учебник / М. А. Морозов, Н. С. Морозова, Г. А. Карпова, Л. В. Хорева. – Москва : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с.

47. Aldoshyna M. Relationship marketing in tourism / M. Aldoshyna, O. Stryzhak // Инфраструктура ринку. – 2020. – № 43. – С. 108–113.

48. Dekhtyar N. Medical resort management in Ukraine: challenges and opportunities / N. Dekhtyar // Economics of Development. – 2013. – No. 2(66). – P. 43–51.

49. Holloway J. C. The Business of Tourism / J. C. Holloway, C. Humphreys. – 11th ed. – London : SAGE Publications Ltd, 2020. – 744 p.

50. Kozubova N. Priorities of state programs for development of tourism in Ukraine / N. Kozubova // Economic and Legal Foundations of the Public Transformations in Conditions of Financial Globalization : monograph / edited by Yu. Pasichnyk. – New York, USA : Yunona Publishing, 2018. – P. 193–203.

51. McLean D. Recreation and Leisure in Modern Society / Daniel McLean, Amy Hurd, Nancy Brattain Rogers. – 8th ed. – Sudbury, MA, United States : Jones and Bartlett Publishers, 2008. – 370 p.

52. Regional tourism infrastructure development in the state strategies / M. Petrova, N. Dekhtyar, O. Klok, O. Loseva // Problems and Perspectives in Management. – 2018. – Vol. 16, issue 4. – P. 259–274.

53. Stryzhak O. Assessment of the relationship between the tourism sector development and other sectors of economy / O. Stryzhak // Economics of Development (Економіка розвитку). – 2019. – Vol. 2. – P. 10–18.

54. Sushchenko O. A. Theoretical foundations of investing in human capital of tourism enterprises / O. A. Sushchenko, K. V. Tymoshenko // Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (30 – 31 травня 2019 р., м. Харків). – Харків : ХНЕУ імені Семена Кузнеця, 2019. – С. 171–172.

55. Sushchenko O. Eco-Friendly Behavior of Local Population, Tourists and Companies as a Factor of Sustainable Tourism Development / O. Sushchenko, N. Kozubova, O. Prokopishina // International Journal of Engineering and Technology. – 2018. – Vol. 7, No. 4.3, special issue 3. – P. 514–518.

56. Sushchenko O. The territory recreation ensuring management system / O. Sushchenko, I. Trunina, G. Likhonosova // Proceedings of the Faculty of Economics of Matej Bel University in Banska Bystrica. Volume 1. Economic Theory and Practice. – Banska Bystrica : Belianum, 2018. – P. 635–647.

57. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 / Editors Jennifer Blanke, Thea Chiesa. – Geneva, Switzerland : The Publishing House of the World Economic Forum, 2009. – 525 p.

58. Tymoshenko K. V. Key aspects of branding tourism territory within the framework of cluster approach to tourism development / K. V. Tymoshenko // Dynamics of the development of world science : abstracts of the 9th International Scientific and Practical Conference : [тези доповідей], 13 – 15 травня 2020 р. – Ванкувер : Perfect Publishing, 2020. – Р. 215–220.

59. Tymoshenko K. V. Methods of formation of the tourism brand of Ukraine as a factor of increasing competitiveness / K. V. Tymoshenko // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. – 2020. – № 2, Т. 31(70). – С. 47–53.

60. Yermachenko V. Y. Comparative analysis of the practice of tourism statistics in European Union and Ukraine / V. Y. Yermachenko, N. A. Dekhtyar // Tourism in terms of globalisation: peculiarities and prospects of development : monograph. – Kharkiv : INZHEK, 2012. – 472 p. – Р. 120–141.

61. Yermachenko V. Business tourism development on the basis of public-private partnership / V. Yermachenko, O. Dorokhov, N. Dekhtyar // Tourism Analysis (USA). – 2015. – Vol. 20, No. 4. – Р. 433–440.

62. Перелік національних природних парків [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pzf.land.kiev.ua/pzf3.html>.

63. Практикум по работе с программой комплексной автоматизации деятельности турфирм "ОВЕРИЯ-ТУРИЗМ" для студентов направления подготовки 6.140103 "Туризм" всех форм обучения [Электронный ресурс] / сост. В. Е. Ермаченко, А. Г. Зима, А. Н. Брусильцева и др. – Харьков : ХНЭУ им. С. Кузнеця, 2015. – 141 с. – Режим доступа : <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/10086>.

64. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку [Електронний ресурс] : наказ Міністерства від 31.12.99 р. № 318. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/REG4248.html.

65. Розов Н. С. Социальная философия – это догма или оружие против догмы? [Электронный ресурс] / Н. С. Розов. – Режим доступа : www.nsu.ru/filf/rozov/publ/antidogma.htm.

66. Стрижак О. О. Взаємозв'язок сфери туризму та економічного розвитку суспільства [Електронний ресурс] / О. О. Стрижак, М. В. Алдошина // Традиції та інновації харчування туристів : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених

(м. Харків, 10 жовтня 2019 року) / Харківський державний університет харчування та торгівлі : [тези доп.] / редкол.: О. І. Черевко [та ін.]. – Харків : ХДУХТ, 2019. – С. 87–90.

67. Стрижак О. О. Можливості використання інституціонального підходу до розвитку туристичної сфери в Україні [Електронний ресурс] / О. О. Стрижак // Регіональні особливості розвитку невиробничої сфери економіки України : тези доповідей за матеріалами Міжнародної наукової інтернет-конференції (м. Харків, 21 – 22 листопада 2019 року). – Режим доступу : <http://conf.htei.org.ua/wp-content/uploads/2019/11/Stryzhak.pdf>.

68. Україна Інкогніта [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrainaincognita.com>.

69. A major change in human evolution. The Association for Industrial Archaeology [Electronic resource]. – Access mode : industrial-archaeology.org/aba86.htm.

70. Agenda 21 [Electronic resource]. – Access mode : www.un.org/esa/dsd/agenda21.

71. Didukh Y. P. Red Data Book of Ukraine. Vegetable Kingdom. Afterword [Electronic resource] / Y. P. Didukh. – Access mode : 10.2478/v10119-010-0017-z.

72. European Spas Internet Portal. – Access mode : www.visitspas.eu.

73. Guidelines for Harmonizing Time-Use Surveys [Electronic resource] / United Nations Economic Commission for Europe. – Access mode : http://www.unece.org/stats/publications/time_use_surveys.html.

74. How's Life? Measuring Well-being : the OECD statistical report [Electronic resource]. – Access mode : <https://doi.org/10.1787/23089679>.

75. International Tourism Partnership (IHEI), the tourism programme of the International Business Leaders Forum [Electronic resource]. – Access mode : www.internationaltourismpartnership.org.

76. International Year of Ecotourism Initiative [Electronic resource]. – Access mode : www.planeta.com/ecotravel/tour/year.html.

77. ISO standards for tourism and related services [Electronic resource]. – Access mode : www.iso.org/iso/home/store/catalogue_tc/catalogue_tc_browse.htm?commid=375396&published=on&development=on.

78. IUCN Red List Categories and Criteria. Version 3.1 [Electronic resource]. – Access mode : intranet.iucn.org/webfiles/doc/SSC/RedList/redlist-catsenglish.pdf.

79. Making Tourism More Sustainable : A Guide for Policy Makers [Electronic resource] / UNEP, UNWTO. – Madrid. – 2005. – 222 p. – Access mode : www.unep.fr/scp/publications/details.asp?id=DTI/0592/PA.

80. Stryzhak O. The prospects of the marine and coastal tourism development in Ukraine / O. Stryzhak, O. Ahmedova, M. Aldoshyna [Electronic resource] // Advanced Technology in Environmental Research (CORECT-IJJSS 2019) : International Conference on Sustainability Science and Management. – 2020. – Vol. 153. – Access mode : <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202015303009>.

81. Sustainable Development of Tourism Bulletin [Electronic resource] / The World Tourism Organisation. – February 2011. – No. 19. – Access mode : dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/e-bul19en.pdf.

82. The official site of the Global Sustainable Tourism Council. – Access mode : www.gstcouncil.org.

83. The official site of the State Statistics Service of Ukraine. – Access mode : www.ukrstat.gov.ua.

84. The official site of the "Tourism Concern" group. – Access mode : www.tourismconcern.org.uk.

85. The official site of the World Health Organization. – Access mode : www.who.int.

86. The official site of the World Tourism Organization. – Access mode : www.unwto.org.

87. The official site of the World Travel and Tourism Council. – Access mode : www.wttc.org.

88. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 [Electronic resource]. – Access mode : http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf.

89. Tourism concern action for ethical tourism [Electronic resource]. – Access mode : www.tourismconcern.org.uk/principles-and-definitions.html.

