

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра міжнародної економіки та туризму

Г.О. Горіна
К.В. Снігур

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ**

Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність: 242 «Туризм»
Ступінь: бакалавр

Кривий Ріг
2019

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра міжнародної економіки та туризму

Г.О. Горіна
К.В. Снігур

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність: 242 «Туризм»
Ступінь: бакалавр

Затверджено на засіданні
кафедри міжнародної економіки та
туризму
Протокол № 15
від “04” березня 2019 р.

Схвалено навчально-методичною
радою ДонНУЕТ
Протокол № 4
від “28” березня 2019 р.

Кривий Ріг
2019

Горіна, Г.О.

Г 67 Методичні рекомендації для підготовки до атестаційного екзамену для студ. спец. 242 «Туризм», ступінь бакалавр / Г.О. Горіна, К.В. Снігур ; М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. міжнар. економіки та туризму. – Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2019. – 61 с.

Методичні рекомендації призначені для самостійної підготовки студентів до атестаційного екзамену і містять інформацію про порядок його проведення, критерії оцінювання, структуру, основні поняття та систему базових тестів з обов'язкових дисциплін, а також перелік рекомендованої для підготовки до екзамену літератури.

© Горіна Г.О., Снігур К.В., 2019
© Донецький національний
університет економіки й торгівлі
імені Михайла Туган-
Барановського, 2019

ЗМІСТ

ВСТУП	5
ЧАСТИНА 1. ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ЩОДО ПРОВЕДЕННЯ АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ	6
ЧАСТИНА 2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДГОТОВКИ ДО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ	9
Основи туризмознавства	9
Географія туризму	26
Міжнародний туризм	47

ВСТУП

Проведення атестаційного екзамену має на меті перевірку рівня теоретичних знань та практичних навичок здобувачів вищої освіти спеціальності 242 «Туризм» ступеня «бакалавр» після вивчення навчальних дисциплін: “Основи туризмознавства”, “Географія туризму”, “Міжнародний туризм”.

Комплексне кваліфікаційне завдання (ККЗ), рівень виконання якого встановлює сформованість професійних компетентностей у здобувача вищої освіти, містить теоретичну та практичну частини.

Теоретична частина представляє собою тести з обов’язкових дисциплін підготовки бакалаврів з туризму: “Основи туризмознавства”, “Географія туризму”, “Міжнародний туризм”.

Практична частина ККЗ містить міждисциплінарні комплексні ситуаційні завдання та задачі. Варіанти завдань підібрані у відповідності з кваліфікаційною характеристикою спеціальності 242 «Туризм».

На атестаційному екзамені студенти мають продемонструвати:

глибокі знання та розуміння історичних передумов виникнення та розвитку туризму; сутності туризму, його класифікаційних видів та форм; організаційних форм та видів туризму згідно Закону України «Про туризм»; туристично-рекреаційних ресурсів, спроможних задовольнити потреби людини в процесі туристичної діяльності; туристичного районування світу та України; основних туризмологічних концепцій; напрямів реалізації державного регулювання в галузі туризму; істотних умов договору на туристичне обслуговування; методології статистичного обліку світових туристичних потоків; класифікаційних ознаки світових ринків туристичних послуг; особливостей взаємодії суб’єктів світового туристичного ринку; напрямів діяльності міжнародних туристичних організацій; підходів до класифікації та сегментування туристичних ринків світ;

здатність визначити обов’язки суб’єктів туристичної діяльності щодо забезпечення безпеки в галузі туризму; використовувати загальні вимоги до якості устаткування та оснащення готелів різних категорій; визначити специфічні ознаки та відмінності між туристичними операторами та туристичними агентами; застосовувати туризмологічні моделі та концепції; застосовувати на практиці знання основних теорій конфлікту в туризмі; укласти договір на туристичне обслуговування, здійснити зміни до договору або розірвати його; знаходити причинно-наслідкові зв’язки між явищами та процесами на світовому туристичному ринку; обґрунтувати та визначити масштаби туристських витрат, туристського споживання, зайнятості у туристичній галузі за регіонами та країнами світу;

уміння користуватися статистичними базами даних, що відображають динаміку світових туристичних потоків; здійснювати дослідження глобального та регіональних ринків туристичних послуг; уміння оцінити стан та перспективи конкурентоспроможності країн світу у сфері подорожей і туризму; визначити туристичний потенціал України в контексті сучасної глобалізації;

здатність розкрити зв’язки між теорією і практикою туристичної діяльності; критично осмислити основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму; визначати місце суб’єктів туристичної індустрії на ринку туристичних послуг; визначити місце міжнародного туризму та його роль у світовій економіці; осмислити сутності міжнародного туризму, його відмінності від інших форм міжнародних відносин; визначати місце національного ринку туристичних послуг в поляризованій структурі світового туристичного простору.

ЧАСТИНА 1.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ЩОДО ПРОВЕДЕННЯ АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

Атестаційний екзамеn проводиться згідно з навчальними планами підготовки здобувачів вищої освіти ступеня бакалавр спеціальності 242 «Туризм» на 4 курсі навчання.

До АЕ за фахом допускаються здобувачі вищої освіти, які закінчили вивчення всіх теоретичних дисциплін, успішно склали іспити та заліки відповідно до діючого навчального плану ступеня бакалавра спеціальності 242 «Туризм».

Для прийому у здобувачів вищої освіти АЕ наказом ректора затверджується склад екзаменаційної комісії з числа професорсько-викладацького складу кафедри міжнародної економіки та туризму у кількості 2-3 чоловік. Комісія у своїй роботі діє згідно з вимогами Положення ДонНУЕТ 02.01-06–2015 «Про екзаменаційну комісію».

Організаційна робота по підготовці до АЕ для здобувачів вищої освіти ступеня бакалавр спеціальності 242 «Туризм» проводиться за наказом ректора кафедрою міжнародної економіки та туризму, разом з навчальною частиною, директором по заздалегідь розробленому графіку навчального процесу.

Розклад АЕ затверджується першим проректором і доводиться до відома здобувачів вищої освіти не пізніше ніж за місяць до його початку.

Для підготовки до складання АЕ директорат організовує читання циклу оглядових лекцій, проведення групових консультацій в обсягах, що встановлені відповідними робочими та навчальними планами.

Кафедрою міжнародної економіки та туризму розробляються комплексні кваліфікаційні завдання (ККЗ), що затверджуються першим проректором Університету.

Зміст АЕ для здобувачів вищої освіти ступеня бакалавр спеціальності 242 «Туризм» відповідає програмам наступних дисциплін: “Основи туризмознавства”, “Географія туризму”, “Міжнародний туризм”.

Для проведення АЕ розробляється пакет тестових завдань закритого типу з кожної із трьох обов’язкових дисциплін та пакет тестових завдань відкритого типу, що є комплексними ситуаційними завданнями міждисциплінарного характеру.

Комплексне ситуаційне завдання (КСЗ), рівень виконання якого встановлює сформованість професійних компетентностей у здобувача вищої освіти, базується на таких дисциплінах, як “Основи туризмознавства”, “Географія туризму”, “Міжнародний туризм”.

Питання КСЗ охоплюють матеріал з даних дисциплін для конкретної практичної ситуації з урахуванням сучасних вимог до їх рішень.

До атестаційного екзамену за фахом готується перелік рекомендованої літератури.

Атестаційний екзамеn проводиться у комп’ютерній формі за базою підготовлених кафедрою міжнародної економіки та туризму ККЗ для вибірки обов’язкових дисциплін циклу професійної підготовки відповідно до навчального плану спеціальності.

Для комп’ютерного тестування використовується платформа Moodle, програмними засобами якої створюється модуль «Тест», що містить блоки закритих та відкритих тестів з дисциплін, які включено до АЕ.

При тестуванні забезпечується алгоритм рівномірного розподілу тестів з різних блоків у кожному тестовому завданні.

Перед початком тестування кожен здобувач вищої освіти повинен зайти із використанням реквізитів свого облікового запису до платформи Moodle, з пропонуванних курсів обрати курс із назвою «АЕ_Бакалавр_242_Туризм», увійти до модулю «Тест» із назвою «Атестаційний екзамеn» та розпочати тестування.

Модуль «Тест» передбачає автоматичне обрання тестів із банку завдань у випадковій послідовності для кожного окремого здобувача вищої освіти.

До кожного білету включається 90 запитань закритого типу та 1 запитання відкритого типу.

Кожне тестове завдання теоретичної частини містить чотири варіанти відповіді, з яких лише один є правильним.

Тестове запитання відкритого типу передбачає надання здобувачами вищої освіти розгорнутої відповіді на задачу. Відповідь вноситься до відповідного поля шляхом введення текстової інформації.

Модуль «Тест» платформи Moodle дозволяє здобувачам вищої освіти при тестуванні бачити формулювання питання і пропонувані на нього відповіді одночасно, постійно контролювати тривалість тестування. У полі «Перехід по тесту» представлена карта тестування, в якій для кожного тесту передбачено картку, що містить порядковий номер тесту та інформацію про опрацювання даного питання. Перехід між питаннями можливий у довільному порядку, при цьому можна переходити до вже опрацьованих питань та за необхідності змінювати варіант відповіді.

По закінченню комп'ютерного тестування здобувач вищої освіти повинен завершити спробу та натиснути кнопку «Завершити спробу». На наступному екрані пропонується переглянути «Результати спроби». У випадку, якщо здобувач вищої освіти згоден із наведеною інформацією за результатами спроби, потрібно натиснути кнопку «Відправити все та завершити». Якщо потрібно доопрацювати певні питання та час ще не вичерпано, можна натиснути кнопку «Повернутися до спроби».

Після надсилання тестового завдання корегування відповідей та надання нових відповідей неможливе.

Кожна частина АЕ оцінюється окремо.

Теоретична частина АЕ оцінюється в автоматичному режимі засобами платформи Moodle як добуток кількості наданих правильних відповідей на тести закритого типу на їх вагомість. Вагомість одного тесту закритого типу – 1 бал. При відсутності відповіді або при невірній відповіді виставляється оцінка у 0 балів.

Практична частина перевіряється та оцінюється членами екзаменаційної комісії в асинхронному режимі. Максимальна кількість балів за правильне вирішення ситуаційної задачі – 10 балів.

Члени екзаменаційної комісії в якості протоколу отримують результати складання АЕ із модулю «Оцінки».

Підсумкова оцінка за виконання завдань АЕ складається з двох частин - оцінки за теоретичну частину, що містить 90 тестових завдань з трьох дисциплін, та оцінки за практичне завдання – розв'язання задачі, та максимально становить 100 балів за шкалою ECTS.

Структура модулю тест «АЕ_Бакалавр_242_Туризм» та особливості його оцінювання наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Структура тесту та особливості його оцінювання

Назва дисципліни	Кількість тестів у базі	Кількість тестів, що входять до білету з АЕ	Вага одного тестового завдання, балів	Максимальна кількість балів
Основи туризмознавства	300	30 (з 1 по 30 питання)	1	30
Географія туризму	300	30 (з 31 по 60 питання)	1	30
Міжнародний туризм	300	30 (з 61 по 90 питання)	1	30
Комплексне ситуаційне завдання (задача)	20	91 питання	10	10
Всього:				100

Методика оцінювання практичної частини АЕ.

Оцінювання результатів розв'язання практичного завдання (ситуаційної задачі) здійснюється безпосередньо членами Екзаменаційної комісії відповідно до шкали оцінювання, що наведено у таблиці 2.

Таблиця 2

Шкала оцінювання практичної частини АЕ	
Критерії оцінювання	Сума балів
Завдання виконано у повному обсязі, розрахунки правильні, висновки аргументовані, оформлення правильне та акуратне	10
Завдання виконано у повному обсязі, але допущено незначні неточності в розрахунках або в оформленні, висновки недостатньо аргументовані	від 8 до 9
Завдання виконано не менше ніж на 60% при правильному оформленні або не менше ніж на 70%, якщо допущені незначні помилки в розрахунках чи оформленні	від 5 до 7
Завдання виконано менше ніж на 50%, допущені помилки в розрахунках чи оформленні, висновки необґрунтовані або відсутні	від 1 до 4
Завдання не виконано або виконано не вірно	0

Загальне оцінювання атестаційного екзамену за 100-бальною шкалою здійснюється шляхом підсумовування балів за усі частини АЕ за формулою:

$$\text{Загальна оцінка} = \text{оцінка за теоретичну частину} + \text{оцінка за практичну частину}$$

Підсумкова оцінка виставляється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів атестаційного екзамену (табл. 3). Оцінка за національною шкалою має бути еквівалентною оцінці за шкалою ECTS.

Таблиця 3

Шкала оцінювання загальних результатів АЕ			
100-бальна	Національна шкала	ECTS	Рівень досягнень
90-100	5	A	відмінно
80-89	4	B	дуже добре
75-79	4	C	добре
70-74	3	D	задовільно
60-69	3	E	достатньо
35-59	2	FX	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю
0-34	2	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням залікового кредиту

Тривалість атестаційного екзамену становить 3 години, з яких 2 години 15 хвилин відводиться на виконання теоретичної частини і 45 хвилин – на розв'язання ситуаційної задачі.

Результати АЕ оголошуються заступником голови ЕК після закінчення перевірки усіх завдань не пізніше наступного робочого дня на відкритому засіданні Екзаменаційної комісії.

ЧАСТИНА 2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДГОТОВКИ ДО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

«ОСНОВИ ТУРИЗМОЗНАВСТВА»

Вивчення дисципліни дозволяє сформувати професійні компетенції:

Знання і розуміння:

знання історичних передумов виникнення та розвитку туризму
усвідомлення сутності туризму, його класифікаційних видів та форм
поглиблені знання організаційних форм та видів туризму згідно Закону України

«Про туризм»

знання туристично-рекреаційних ресурсів, спроможних задовольнити потреби людини в процесі туристичної діяльності.

сучасні уявлення про туристичне районування світу та України

розуміння основних туризмологічних концепцій

знання типів закладів ресторанного господарства

розуміння напрямів реалізації державного регулювання в галузі туризму

знання істотних умов договору на туристичне обслуговування

Застосування знань і розуміння:

здатність визначити обов'язки суб'єктів туристичної діяльності щодо забезпечення безпеки в галузі туризму

здатність використовувати загальні вимоги до якості устаткування та оснащення готелів різних категорій

здатність визначити специфічні ознаки та відмінності між туристичними операторами та туристичними агентами

здатність застосовувати туризмологічні моделі та концепції

здатність застосовувати на практиці знання основних теорій конфлікту в туризмі

здатність використовувати Карту туристичних ризиків задля визначення об'єму необхідних зусиль для пом'якшення або нівелювання ризиків подорожей

вміння укласти договір на туристичне обслуговування, здійснити зміни до договору або розірвати його

Формування суджень:

здатність розкрити зв'язки між теорією і практикою туристичної діяльності

здатність критично осмислити основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму

здатність визначати місце суб'єктів туристичної індустрії на ринку туристичних послуг

Основна література

1. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2- вид. перероб. та доп.– К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.
2. Тонкошкур М. В. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Організація туризму» (Основи туризмознавства) / М. В. Тонкошкур, В. В. Абрамов, Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 134 с. 2- вид. перероб. та доп.– К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.
3. Туризмолія (теорія туризму). Навчально-методичний посібник зі спецкурсу. / Пазенюк В.С., Федорченко В.К., Кручек О.А., Мініч І.М. – К.: КУТЕП, 2010. – 70 с.

Додаткова література

1. Абрамов В. В. Історія туризму: підруч./ В. В. Абрамов, М. В. Тонкошкур. – Харків : Видавництво «Форт», 2010. – 286 с.: іл.
2. Биржаков М. Б. Введение в туризм. Издание 9-е, переработанное и дополненное / М. Б. Биржаков – СПб.: «Издательский дом Герда», 2007. – 576 с.
3. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.Л. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с
4. Дурович А.П. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / А.П. Дурович. – Мн. : Новое знание, 2005. – 496 с.
5. Зорин И.В. Энциклопедия туризма / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 368 с.
6. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. / О.Б. Моргулець. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.
7. 190.Морозов М.А. Экономика туризма: учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с
8. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма; Учебник / В. А. Квартальнов. – М.: «Финансы и статистика», 2003. – 672с.
9. Кирилова О. Маркетинг на ринку туристичних послуг / О. Кирилова // Маркетинг в Україні. – 2009. - №3. – С. 57-59.
10. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 298 с.
11. Туризмолія: концептуальні засади теорії туризму: науково-навчальне видання. – К.: КУТЕП, 2008. -825 с.
12. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії : навч. посіб. / Н.В. Чорненька. – Київ : Атіка, 2006. – 264 с.

Інформаційні ресурси

1. Закон України «Про курорти» від 05.10.2000 № 2026-III [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2026-14>
2. Закон України «Про Туризм» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-vp>
3. Хартія туризму від 01.01.1985 [Електронний ресурс] // Всесвітня туристична організація. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_640
4. Глобальный этический кодекс туризма від 01.10.1999 [Електронний ресурс] // Всесвітня туристична організація. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/983_001
5. Гагская декларация Межпарламентской конференции по туризму від 14.04.1989 [Електронний ресурс] // ООН. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_904

6. Туристична асоціація України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.tau.org.ua>
7. Українська асоціація активного та екологічного туризму [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://uaeta.org>
8. Громадська спілка «Асоціація сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму в Україні» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://awgt.nuft.edu.ua/page/view/protocol>
9. Спілка сприяння розвитку сільському зеленому туризму [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua>
10. Асоціація готельних об'єднань та готелів міст України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://mydim.ua/information/union/hotelinua/>
11. The World Tourism Organization [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www2.unwto.org>.
12. The World Travel and Tourism Council [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.wttc.org>.

ТЕМА 1. Історичні передумови виникнення та розвитку туризму

- 1.1. Початковий етап розвитку туризму.
- 1.2. Етап становлення організованого туризму.
- 1.3. Етап формування індустрії туризму.
- 1.4. Етап масового туризму та глобалізації туристичної індустрії.

Залежно від мотивації і способу подорожей та розвитку транспортних засобів, кількості подорожуючих й охоплення туризмом різних верств суспільства історичний шлях розвитку туризму можна поділити на чотири етапи:

- до 1841 р. - початковий етап;
- з 1841 по 1914 р. - етап становлення організованого туризму (туризму як галузі);
- з 1914 по 1945 р. - етап формування індустрії туризму;
- з 1945 р. до наших днів - етап масового туризму та глобалізації туристичної індустрії.

Початковому етапу розвитку подорожей і туризму характерні риси: розвиток торгівлі, розвиток релігій, розвиток культури і мистецтва, пізнання людиною природи, збільшення частки вільного часу.

Етапу становлення організованого туризму характерні риси: розвиток науково-технічного прогресу, туризм формується як окремий елітний вид відпочинку для заможних верств населення, створення туристичної інфраструктури (туристичні фірми, готелі, заклади харчування та розваг для подорожуючих, транспортні агенції), поява перших туристичних кадрів (менеджери туризму, турагенти, екскурсоводи, гіді, інструктори), створення нових туристичних центрів, курортів.

Етапу формування індустрії туризму характерні такі риси: туризм як галузь економіки вже існує; швидко формується туристична індустрія; з'являються державні та міжнародні туристичні організації, що свідчить про вихід туризму на державний та міжнародний рівні; офіційно встановлюються відпустки для працюючих, що дозволяє здійснювати подорожі людям, зайнятим на виробництві; розширюється географія туристичних подорожей.