90. United Nations Environment Programme (UNEP) [Electronic resource]. – Access mode : www.unep.org.

91. World Population Prospects 2019 [Electronic resource]. – Access mode : <https://population.un.org/wpp>.

Додатки

Додаток А

Global Sustainable Tourism Criteria for Hotels and Tour Operators

(Version 2, 23 February, 2012) (мовою оригіналу)

A. Demonstrate effective sustainable management.

A1. The organization has implemented a long-term sustainability management system that is suited to its reality and scope, and which addresses environmental, social, cultural, economic, quality, health and safety issues.

A2. The organization is in compliance with all applicable local to international legislation and regulations (including, among others, health, safety, labour and environmental aspects).

A3. All personnel receive periodic guidance and training regarding their roles and responsibilities with respect to environmental, social, cultural, economic, quality, health and safety issues.

A4. Customer satisfaction, including sustainability aspects, is measured and corrective action is taken.

A5. Promotional materials are accurate and complete with regard to the organization and its products and services, including sustainability claims. They do not promise more than is being delivered.

A6. Planning, design, construction, renovation, operation and demolition of buildings and infrastructure...

A6.1 ...comply with zoning requirements and with laws related to protected areas and heritage consideration.

A6.2 ...respect the natural and cultural heritage surroundings in planning, siting, design and impact assessment.

A6.3 ...use locally appropriate sustainable practices and materials.

A6.4 ...provide access for persons with special needs, where appropriate.

A7. Land and water rights, and property acquisition are legal, comply with local communal and indigenous rights, including their free, prior and informed consent, and do not require involuntary resettlement.

A8. Information about and interpretation of the natural surroundings, local culture, and cultural heritage is provided to customers, as well as explaining appropriate behaviour while visiting natural areas, living cultures, and cultural heritage sites.

B. Maximize social and economic benefits to the local community and minimize negative impacts.

B1. The organization actively supports initiatives for local infrastructure and social community development including, among others, education, training, health and sanitation.

B2. Local residents are given equal opportunity for employment including in management positions. All employees are equally offered regular training, experience and opportunities for advancement.

B3. Local services and goods are purchased and offered by the organization, following fair-trade principles.

B4. The organization offers the means for local small entrepreneurs to develop and sell sustainable products that are based on the area's nature, history and culture (including food and beverages, crafts, performance arts, agricultural products, etc.).

B5. A documented code of conduct for activities in indigenous and local communities has been developed and implemented with the collaboration and consent of the affected community.

B6. The organization has implemented a policy against commercial, sexual or any other form of exploitation and harassment, particularly of children, adolescents, women and minorities.

B7. The organization offers equal employment opportunities to women, local minorities and others, including in management positions, while restraining child labour.

B8. The international or national legal protection of employees is respected, and employees are paid at least a living wage.

B9. The activities of the organization do not jeopardize the provision of basic services, such as food, water, energy, healthcare or sanitation, to neighbouring communities.

B10. Tourism activity does not adversely affect local access to livelihoods, including land and aquatic resource use, rights of way, transport and housing.

C. Maximize benefits to cultural heritage and minimize negative impacts.

C1. The organization follows established guidelines or a code of behaviour for visits to culturally or historically sensitive sites, in order to minimize negative visitor impact and maximize enjoyment.

C2. Historical and archaeological artefacts are not sold, traded or displayed, except as permitted by local to international law.

C3. The organization contributes to the protection and preservation of local historical, archaeological, culturally and spiritually important properties and sites, and does not impede access to them by local residents.

C4. The organization incorporates elements of local art, architecture, or cultural heritage in its operations, design, decoration, food, or shops while respecting the intellectual property rights of local communities.

D. Maximize benefits to the environment and minimize negative impacts.

D1. Conserving resources.

D1.1. Purchasing policies favour locally appropriate and ecologically sustainable products, including building materials, capital goods, food, beverages and consumables.

D1.2. The purchase and use of disposable and consumable goods is measured and the organization actively seeks ways to reduce their use.

D1.3. Energy consumption is measured, sources are indicated, and measures are adopted to minimize overall consumption, and encourage the use of renewable energy.

D1.4. Water consumption is measured, sources are indicated, and measures are adopted to minimize overall consumption. Water sourcing is sustainable, and does not adversely affect environmental flows.

D2. Reducing pollution.

D2.1. Greenhouse gas emissions from all sources controlled by the organization are measured, procedures are implemented to minimize them, and offsetting the remaining emissions is encouraged.