Етапу масового туризму та глобалізації туристичної індустрії характерні такі риси: значне зростання добробуту населення; збільшення частки вільного часу; на державному рівні встановлені обов'язкові оплачувані відпустки для працюючих; активно функціонує та розвивається туристична індустрія; туризм стає головною галуззю економіки багатьох країн;

створені та функціонують основні міжнародні туристичні організації; туризм стає масовим явищем у світі, доступним для більшості громадян розвинених країн; туризм стає одним із чинників глобалізаційних процесів у світі.

ТЕСТИ

1. Початковому етапу розвитку туризму характерні риси

- А. розвиток торгівлі, розвиток релігій, розвиток культури і мистецтва, пізнання людиною природи, збільшення частки вільного часу
- В. розвиток науково-технічного прогресу, створення туристичної інфраструктури, поява перших туристичних кадрів
- С. поява державних та міжнародних туристичних організацій, розширення географії туристичних подорожей, швидке формування туристичної індустрії
- Д. встановлення обов'язково оплачуваної відпустки для працюючих, туризм стає головною галуззю економіки багатьох країн, туризм стає масовим явищем у світі, доступним для більшості громадян розвинених країн

2. Перше туристичне агентство відкрив

- А. Карл Різель
- В. Джон Хертц
- С. Томас Кук
- Д. Вільям Фостер

3. Гальмування розвитку етапу формування індустрії туризму було спричинено

- А. наслідки Першої світової війни
- В. світовою економічною кризою 1929-1933 рр.
- С. початком Другої світової війни
- Д. усі відповіді вірні

4. Туризм на етапі становлення організованого туризму

- А. характеризувався революційними перетвореннями в сфері виробництва
- В. мав комерційну спрямованість туристичних фірм, що дозволяло вважати його галуззю бізнесу
- С. був масовим явищем у світі, доступним для більшості громадян країн
- Д. не був організованим, масовим явищем, а також не мав комерційної спрямованості

5. Туризм на етапі масового туризму та глобалізації туристичної індустрії

- А. характеризувався революційними перетвореннями в сфері виробництва
- В. мав комерційну спрямованість туристичних фірм, що дозволяло вважати його галуззю бізнесу
- С. був масовим явищем у світі, доступним для більшості громадян країн
- Д. не був організованим, масовим явищем, а також не мав комерційної спрямованості

ТЕМА 2. Класифікація видів та форм туризму

- 2.1. Класифікація видів туризму за метою
- 2.2. Класифікація видів туризму за часовими характеристиками, терміном та тривалістю
- 2.3. Класифікація видів туризму за індивідуальними запитами
- 2.4. Класифікація видів туризму за фінансовими можливостями
- 2.5. Організаційні форми та види туризму згідно Закону України «Про туризм»

Екскурсійний туризм – подорож із пізнавальною метою. Це найбільш поширена форма туризму, якою займаються сучасні вітчизняні туристичні фірми. Бажання громадян України ознайомитися з історичними, культурними, природними та іншими пам'ятками різних регіонів України та за кордоном, задовольняється великою кількістю пропозицій туристичних підприємств (фірм, організацій).

Рекреаційний туризм – подорож із метою відпочинку, оздоровлення і лікування. Цей вид туризму поширений не тільки в Україні, а й у всьому світі.

Діловий туризм – це обслуговування клієнта під час виконання ним професійних обов'язків як за місцем проживання, так і в інших регіонах, що дозволяє більш якісно і з меншими витратами організувати свою діяльність або поїздку.

Етнічний туризм - поїздки з метою побачень з рідними та близькими. Ця форма туризму пов'язана з відвідуванням і виїздом у віддалені регіони або інші країни. Туристичні організації допомагають з оформленням проїзних квитків, закордонних паспортів, візових формальностей.

Спортивний туризм - поїздки з метою участі в спортивних заходах та підтримки улюблених команд. До послуг туристичних фірм звертаються керівники спортивних команд, організатори змагань, об'єднання вболівальників та окремі громадяни.

Релігійний туризм - подорож, яка має за мету виконання релігійних процедур, місій, відвідування святих місць та ін. Як правило, туристичні фірми обслуговують, в основному, традиційні маршрути.

Пригодницький туризм – туризм пов'язаний із фізичними навантаженнями, а іноді і з небезпекою для життя.

Соціальний туризм - це подорож із метою участі в громадських заходах (мітинги, демонстрації, публічні виступи, марші).

Екологічний туризм - екскурсії та подорожі з турботою про навколишнє середовище.

Сільський, зелений туризм - тимчасове переміщення туристів у сільську місцевість з метою відпочинку та ознайомлення з місцевим способом життя, культурою, традиціями, звичаями.

Туризм груповий за відпрацьованими маршрутами – найбільш дешева форма за інших рівних умов. Низька ціна пояснюється знижками, які надаються туристичним групам. Знижки мають місце і при виборі традиційного для туристичних фірм маршруту (їх надають підприємства транспорту, розміщення, харчування, які обслуговують маршрут).

Туризм індивідуальний за відпрацьованими маршрутами – більш дорогий вид подорожі, оскільки при його оформленні не діють знижки, які надаються групам.

Туризм груповий за індивідуальними маршрутами – знижки надаються у випадку оптимального розміру групи (наприклад, визначеного по кількості місць в туристичному автобусі), а також залучення в індивідуальний маршрут традиційних місць відпочинку.

Туризм індивідуальний за індивідуальними маршрутами – найбільш дорога форма обслуговування, оскільки всі перераховані вище знижки тут не діють. При організації такої подорожі необхідна розробка та додаткове відпрацювання маршруту.

До *міжнародного туризму належать*: візний туризм - подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та виїзний туризм - подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни.

Внутрішнім туризмом є подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території.

ТЕСТИ

1. Екскурсійний туризм

А. подорож із пізнавальною метою

В. подорож із метою відпочинку, оздоровлення і лікування

С. обслуговування клієнта під час виконання ним професійних обов'язків

D. поїздки з метою побачень з рідними та близькими

2. Рекреаційний туризм

A. подорож із пізнавальною метою

B. подорож із метою відпочинку, оздоровлення і лікування

C. подорож, яка має за мету виконання релігійних процедур, місій, відвідування святих місць

D. поїздки з метою побачень з рідними та близькими

3. Діловий туризм

A. туризм пов'язаний із фізичними навантаженнями, а іноді і з небезпекою для життя

B. подорож із метою відпочинку, оздоровлення і лікування

C. обслуговування клієнта під час виконання ним професійних обов'язків

D. поїздки з метою побачень з рідними та близькими

4. Етнічний туризм

A. подорож, яка має за мету виконання релігійних процедур, місій, відвідування святих місць

B. подорож із метою відпочинку, оздоровлення і лікування

C. обслуговування клієнта під час виконання ним професійних обов'язків

D. поїздки з метою побачень з рідними та близькими

5. Спортивний туризм

A. туризм пов'язаний із фізичними навантаженнями, а іноді і з небезпекою для життя

B. поїздки з метою участі в спортивних заходах та підтримки улюблених команд

C. подорож із метою участі в громадських заходах (мітинги, демонстрації, публічні виступи, марші)

D. екскурсії та подорожі з турботою про навколишнє середовище

ТЕМА 3. Туристичні ресурси

3.1. Туристично-рекреаційні ресурси

3.1.1. Історико-культурні рекреаційні ресурси

3.1.2. Природні рекреаційні ресурси

3.1.3. Туризм і екологія.

3.2. Туристичне районування світу

3.3. Туристичне районування України

Туристичні ресурси – природно-кліматичні, соціокультурні, історичні, архітектурні й археологічні, наукові і промислові, видовищні, культові та інші об'єкти або явища, спроможні задовольнити потреби людини в процесі туристичної діяльності.

Туристично-рекреаційні ресурси – це компоненти географічного довкілля, об'єкти антропогенної діяльності, які завдяки таким властивостям, як унікальність, історична або художня цінність, оригінальність, естетична привабливість і лікувально-оздоровлювальна значущість, можуть бути використані для організації різноманітних видів рекреаційних занять.

Історико-культурні туристичні ресурси – це сукупність створених у процесі історичного розвитку певної території пам'яток матеріальної і духовної культури, які є об'єктами туристського інтересу.

До *історико-культурних рекреаційних ресурсів* належать історичні, історико-архітектурні пам'ятки, пам'ятки сучасної архітектури, унікальні споруди тощо. Історико-культурний потенціал, матеріальні та духовні цінності народу дуже важливі для формування світогляду задоволення матеріальних, а серед них і туристичних потреб.

Природні рекреаційні ресурси: гірські ландшафти придатні для відпочинку, оздоровлення і гірськолижного туризму; морські узбережжя, береги річок та озер, придатні для приморського та пляжного відпочинку; території з комфортним кліматом, лісами, мінеральними джерелами, лікувальними грязями, національні парки, заповідники чи неосвоєні території.

Бальнеологічні ресурси – природні лікувальні речовини, які використовуються для немедикаментозного лікування на курортах і в позакурортних умовах.

Фітолікувальні ресурси обмежуються параметрами рекреаційного використання лісів, їхніми водоохоронно-захисними властивостями, цілющим впливом на організм людини і сприятливим санітарно-гігієнічним фоном для лікування, відпочинку, туризму.

Печери – це підземні порожнини, іноді дуже великих розмірів, які утворюються в легкорозчинних осадових породах (вапняку, кам'яній солі, гіпсі) внаслідок дії підземних вод (карстові печери).

ТЕСТИ

1. Історико-культурні рекреаційні ресурси

A. фітолікувальні та кліматичні ресурси

B. історичні, історико-архітектурні пам'ятки, пам'ятки сучасної архітектури, унікальні споруди тощо

C. гірські ландшафти придатні для відпочинку та оздоровлення, морські узбережжя, береги річок та озер, придатні для приморського та пляжного відпочинку

D. бальнеологічні, ландшафтні та пляжні ресурси

2. Природні рекреаційні ресурси

A. архітектурні й археологічні, наукові і промислові об'єкти або явища, спроможні задовольнити потреби людини в процесі туристичної діяльності

B. сукупність створених у процесі історичного розвитку певної території пам'ятників матеріальної і духовної культури, які є об'єктами туристського інтересу

C. гірські ландшафти придатні для відпочинку та оздоровлення, морські узбережжя, береги річок та озер, придатні для приморського та пляжного відпочинку

D. усі відповіді вірні

3. Список об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в Україні станом на 2017 рік налічує

A. 11 найменувань

B. 9 найменувань

C. 5 найменувань

D. 7 найменувань

4. З-поміж українських об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО

A. 3 є об'єктами культурного й 3 - природного типу

B. 5 є об'єктами культурного й 2 - природного типу

C. 7 є об'єктами культурного й 1 - природного типу

D. 6 є об'єктами культурного й 1 - природного типу

5. До бальнеологічних рекреаційних ресурсів належать

A. підземні порожнини, які утворюються в легкорозчинних осадових породах (вапняку, кам'яній солі, гіпсі)

B. незаймані ділянки лісів, карсти, водоспади, провалля, кратери вулканів, гірські схили, окремі скелі чи вершини

C. лікувальні мінеральні води та пелоїди (грязі)

D. лісові ресурси та їх цілющий вплив на організм людини

ТЕМА 4. Основні туризмологічні концепції

- 4.1. Модель туриста за Жафаром Жафарі
- 4.2. Модель туризму за Жафаром Жафарі
- 4.3. Концепція туризму як зустрічі
- 4.4. Теорія периферії В. Крісталера
- 4.5. Теорія дифузії інновацій
- 4.6. Модель циклу еволюції туристичного простору Р.В. Бутлера
- 4.7. Концепція туристичної функції
- 4.8. Концепція району (території) туристичної активності
- 4.9. Концепція територіальних рекреаційних систем
- 4.10 Теорії конфлікту в туризмі

Модель туриста за Жафаром Жафарі описує зміни, що відбуваються у психіці туриста в процесі підготовки до виїзду, перебування туриста і повернення до свого середовища проживання. Згідно з Ж. Жафарі, ця модель представляє певний образ туриста і його змін, де можна виділити *шість елементів і процесів, які характеризують особу туриста*.

Соціокультурна модель туризму за Жафаром Жафарі. У цій концепції в рамках світової мегасистеми туристичного руху передбачено існування двох систем - *системи висилаючої (повсякдення)* та *системи приймаючої (неповсякдення)*. Висилаючою системою може бути вся країна або міська агломерація, приймаючою ж системою є території туристичної рецепції.

Теорія периферії, сформульована в 60-их роках XX ст. В. Крісталлером, яку називають ще теорією розташування об'єктів туризму і відпочинку, є концепцією, що пояснює причини і мотиви вибору визначених місць і регіонів як територій, що служать для потреб відпочинку.

Концепція циклу еволюції туристичного простору стверджує, що *розвиток туристичного регіону відбувається відповідно до визначеного циклу, в якому можна виділити певні характерні етапи*. Внаслідок зростання туристичного руху та збільшення об'єктів готельного типу, туристичний регіон досягає визначеного рівня розвитку, проходячи від початкової стадії до повної зрілості.

Концепція району туристичної активності (TBD - англ. Tourist Business District) використовується для аналізу просторової організації і функціонування туризму в багатофункційних міських центрах. Опрацював її Д. Гец (1993), який в результаті порівняльного аналізу розвитку туризму в містах зауважив закономірність, яка полягає в *концентрації туристичного руху тільки в деяких районах міста*.

Концепція територіальних рекреаційних систем (TRC) є одним з системних трактувань організації туризму і відпочинку, сформульованим в 70-х роках XX ст. В.С. Пріображенським і Ю.А. Веденіною. Кожна територіальна рекреаційна система складається з *п'ятих підсистем*: учасники відпочинку (туристи); туристичні принади (природні та антропогенні); технічна інфраструктура (в тому числі місця для ночівлі, заклади харчування, транспортна мережа); персонал, що працює у сфері обслуговування туристів; установи, які управляють рекреаційною системою (напр. органи місцевої влади, пов'язані з функціонуванням туризму).

Основою розвитку *теорії конфлікту* є відмінності цінностей а також розходження мети та інтересів сторін, що беруть участь в туризмі. Потенційних та актуальних конфліктних ситуацій як наслідок розвитку туризму можна шукати між: туризмом і природним середовищем (конфлікт середовища; людина – середовище); туризмом та іншими суспільно-господарськими і природоохоронними функціями на території туристичної рецепції (функціональні конфлікти); між різними формами туризму (конфлікт усередині туризму); між суспільними групами в туризмі (суспільний конфлікт).

ТЕСТИ

1. Модель туриста за Жафаром Жафарі

- А. описує зміни, що відбуваються у психіці туриста в процесі підготовки до виїзду, перебування туриста і повернення до свого середовища проживання
- В. пояснює причини і мотиви вибору визначених місць і регіонів як територій, що служать для потреб відпочинку
- С. описує розвиток туристичного регіону відповідно до визначеного циклу, в якому можна виділити певні характерні етап
- Д. використовується для аналізу просторової організації і функціонування туризму в багатофункційних міських центрах

2. Теорія периферії В. Крісталера

- А. описує зміни, що відбуваються у психіці туриста в процесі підготовки до виїзду, перебування туриста і повернення до свого середовища проживання
- В. пояснює причини і мотиви вибору визначених місць і регіонів як територій, що служать для потреб відпочинку
- С. описує розвиток туристичного регіону відповідно до визначеного циклу, в якому можна виділити певні характерні етап
- Д. використовується для аналізу просторової організації і функціонування туризму в багатофункційних міських центрах

3. Модель циклу еволюції туристичного простору Р.В. Бутлера

- А. описує зміни, що відбуваються у психіці туриста в процесі підготовки до виїзду, перебування туриста і повернення до свого середовища проживання
- В. пояснює причини і мотиви вибору визначених місць і регіонів як територій, що служать для потреб відпочинку
- С. описує розвиток туристичного регіону відповідно до визначеного циклу, в якому можна виділити певні характерні етап
- Д. використовується для аналізу просторової організації і функціонування туризму в багатофункційних міських центрах

4. Концепція району (території) туристичної активності

- А. описує зміни, що відбуваються у психіці туриста в процесі підготовки до виїзду, перебування туриста і повернення до свого середовища проживання
- В. пояснює причини і мотиви вибору визначених місць і регіонів як територій, що служать для потреб відпочинку
- С. описує розвиток туристичного регіону відповідно до визначеного циклу, в якому можна виділити певні характерні етап
- Д. використовується для аналізу просторової організації і функціонування туризму в багатофункційних міських центрах

5. Соціокультурною моделлю туризму за Жафаром Жафарі передбачено існування двох систем

- А. системи центру та системи периферії
- В. системи висилаючої (повсякдення) та системи приймаючої (неповсякдення)
- С. експансивної системи та релокаційної системи
- Д. системи експлорація та системи консолідації

ТЕМА 5. Туристична індустрія

Згідно Закону України «Про туризм» *суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність*, є «...юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг».

Продуценти туристичного ринку, які виробляють певні компоненти туристичного продукту – туристичні підприємства, які безпосередньо виробляють туристичний продукт та обслуговують туристів та подорожуючих осіб.

Туристичні підприємства, які комбінують комплексний туристичний продукт та здійснюють організаторську та посередницьку діяльність із надання туристичних послуг. Необхідність формування комплексного туристичного продукту з метою задоволення потреб туристів стала передумовою створення таких туристичних підприємств як туристичні оператори та агенти.

Згідно Закону України «Про туризм» *туристичні оператори (туроператор)* – «...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».

Згідно Закону України «Про туризм» *туристичні агенти (турагенти)* – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг.

Готель – підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням.

Готельна послуга – дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням.

Аналогічні засоби розміщення – підприємства будь-якої організаційно-правової форми власності, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включно з щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів.

Ресторанне господарство (РГ) - вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надавання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього.

Заклад ресторанного господарства – організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) доготовляє, продає і організовує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організовувати дозвілля споживачів.

Пасажирський залізничний транспорт міжміського сполучення: залізничні перевезення пасажирів головними залізничними магістралями, що пролягають на значній географічній території, з використанням рухомого складу залізничних компаній; залізничні пасажирські перевезення міжміського сполучення; експлуатацію спальних вагонів і вагонів-ресторанів як інтегровану діяльність залізничних компаній.

Пасажирський наземний транспорт міського та приміського сполучення: пасажирські наземні перевезення міського та приміського сполучення. Зазначені перевезення здійснюються такими видами наземного транспорту, як автобуси, трамваї, тролейбуси, метро, підвісні залізниці тощо, за встановленими маршрутами відповідно до заздалегідь розроблених розкладів із посадкою та висадкою пасажирів на спеціально відведених станціях; перевезення

за маршрутами "місто-аеропорт" або "місто-вокзал" (крім подібних перевезень автобусами); перевезення фунікулерами, підвісними канатними дорогами тощо, якщо вони складають систему міських і приміських транспортних перевезень.

Пасажирський морський транспорт: пасажирські рейсові та нерейсові перевезення морським транспортом; надання в оренду прогулянкових човнів з екіпажем для перевезень морем і прибережними водами (наприклад, для рибних круїзів).