D2.2. The organization encourages its customers, staff and suppliers to reduce transportation-related greenhouse gas emissions.

D2.3. Wastewater, including gray water, is effectively treated and is only reused or released safely, with no adverse effects to the local population and the environment.

D2.4. Waste is measured, mechanisms are in place to reduce waste, and where reduction is not feasible, to reuse or recycle it. Any residual waste disposal has no adverse effect on the local population and the environment.

D2.5. The use of harmful substances, including pesticides, paints, swimming pool disinfectants, and cleaning materials, is minimized, and substituted when available, by innocuous products or processes. All storage, use, handling, and disposal of chemicals is properly managed.

D2.6. The organization implements practices to minimize pollution from noise, light, runoff, erosion, ozone-depleting compounds, and air, water and soil contaminants.

D3. Conserving biodiversity, ecosystems, and landscapes.

D3.1. Wildlife species are not harvested, consumed, displayed, sold, or traded, except as part of a regulated activity that ensures that their utilization is sustainable, and in compliance with local to international laws.

D3.2. No captive wildlife is held, except for properly regulated activities, in compliance with local to international law. Living specimens of protected and wildlife species are only kept by those authorized and suitably equipped to house and care for them humanely.

D3.3. The organization takes measures to avoid the introduction of invasive alien species. Native species are used for landscaping and restoration wherever feasible, particularly in natural landscapes.

D3.4. The organization supports and contributes to biodiversity conservation, including natural protected areas and areas of high biodiversity value.

D3.5. Interactions with wildlife, taking into account cumulative impacts, do not produce adverse effects on the viability and behaviour of populations in the wild. Any disturbance of natural ecosystems is minimized, rehabilitated, and there is a compensatory contribution to conservation management.

Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations

(Version 0.2, 12 October, 2012)

Section A: Demonstrate sustainable destination management.

A1. Tourism Strategy. The destination has established and is implementing a multi-year tourism strategy that is publicly available, is suited to its scale, that considers environmental, economic, social, cultural heritage, quality, health, and safety issues, and was developed with public participation.

A2. Tourism management organization. The destination has an effective organization, department, group, or committee responsible for a coordinated approach to sustainable tourism. This group has defined responsibilities for the management of environmental, economic, social, and cultural heritage issues.

A3. Monitoring. The destination has a system to monitor, publicly report, and respond to environmental, economic, social, and cultural heritage issues.

A4. Climate change adaptation. The destination has a system to identify challenges and opportunities associated with climate change. This system encourages climate change adaptation strategies for development, siting, design, and management of tourism facilities. The system contributes to the sustainability and resilience of the destination.

A5. Inventory of attraction sites. The destination has an up-to-date, publicly available inventory of its key tourism assets and attractions including natural, historical, archaeological, religious, spiritual, and cultural sites.

A6. Planning regulations. The destination has planning guidelines, regulations, and policies that integrate sustainable land use, design, construction, and demolition. The regulations protect natural and cultural heritage, are publicly communicated, and are enforced.

A7. Access for all. All tourist sites and facilities, including those of natural, cultural and historic importance, are accessible to all, including persons with disabilities and others who have specific access requirements. Where such sites and facilities are not immediately accessible, access should be afforded through the design and implementation of solutions that take into account both the integrity of the site and such reasonable accommodations for persons with access requirements as can be achieved.

A8. Property acquisitions. Laws and regulations regarding property acquisitions exist, are enforced, consider communal and indigenous rights, and do not authorize resettlement without informed consent and/or full compensation.

A9. Tourist satisfaction. The destination has a system to monitor, to publicly report and, if necessary, to take action to improve tourist satisfaction.

A10. Sustainability standards. The destination has a system to promote sustainability standards consistent with the GSTC criteria for tourism enterprises.

A11. Safety and security. The destination has a system to prevent and respond to tourism-related crime, safety, and health hazards.

A12. Crisis and emergency preparedness and response. The destination has a crisis and emergency response plan that is appropriate to the destination. Key elements are communicated to residents, tourists, and tourism-related enterprises. The plan establishes procedures and provides resources and training.

A13. Promotion. Promotion is accurate with regard to the destination and its products, services, and sustainability claims. The promotional messages are authentic and respectful.

Section B: Maximize economic benefits to the host community and minimize negative impacts.

B1. Economic monitoring. The direct and indirect economic contribution of tourism to the destination's economy is regularly monitored. These results are publicly reported.