Пасажирський річковий транспорт: пасажирські перевезення річками, каналами, озерами та іншими внутрішніми водами, у т.ч. усередині гаваней і морських портів; надання в оренду прогулянкових катерів з екіпажем для перевезення внутрішніми водами.

Пасажирський авіаційний транспорт: перевезення пасажирів авіаційним транспортом за встановленим маршрутом і розкладом; чартерні пасажирські рейси; польоти з метою огляду краєвидів і визначних пам'яток; надання в оренду авіаційних транспортних засобів задля пасажирських перевезень; авіаційна діяльність загального характеру.

ТЕСТИ

1. Згідно Закону України «Про туризм» туристичні оператори

- A. юридичні, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності
- B. підприємства, функція яких полягає в основному в продажу права на користування певною послугою, яка надається іншими організаціями, в певний момент часу і на певних умовах
- C. юридичні особи, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг
- D. підприємства, діяльність яких спрямована на здійснення продажів туристичних, екскурсійних, транспортних і готельних послуг населенню та комерційним клієнтам

2. Згідно Закону України «Про туризм» туристичні агенти

- A. юридичні особи, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту
- B. юридичні, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності
- C. підприємства, що комбінують дві або більше туристські послуги і продають їх через агентства або безпосередньо кінцевим споживачам як єдиний продукт
- D. підприємства, діяльність яких спрямована на організацію і формування турів

3. Мінімальний розмір фінансового забезпечення туристичного оператора згідно законодавства України має становити суму, еквівалентну не менше ніж

- A. 2000 євро
- B. 4000 євро
- C. 20000 євро
- D. 40000 євро

4. Мінімальний розмір фінансового забезпечення туристичного агента згідно законодавства України має становити суму, еквівалентну не менше ніж

- A. 2000 євро
- B. 4000 євро
- C. 6000 євро
- D. 8000 євро

5. Продуценти туристичного ринку, які виробляють певні компоненти туристичного продукту – туристичні підприємства, які

- A. безпосередньо виробляють туристичний продукт та обслуговують туристів та подорожуючих осіб
- B. комбінують комплексний туристичний продукт
- C. здійснюють організаторську діяльність із надання туристичних послуг
- D. посередницьку діяльність із надання туристичних послуг

ТЕМА 6. Безпека туристичної подорожі

6.1. Безпека в галузі туризму: сутність та обов'язки суб'єктів туристичної діяльності

6.2. Розташування країн світу на The Travel Risk Map

Згідно Закону України «Про туризм» *безпека в галузі туризму* – сукупність факторів, що характеризують соціальний, економічний, правовий та інший стан забезпечення прав і законних інтересів громадян, юридичних осіб та держави в галузі туризму.

Карта туристичних ризиків показує рейтинг медичного ризику кожної країни та рейтинг ризиків безпеки подорожі. Поєднання цих рейтингів призводить до появи можливості комплексного огляду ризиків за місцем призначення, який служить задля визначення об'єму необхідних зусиль для пом'якшення або нівелювання ризиків подорожей.

Рейтинги *медичних ризиків країн* оцінює ряд ризиків для здоров'я, використовуючи загальнодоступні та внутрішні джерела даних. До факторів, які оцінюють при складанні медичних ризиків включають: інфекційні захворювання, фактори навколишнього середовища, стандарт та наявність місцевої екстреної медичної та стоматологічної допомоги, доступ до якісних фармацевтичних запасів, вимога до медичної евакуації, оцінюючи також культурні, мовні або адміністративні бар'єри.

За *медичним ризиком* країни ранжуються за наступною шкалою:

- країни з низьким медичним ризиком;
- країни з середнім медичним ризиком;
- країни з високим медичним ризиком;
- країни з дуже високим медичним ризиком;
- країни з низьким медичним ризиком;
- країни з мінливим рівнем ризиків.

Рейтинг ризиків безпеки подорожі оцінює країни світу за загрозами для туристів та подорожуючих за політичними ризиками в країні перебування (включаючи тероризм, повстання, політичні заворушення, війни), соціальні заворушення (включаючи сектантські та етнічне заворушення), а також насильницькі та дрібні злочини.

За *ризиком безпеки подорожі* країни ранжуються за наступною шкалою:

- країни з екстремальним ризиком безпеки подорожі;
- країни з високим ризиком безпеки подорожі;
- країни з середнім ризиком безпеки подорожі;
- країни з низьким ризиком безпеки подорожі;
- країни з незначним ризиком безпеки подорожі.

ТЕСТИ

1. З метою забезпечення безпеки туристів суб'єкти туристичної діяльності, здійснюючи відповідний вид діяльності, зобов'язані

- A. подавати відомості про зниклих осіб
- B. оперативно інформувати органи місцевої влади та відповідальних осіб про надзвичайні ситуації, в яких опинилися туристи

- C. забезпечувати надання оперативної допомоги особам, які постраждали під час подорожі
- D. усі відповіді вірні

2. Країни з екстремальним ризиком безпеки подорожі

- A. протести часто бувають насильницькими і можуть націлюватися на іноземців, а також можуть загостритись через проблеми управління, включаючи безпеку чи спроможність до правопорядку
- B. державний контроль та правопорядок можуть бути мінімальними чи не існувати на великих територіях країни
- C. періодичні політичні заворушення, насильницькі протести, повстання та/або випадкові акти тероризму
- D. рівень злочинності є низьким, а расові, сектантські або політичні насильства чи громадянські хвилювання є рідкістю

3. Країни з низьким ризиком безпеки подорожі

- A. жорстокі злочини та тероризм створюють значні ризики для мандрівників
- B. не існує значного політичного насильства чи громадянських заворушень, а також загального, расового або цілеспрямованого насильства щодо іноземців
- C. періодичні політичні заворушення, насильницькі протести, повстання та/або випадкові акти тероризму
- D. рівень злочинності є низьким, а расові, сектантські або політичні насильства чи громадянські хвилювання є рідкістю

4. Країни з середнім ризиком безпеки подорожі

- A. жорстокі злочини та тероризм створюють значні ризики для мандрівників
- B. якщо тероризм є загрозою, терористичні групи мають обмежені оперативні можливості, а терористичні акти зустрічаються рідко
- C. подорожуючи можуть зазнати ризику від загального, сектантського або расового насильства та насильницького злочину
- D. сектантське або расове насильство є звичайним явищем, та може бути орієнтовано безпосередньо на іноземців

5. Складова «Безпека та охорона» Індексу конкурентоспроможності країн у секторі подорожей і туризму розраховується за допомогою показників

- A. затрати бізнесу на боротьбу зі злочинністю; надійність поліції; затрати бізнесу на боротьбу з тероризмом; індекс тероризму; рівень вбивств
- B. забезпеченість лікарями; доступ до безпечної питної води; забезпеченість лікарнями
- C. урядові витрати на індустрію туризму; ефективність маркетингу для залучення туристів
- D. ефективність правових рамок врегулювання суперечок; вплив оподаткування на стимули до інвестування

ТЕМА 7. Державна політика та державне регулювання в галузі туризму

- 7.1. Шляхи реалізації та цілі державного регулювання в галузі туризму
- 7.2. Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму
- 7.3. Інституційне забезпечення розвитку ринку туристичних послуг
- 7.4. Мережа державних органів інституційно-правового управління та регулювання розвитку туризму

Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:

- визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;

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

Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є:

- забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;
- безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;
- збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;
- створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

Основними пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму є:

- удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;
- забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць;
- розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму;
- розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;
- створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;
- забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, осіб з інвалідністю та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб.

ТЕСТИ

1. Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом

- A. визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму
- B. визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони

- C. спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму
- D. усі відповіді вірні

2. Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом

- A. встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу
- B. організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму
- C. визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму
- D. усі відповіді вірні

3. Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму

- A. розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку; створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного та прикордонного регулювання
- B. створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності
- C. збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій
- D. координація наукових досліджень та підготовка кадрів у галузі туризму; участь в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму

4. Виключні повноваження Верховної Ради України в галузі туризму

- A. затвердження нормативно-правових актів, що регулюють відносини в галузі туристичної діяльності
- B. розробка та затвердження програми розвитку туризму в Україні і фінансування їх виконання відповідно до бюджетного законодавства
- C. здійснення державного управління та забезпечення реалізації державної політики в галузі туризму;
- D. визначення основних напрямів державної політики в галузі туризму; визначення правових засад регулювання відносин у галузі туризму; визначення в законі про Державний бюджет України обсягу фінансового забезпечення туристичної галузі

5. Повноваження Кабінету Міністрів України в галузі туризму

- A. затвердження нормативно-правових актів, що регулюють відносини в галузі туристичної діяльності; забезпечення раціонального використання туристичних ресурсів
- B. визначення основних напрямів державної політики в галузі туризму; визначення правових засад регулювання відносин у галузі туризму
- C. розроблення пропозицій щодо формування та реалізації державної політики у сфері туризму та курортів
- D. забезпечення розроблення та виконання програм розвитку туризму та курортів

ТЕМА 8. Організація туристичної діяльності

- 8.1 Ліцензування та стандартизація туристичної діяльності
- 8.2 Встановлення категорій об'єктів туристичної інфраструктури
- 8.3. Договір на туристичне обслуговування

Ліцензування туроператорської діяльності здійснюється з метою створення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг та забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування

Державна система стандартизації у сфері туристичної діяльності спрямована на:

- захист інтересів споживачів і держави з питань безпеки туризму, життя і здоров'я громадян, охорони майна та довкілля;
- класифікацію туристичних ресурсів України, забезпечення їх охорони, встановлення гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;
- підвищення якості товарів, робіт, послуг відповідно до потреб споживачів;
- забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій;
- взаємозамінність та сумісність товарів, робіт, послуг, їх уніфікацію;
- створення нормативної бази функціонування систем стандартизації і сертифікації товарів, робіт, послуг.

Категорії якості та рівня обслуговування об'єктам туристичної інфраструктури присвоюються з метою підвищення рівня туристичного обслуговування, сприяння споживачам у свідомому виборі туристичних послуг, забезпечення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг, забезпечення захисту прав і законних інтересів, життя, здоров'я та майна громадян, підвищення рівня екологічної безпеки.

Знак категорії об'єкта – вивіска на фасаді будівлі з інформацією про вид об'єкта та його категорію.

Договір на туристичне обслуговування укладається в письмовій чи електронній формі відповідно до закону. За договором на туристичне обслуговування одна сторона (туроператор, який укладає договір безпосередньо або через турагента) зобов'язується надати за замовленням іншої сторони (туриста) комплекс туристичних послуг (туристичний продукт), а турист зобов'язується оплатити його.

ТЕСТИ

1. Державна система стандартизації у сфері туристичної діяльності спрямована на:

- A. захист інтересів споживачів і держави з питань безпеки туризму, життя і здоров'я громадян, охорони майна та довкілля
- B. класифікацію туристичних ресурсів України, забезпечення їх охорони
- C. підвищення якості товарів, робіт, послуг відповідно до потреб споживачів
- D. усі відповіді вірні

2. Державна система стандартизації у сфері туристичної діяльності спрямована на:

- A. забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф
- B. взаємозамінність та сумісність товарів, робіт, послуг, їх уніфікацію
- C. створення нормативної бази функціонування систем стандартизації і сертифікації товарів, робіт, послуг
- D. усі відповіді вірні

3. Суб'єкт підприємницької діяльності, який отримав ліцензію на туроператорську діяльність, має

- A. виключне право на надання послуг з оформлення документів для виїзду за межі України
- B. виключне право на надання послуг з оформлення документів для в'їзду на територію України

- C. виключне право на надання послуг страхування
- D. виключне право на надання екскурсійних послуг

4. Встановлення об'єктам туристичної інфраструктури відповідної категорії здійснюється за заявою

- A. центрального органу виконавчої влади
- B. місцевої державної адміністрації
- C. власника
- D. українського науково-дослідного і навчального центру проблем стандартизації, сертифікації та якості

5. Знак категорії об'єкта туристичної інфраструктури

- A. вивіска на фасаді будівлі з інформацією про власника об'єкта
- B. вивіска на фасаді будівлі з інформацією про вид об'єкта та його категорію
- C. вивіска на фасаді будівлі з інформацією про кількість зірок
- D. вивіска на фасаді будівлі з інформацією про номерний фонд

«ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ»

Вивчення дисципліни дозволяє сформувати професійні компетенції:

Знання і розуміння:

- знання просторово-часових закономірностей організації світового та національного туризму;
- знання про туристичну освоєність та тенденції розвитку туризму в регіонах світу і України;
- розуміння про територіальну організацію туристичного господарства;
- знання теоретичних принципів туристичного районування та моделювання територіальної організації туризму;
- розуміння територіальної диференціації попиту і пропозиції на туристському ринку;
- знання туристично-рекреаційних ресурсів, спроможних задовольнити потреби людини в процесі туристичної діяльності;
- знання про тенденції формування туристичних потоків та географії туристичних міграцій;
- розуміння особливостей розвитку національного туристичного ринку.

Застосування знань і розуміння:

- вміння оцінювати та групувати туристичні ресурси, в тому числі для окремих видів туризму;
- здатність до обґрунтування та пошуку способів ефективного використання туристичних ресурсів;
- вміння професійно оперувати географічною інформацією стосовно визначення атрактивності туристичних ресурсів та оцінки туристичного потенціалу країн і регіонів;
- вміння виявляти і аналізувати шляхи підвищення якості туристичного обслуговування споживачів.

Формування суджень:

- здатність розкрити зв'язки між теорією і практикою туристичної діяльності;
- здатність критично осмислити основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму;
- здатність визначати місце суб'єктів туристичної індустрії на ринку туристичних послуг.

Основна література

1. Биртаков М. Индустрия туризма: Учеб. пособие. — М., 2001.
2. Качмарек Я. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление: учебное пособие [Электронный ресурс] / Я. Качмарек, А. Стасяк, Б. Влодарчик. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 496 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117167>
3. Квартальников В. А. Туризм: Учебник. — М., 2000.
4. Кузик С.П. Географія туризму: навч. посіб. -К.: Знання, 2011. — 217с.
5. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2-вид. перероб. та доп.— К.: Центр учбової літератури, 2012. — 368 с.
6. Пирожник И. И. Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания. — Минск, 1985.
7. Проблемное страноведение и мировое развитие. Смоленск: Изд. СГУ, 1998
8. Романов А.А, География туризма: Учебное пособие для вузов / А.А. Романов, Р.Г. Саакянц. — М.: Советский спорт, 2005. — 463 с.
9. Сенин В. С. Организация международного туризма. — М., 2000.

Додаткова література

13. 190. Морозов М.А. Экономика туризма: учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 320 с
14. Абрамов В. В. Історія туризму: підруч./ В. В. Абрамов, М. В. Тонкошкур. — Харків : Видавництво «Форт», 2010. — 286 с.: іл.
15. Биржаков М. Б. Введение в туризм. Издание 9-е, переработанное и дополненное / М. Б. Биржаков — СПб.: «Издательский дом Герда», 2007. — 576 с.
16. Дурович А.П. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / А.П. Дурович. — Мн. : Новое знание, 2005. — 496 с.
17. Зорин И.В. Энциклопедия туризма / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 368 с.
18. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма; Учебник / В. А. Квартальнов. — М.: «Финансы и статистика», 2003. — 672с.
19. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. — Чернівці: Книги-XXI, 2003. — 298 с.
20. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. - Київ: Центр на
21. вчальної літератури, 2004. - 272 с

Інформаційні ресурси

13. RIOST «Subcontracting and economy». - Brussels, 2000 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.international-commerce.ru/ponyatie-osobennosti-i-vidy-mezhdunarodnogo-proizvodstvennogo-kooperirovaniya/>.
14. The World Tourism Organization [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://www2.unwto.org>.
15. The World Travel and Tourism Council [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://www.wttc.org>.
16. UNWTO Tourism Highlights 2000—2013 — <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2013-edition>.
17. World Travel and Tourism Council Travel and Tourism 2012 — Travel and Tourism Economic Impact 2012 [Електронний ресурс]. — Режим доступа: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2012.pdf

18. Асоціація готельних об'єднань та готелів міст України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://mydim.ua/information/union/hotelinua/>
19. Гагская декларация Межпарламентской конференции по туризму від 14.04.1989 [Електронний ресурс] // ООН. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_904
20. Глобальный этический кодекс туризма від 01.10.1999 [Електронний ресурс] // Всесвітня туристична організація. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/983_001
21. Громадська спілка «Асоціація сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму в Україні» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://awgt.nuft.edu.ua/page/view/protocol>
22. Закон України «Про курорти» від 05.10.2000 № 2026-III [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2026-14>
23. Закон України «Про Туризм» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
24. Спілка сприяння розвитку сільському зеленому туризму [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua>
25. Хартия туризма від 01.01.1985 [Електронний ресурс] // Всесвітня туристична організація. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_640

ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КУРСУ «ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ»

- 1.1. Туризм як суспільне явище та об'єкт географічного дослідження
- 1.2. Функції туризму
- 1.3. Зв'язок географії туризму з іншими науками.
- 1.4. Основні терміни і поняття туризмології.

Туризм - явище поліфункціональне. Основні функції туризму: рекреаційна, соціальна, культурна, екологічна, економічна, просвітницька та виховна.

Туризм - це важлива сфера діяльності, що постає формою організації проведення вільного часу і пов'язана з відвідинами об'єктів, котрі перебувають поза межами постійного місця проживання на період до року з метою задоволення фізичних, духовних, соціальних, освітніх, оздоровчих та інших потреб без нанесення шкоди довкіллю.

Подорож - це переміщення людей у часі й просторі, а людина, яка подорожує, незалежно від мети, напрямку" засобів переміщення та часових параметрів належить до подорожуючих. Подорож може бути пов'язана з проходженням туристичним маршрутом.

Туристичний маршрут- це географічно визначена і прив'язана до конкретної місцевості й об'єктів траси подорож із можливим текстовим описом.

Турист - особа, яка здійснює подорож по Україні або в іншу країну з різною, не забороненою законом країни перебування, метою на термін від 24 годин до шести місяців без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та з зобов'язанням залишити країну або місце перебування у зазначений термін.

Екскурсанти - це відвідувачі місцевості, краю, країни, котрі перебували в них не більше ніж 24 год і не використовували засобів розміщення.

Міжнародні відвідувачі- це особи котрі подорожують у будь-яку країну, що не є для них постійним місцем проживання, і перебувають там упродовж періоду, що не перевищує року.

Внутрішні відвідувачі - особи, що проживають у будь-якій країні й подорожують будь-якою місцевістю своєї країни за межами постійного помешкання, на період не більше ніж 12 місяців.

Внутрішній туризм - це тимчасовий виїзд громадян конкретної країни з постійного місця проживання до місцевості у межах національних кордонів з метою відпочинку, лікування, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом, розваг тощо.

Міжнародний туризм - тимчасове відвідування іноземцями території іншої держави з метою отримання туристичних послуг і туристичного продукту (в'їзний туризм) та виїзд громадян із туристичною метою за межі країни постійного проживання (виїзний туризм).

Національний туризм - сукупність туристичної діяльності, пов'язаної з обслуговуванням туристів своєї держави, які беруть участь у виїзному та внутрішньому туризмі.