B2. Local career opportunities. The destination provides equal employment and training opportunities for local residents. The opportunities are open to women, youth, minorities, and other vulnerable populations.

B3. Stakeholder participation. The destination has a system that enables stake-holders to participate in tourism-related planning and decision making on an ongoing basis.

B4. Local community opinion. Residents aspirations, concerns, and satisfaction with tourism are regularly monitored, recorded and publicly reported. Care is taken to ensure that key stakeholders are included and that responsive action is taken where needed.

B5. Local access. The destination protects, monitors, and safeguards local resident access to natural, historical, archaeological, religious, spiritual, and cultural sites.

B6. Tourism awareness. The destination provides regular programs to residents to enhance their understanding of tourism opportunities, tourism challenges, and the importance of sustainability.

B7. Preventing exploitation. The destination has a defined system and established practices to prevent commercial, sexual, or any other form of exploitation and harassment, particularly of children, adolescents, women, and minorities.

B8. Support for community. The destination has a system to enable tourism-related enterprises to support community and development initiatives.

B9. Supporting local entrepreneurs and fair trade. The destination has a system that supports local entrepreneurs and promotes fair trade principles.

Section C: Maximize benefits to communities, visitors, and cultural heritage and minimize negative impacts.

C1. Attraction protection. The destination has a policy and system to conserve key natural, historical, archaeological, religious, spiritual, and cultural sites, including scenic, cultural, and wild landscapes.

C2. Visitor management. The destination has a visitor management system for attraction sites that includes measures to preserve, protect, and enhance natural and cultural assets.

C3. Visitor behaviour. The destination has publicly available guidelines for visitor behaviour that are designed to minimize adverse impacts.

C4. Cultural heritage protection. Historical and archaeological artefacts are not illegally sold, traded or displayed.

C5. Site interpretation. Interpretive information is provided at key natural, historical, archaeological, religious, spiritual, and cultural sites. The information is communicated in relevant languages.

C6. Intellectual property. The destination has a system to ensure respect for the tangible and intangible intellectual property of individuals and communities.

C7. Visitor contributions. The destination has a system that encourages visitors to volunteer or contribute to community development, cultural heritage, and biodiversity conservation.

Section D: Maximize benefits to the environment and minimize negative impacts.

D1. Environmental risks. The destination has identified key environmental risks and has a system in place to address these.

D2. Protection of sensitive environments. The destination has a system to monitor the impact of tourism on sensitive environments and protect habitats and species.

D3. Wildlife protection. The destination has a system to ensure compliance with local, national, and international standards for the harvest or capture, display, and sale of wildlife (including both plants and animals).

D4. Greenhouse gas emissions. The destination has a system to encourage tourism-related enterprises and services to measure, monitor, report, and mitigate their greenhouse gas emissions.

D5. Energy conservation. The destination has a system to promote energy conservation, measure energy consumption, and reduce reliance on fossil fuels. The destination encourages tourism-related enterprises to conserve energy and use renewable energy technologies.

D6. Water management. The destination has a system to conserve and manage water usage. The destination encourages tourism-related enterprises to manage and conserve water.

D7. Water security. The destination has a system to monitor its water resources to ensure that use by tourism is compatible with the water requirements of the destination community.

D8. Water quality. The destination has a system to monitor drinking and recreational water quality. The monitoring results are publicly available.

D9. Wastewater. The destination has clear and enforced guidelines in place for the siting, maintenance and testing of discharge from septic tanks and wastewater treatment systems.

D10. Solid waste reduction. The destination has a system to ensure solid waste is reduced, reused, and recycled. The destination encourages tourism-related enterprises to adopt waste reduction strategies.

D11. Light and noise pollution. The destination has guidelines and regulations to minimize noise, light, and visual pollution. The destination encourages tourism-related enterprises to follow these guidelines and regulations.

D12. Low impact transport. The destination has a system to increase the use of low-impact transport, including public transport, in the destination.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Сущенко Олена Анатоліївна
Стрижак Олена Олегівна
Дехтяр Надія Анатоліївна та ін.

ЕКОНОМІКА РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ

Навчальний посібник

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Відповідальний за видання *О. А. Сущенко*

Відповідальний редактор *О. С. Вяткіна*

Редактор *О. Г. Доценко*

Коректор *О. Г. Доценко*

План 2021 р. Поз. № 28-ЕНП. Обсяг 347 с.

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи
Дк № 4853 від 20.02.2015 р.