Туристичний продукт - це сукупність предметів споживання і послуг, які мають споживчу вартість, необхідну для задоволення потреб, що виникають під час подорожі туристів.

Тур - це комплекс послуг, оформлених у вигляді туристичного пакету, які можуть бути реалізованими на певному маршруті й у конкретно визначений час. Тур вважають основним продуктом споживчого ринку і реалізують у вигляді путівки або ваучера.

Туристична путівка - це документ, що підтверджує оплату, передбачену програмою послуг, де зазначена траса маршруту, головні послуги, термін дії, ціна, може подаватись опис маршруту і под.

Ваучер - форма письмового договору на туристичне або екскурсійне обслуговування і взаєморозрахунки з фірмою.

Туристично-екскурсійні послуги, передбачені в путівці, надаються закладами з розміщення, харчування, транспортними підприємствами, екскурсійними бюро, а також входять до складової частини туристичного продукту.

Туристичні товари - матеріальна складова специфічних товарів туристичного продукту: туристичні картосхеми, карти, буклети, сувеніри, туристичне спорядження, а також неспецифічні - більшість товарів, дефіцитних у постійному місці проживання, або значно дешевших.

Туроператор - гуртова туристична фірма, що розробляє туристичний продукт і комплектує тури, організовує рекламу та проходження туристичного продукту на ринку послуг, визначає його ціни й реалізує через мережу турагентів. За визначенням В. Квартальова, існують чотири типи туроператорів, які визначають їх місце на туристичному ринку.

Турагент - співробітник туристичної фірми або фірми, що купує тури, розроблені туроператорами, випускає на ці тури путівки і реалізує їх споживачеві.

ТЕСТИ

1. Географія туризму

- А. міжгалузева дисципліна ; про просторові закономірності та особливості функціонування та розвитку територіальних систем організації туристичної діяльності людей
- В. галузева дисципліна про просторові закономірності та особливості функціонування та розвитку територіальних систем організації туристичної діяльності людей
- С. галузева дисципліна про функціонування та закономірності рекреаційної територіальної системи
- Д. галузева дисципліна, що вивчає туризм в його географічних проявах

2. Найбільш динамічною часткою туристичного ринку є поїздки:

- А. з метою відпочинку та розваг
- В. з діловою метою
- С. з лікувально-оздоровчою метою
- Д. з пригосницькою метою

3. Зміни в демографії планети є

- A. тенденцією розвитку туризму
- B. фактором, що впливає на туризм
- C. показником старіння населення
- D. фактором, що гальмує туризм

4. Туристичні моделі, в яких головним є переміщення туристів

- A. моделі туристичних подорожей
- B. моделі відбуття-прибуття;
- C. структурні моделі;
- D. моделі розвитку туризму.

5. До спеціальних методів досліджень в географії туризму належить

- A. порівняльний
- B. аналітичний
- C. метод аналогії
- D. хронологічний

ТЕМА 2. ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТЕРИТОРІЇ ТА МЕТОДИ ЙОГО ОЦІНКИ

- 2.1. Значення дослідження туристичного потенціалу території
- 2.2. Методологічні підходи до оцінки туристсько-рекреаційного потенціалу.
- 2.3. Характеристика основних підходів до економічної оцінки ТРП території.
- 2.4. Туристичні ресурси як системоутворюючий чинник і базова умова розвитку туристично-рекреаційного потенціалу
- 2.5. Інфраструктурна складова туристично-рекреаційного потенціалу
- 2.6. Методи оцінювання окремих елементів туристично - рекреаційного потенціалу регіону.

Туристичний потенціал території - ємне, багатоаспектне поняття, що охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку певних видів туризму.

Туристичний потенціал території складається з трьох елементів:

- ресурси;
- інфраструктура;
- імідж.

Підходи до оцінки туристсько- рекреаційного потенціалу (ТРП).

Функціонально-технологічна оцінка відображає взаємодію людини й природного середовища через туристсько-рекреаційну діяльність.

Медико-біологічна оцінка відображає вплив на фізіологію та психіку людини факторів навколишнього середовища.

Психолого-естетична оцінка виявляє емоційно-почуттєвий вплив на людину ландшафтів або їхніх окремих компонентів.

Економічна оцінка ТРП території передбачає оцінку об'єкта, виходячи з ефективності вкладення в нього капіталу, при цьому цінність об'єкта має грошовий вираз.

Туризм ґрунтується на цільовому і раціональному використанні туристичних ресурсів, які є об'єктами інтересу з боку подорожуючих та спроможні задовольняти потреби людей, що виникають в процесі подорожі.

Рекреаційні ресурси — це сукупність природно-технічних, природних, соціально-економічних комплексів та їх елементів, що сприяють відновленню та розвитку духовних та фізичних сил людини, її працездатності.

До основних видів рекреаційних ресурсів належать:

- міста-курорти або курортні місцевості;
- релігійно-культові комплекси та окремі споруди, розташовані поза межами населених пунктів;
- давні міста, фортифікаційні споруди (печерні міста, фортеці тощо), каменярні;
- міста — столичні та історичні центри;
- передгір'я та гірські країни;
- лісові масиви;
- узбережжя річок, озер та водосховищ;
- узбережжя теплих морів.

ТЕСТИ

1. Формування критеріїв - це

- A. форма оцінки
- B. етап оцінки
- C. метод оцінки
- D. тип оцінки

2. Міра контрастності є параметром

- A. психолого-естетичної оцінки
- B. ландшафтної оцінки
- C. технологічної оцінки
- D. медико-біологічної оцінки

3. Економічна оцінка природних ресурсів може здійснюватися

- A. методом суб'єктивного оцінювання
- B. методом ціноутворення
- C. методом індивідуальних витрат
- D. всі відповіді правильні

4. Серед природних ресурсів клімату належить особливе місце тому що

- A. клімат визначає просторову організацію туризму
- B. клімат є лікувальним фактором
- C. клімат є головним фактором розвитку рекреаційного туризму
- D. всі відповіді правильні

5. Режим сонячної радіації складають такі фактори

- A. інфрачервоне випромінювання, повторюваність дощових днів, підстилаючи поверхня
- B. повторюваність циклонів, повторюваність контрастних змін погоди, повторюваність змін температури
- C. інфрачервоне випромінювання, світлове випромінювання, ультрафіолетове випромінювання
- D. інфрачервоне випромінювання, повторюваність дощових днів, підстилаючи поверхня, повторюваність циклонів

ТЕМА 3. ТУРИСТИЧНЕ РАЙОНУВАННЯ СВІТУ

- 3.1. Основні напрямки районування. Районоутворюючі ознаки в міжнародному туризмі
- 3.2. Туристські райони: ієрархія і типологія. Цикл розвитку туристичного регіону.
- 3.3. Туристичне районування світу за класифікацією ВТО.
- 3.4. Туристичне районування світу за О.О. Бейдиком.
- 3.5. Туристського районування світу: геокультурний підхід.

3.6. Характеристика основних чинників розвитку туристичних регіонів світу.

Туристське районування - процес членування території, при якому райони ідентифікуються за наявністю у них особливих рекреаційних ознак і виділяються туристські райони, що відрізняються один від одного по набору і ступеня вираженості ознак.

Районування - це виділення і вивчення територіальних систем, має два аспекти: гносеологічний і прикладної. Перший пов'язаний з пізнанням, вивченням території, другий - з її організацією. Ці дослідження в значній мірі визначили межі системи географічних наук в цілому. Будь-які географічні дослідження проводяться в межах певного простору. У більшості випадків підсумком роботи є районування території.

До числа *районоутворюючих чинників* в міжнародному туризмі відносяться наступні:

1. Основні особливості географічного положення з точки зору туризму (положення по відношенню до туристичних ринків і приймають регіонах, положення по відношенню до нестабільних в політичному плані районів і «гарячих точках планети», взаємини з сусідніми країнами, а також з тими державами, по території яких проходять використовувані більшістю туристів комунікації і т. д.);

2. Характер природи, рівень комфортності кліматичних умов, багатство і різноманітність рекреаційних ресурсів, можливість і зручність їх використання;

3. Насиченість території природними і культурно-історичними пам'ятками, їх взаємопоеднання і положення по відношенню до основних зон і центрів туризму;

4. Ступінь привабливості природних і культурно-історичних пам'яток для основної частини туристів і перспективної клієнтури;

5. Рівень доступності району з точки зору існуючих комунікацій;

6. Рівень необхідних витрат в часі для прибуття на дану територію та повернення додому;

7. Загальний рівень витрат фінансових коштів туристами для здійснення подорожі;

8. Рівень розвитку туристської інфраструктури (оснащеність території засобами розміщення, транспортом, засобами зв'язку, підприємствами харчування, торгівлі і т. д.);

9. Рівень сервісу і кваліфікація обслуговуючого туристів персоналу;

10. Ємність території для прийому туристів;

11. Стабільність внутрішньополітичної ситуації;

12. Рівень безпеки для туристів з точки зору криміногенної та екологічної ситуації;

13. Рівень загальноекономічного розвитку, забезпеченість трудовими ресурсами, матеріальними засобами і фінансовими можливостями для створення і подальшого розвитку індустрії туризму та гостинності;

14. Територія з точки зору її місця на туристському ринку, тобто обсяг туристичних потоків, які відвідують даний район, і передумови для формування таких потоків в майбутньому;

15. Структура зарубіжної туристської клієнтури, що приїжджає в район;

16. Основні особливості туризму в даному районі (ритми сезонності, тривалість, що переважають види туризму, основні цілі відвідування і т. д.);

17. Ставлення влади та місцевих туристських органів до проблем туризму;

18. Економічна роль туризму для даного району (розмір надходжень до бюджету від туризму, витрати на розвиток туристичної інфраструктури, місце туризму серед інших галузей економіки і взаємозв'язок з цими галузями, вплив туризму на зайнятість місцевого населення, загальний економічний ефект від туризму);

19. Перспективи розвитку туризму в даному районі.

Ареали - регіони зосередження туристсько-рекреаційних та санаторно-курортних ресурсів;

Ядра - функціонально-економічні та містобудівні центри районів і зон;

Осі - ландшафтно-маршрутні коридори, що зв'язують між собою ареали і ядра в єдиний територіальний каркас;

Локуси - точкові елементи функціонально-планувальної структури, пов'язані з окремими пам'ятками, турбазами, будинками відпочинку, поселеннями.

Туристський район (ТР) - це територія, що володіє певними ознаками аттрактивності і забезпечена туристською інфраструктурою і системою організації туризму.

Туристські райони відрізняються наступними основними ознаками:

- час виникнення, історичні особливості формування;
- природні, історико-культурні, соціально-економічні та населенческі передумови формування;
- рівень розвитку туристської інфраструктури;
- туристська спеціалізація.

Туристичне районування світу за О.О. Бейдиком.

О.О. Бейдик виокремлює вісім рекреаційних районів найвищого таксономічного рангу, тобто макрорайонів. До них належать Європа, Азія, Північна Америка, Південна Америка, Центральна Америка та басейн Карибського моря, Африка, Австралія та Океанія, Антарктида.

До складу Європейського макрорайону входять 13 мезорайонів:

- 1) Прибалтійський (Польща, Латвія, Литва, Естонія)
- 2) Центральний (Чехія, Словаччина, Угорщина);
- 3) Причорноморський (Румунія, Болгарія, Україна, Молдова);
- 4) Адріатичний (Сербія, Чорногорія, Словенія, Хорватія, Боснія та Герцеговина, Македонія, Албанія);
- 5) Піренейський (Іспанія, Португалія, Андорра, володіння Великої Британії - Гібралтар);
- 6) Апенніно-Мальтійський (Італія, Ватикан, Сан-Маріно, Мальта);
- 7) Греція;
- 8) Франція та Монако;
- 9) Німеччина і країни Бенілюкс (Бельгія, Нідерланди, Люксембург);
- 10) Альпійський (Швейцарія, Австрія, Ліхтенштейн);
- 11) Велика Британія та Ірландія;
- 12) Країни Європейської Півночі (Швеція, Норвегія, Данія, Фінляндія, Ісландія);
- 13) Білорусь і європейська частина Росії.

Азійський макрорайон складається із семи мезорайонів:

- 1) Південно-Західна Азія (Туреччина, Кіпр, Іран, Афганістан, Бахрейн, Ірак, Саудівська Аравія, Кувейт, Об'єднані Арабські Емірати, Оман, Ізраїль, Палестинська автономія);
- 2) Південна Азія (Індія, Бутан, Пакистан, Бангладеш, Непал, Шрі-Ланка, Мальдівська Республіка);
- 3) Південно-Східна Азія (Сінгапур, Малайзія, Бруней, Таїланд, Камбоджа, В'єтнам, Лаос, М'янма, Індонезія, Східний Тимор, Філіппіни);
- 4) Східна Азія (Китай, Японія, Монголія, КНДР, Республіка Корея);
- 5) Закавказзя (Азербайджан, Вірменія, Грузія);
- 6) Центральна Азія (Казахстан, Узбекистан, Туркменистан, Таджикистан, Киргизстан);
- 7) Азійська частина Росії.

Африканський макрорайон об'єднує такі мезорайони:

- 1) Північна Африка (Південносередземноморський) (Марокко, Туніс, Алжир, Лівія, Єгипет, іспанські володіння Сеута і Мелілья);
- 2) Західна Африка (Приатлантичний) (Маврикій, Сенегал, Гвінея, Ліберія, Сьєрра-Леоне, Гана, Кот-д'Івуар, Камерун, Конго, Демократична Республіка Конго (до липня 1997 р. Заїр), Габон, Того, Бенін, Нігерія, Західна Сахара, Екваторіальна Гвінея, Гвінея-Бісау, Гамбія, Кабо-Верде, Сан-Томе і Принсіпі);
- 3) Східна Африка (Кенія, Сомалі, Танзанія, Уганда, Руанда, Бурунді, Судан, Ефіопія, Еритрея, Джибуті);
- 4) Внутрішній (Малі, Нігер, Чад, Буркіна-Фасо, Центральноафриканська Республіка);

5) Південна Африка (Ангола, Замбія, Малаві, Зімбабве, Ботсвана, Намібія, Мозамбік, Південно-Африканська Республіка, Лесото, Свазіленд);

6) Острівний (Мадагаскар, Коморські Острови, Маврикій, Сейшельські Острови).

Північноамериканський макрорайон складається з двох мезорайонів:

1) Канада та США (Канада, США, самоврядна частина Данії - Гренландія; володіння: Великої Британії - Бермудські Острови, Франції - Сен-П'єр і Мікелон);

2) Мексика.

Центральноамерикансько-Карибський макрорайон також включає два мезорайони:

1) Центральна Америка (Гватемала, Беліз, Нікарагуа, Сальвадор, Коста-Рика, Гондурас, Панама);

2) Країни Карибського басейну та Вест-Індія (Багамські Острови, Куба, Ямайка, Гаїті, Домініканська Республіка, Тринідад і Тобаго, Антигуа та Барбуда, Барбадос, Гренада, Домініка, Сент-Вінсент і Гренадини, Сент-Кристофер і Невіс, Сент-Люсія, а також території, які належать США (Пуерто-Рико), Нідерландам (о. Аруба, Нідерландські Антильські Острови), Великій Британії (Кайманові острови, Монтсеррат, Теркс і Кайкос, Віргінські Британські Острови).

Південноамериканський макрорайон об'єднує чотири мезорайони:

1) Північний (Венесуела, Гайана, Суринам, Колумбія і заморська територія Франції - Гвіана)

2) Центрально-Східний (Бразилія, Парагвай і Уругвай);

3) Західноандійський (Еквадор, Перу, Болівія);

4) Південноандійський (Чилі, Аргентина, Фолклендські, або Мальвінські, Острови, де-факто належать Великій Британії).

Австралійсько-Океанійський макрорайон складається з двох мезорайонів:

1) Австралія та Нова Зеландія;

2) Океанія (Папуа-Нова Гвінея, Соломонові Острови, Фіджі, Тувалу, Тонга, Палау, Маршаллові Острови, Вануату, Кірибаті, Науру, Західне Самоа, Федеративні Штати Мікронезії, а також володіння Франції (Каледонія, Французька Полінезія) та Північні Маріанські Острови, які знаходяться під опікою США).

Антарктичний макрорайон включає три мезорайони:

1) Півострівний та острівний (Антарктичний півострів та острови Антарктики);

2) Прибережний (територія материка, яка безпосередньо прилягає до Світового океану);

3) Внутрішньоантарктичний.

ТЕСТИ

1. Територія

A. площа, що прив'язана до певних географічних координат

B. частина земної кулі, що знаходиться під суверенітетом певної держави

C. сукупність суходолу, акваторії, надр, повітря

D. всі відповіді правильні

2. Поняття "регіон" включає

A. лише суходіл;

B. материки й острівні ділянки Землі

C. суходільні території та акваторії

D. Правильної відповіді немає

3. Території різного таксономічного рангу, набір рекреаційних ресурсів, об'єктів і послуг яких є помітно відмінними від інших територій такого самого таксономічного рангу, називаються

- A. рекреаційним районом
- B. економічним районом
- C. географічним регіоном
- D. Правильної відповіді немає

4. Для географії туризму найбільш важливим параметром території є

- A. кордони
- B. розмір
- C. конфігурація
- D. всі відповіді правильні

5. Найбільшу в світі частку столиць складають:

- A. родові
- B. історичні
- C. політичні
- D. ситуативні

ТЕМА 4. ТУРИСТИЧНЕ РАЙОНУВАННЯ УКРАЇНИ.

4.1. Рекреаційні ресурси України

4.2. Туристичні регіони України

4.3. Основні рекреаційні райони України та перспективи їхнього розвитку

4.4. Регіональні проблеми розвитку рекреаційного комплексу України

Україна володіє практично невичерпними і найбільшими у світі запасами лікувальних грязей, які складаються з різних за природним утворенням і лікувальною дією відкладів морських заток, боліт і озер. Ці грязі містять воду, мінеральні та органічні речовини. За нинішньою класифікацією лікувальні грязі України поділяються на мулисті (сульфідні, мінеральні, глини, глинистий мул, сапропелі), торфові (прісноводні, мінералізовані), псевдовулканічні (сопкові та гідротермальні).

Кліматичні ресурси України з погляду їх рекреаційного використання належать до найкращих. За світовою класифікацією найкращими для рекреаційної діяльності є кліматичні умови, сприятливі для цього виду господарства протягом 9,5—10,5 місяців.

Ландшафтні рекреаційні ресурси України теж доволі багаті та різноманітні. Велику роль тут відіграють рельєф і рослинність. Для нашої держави характерна доволі розчленована поверхня з безліччю мальовничих височин, плато, піднять, останців тощо. Особливо в цьому сенсі виділяється Правобережжя.

Світове значення мають в Україні рекреаційні ресурси пляжів, природно-заповідного фонду, спелеоресурси. Майже неосвоєні історико-культурні (пізнавальні) рекреаційно-туристичні ресурси. Держава охороняє понад 70 тис. пам'яток історії і культури. Більш як 12 тис. з них однозначно є цікавими для туристів усього світу. Українські замки, фортеці і монастирі є унікальним історико-архітектурним явищем Європи і всієї планети.

Туристичні регіони України за О. Бейдиком:

1. Причорноморський район (АРК, Одеська, Миколаївська і Херсонська області).
2. Карпатсько-Подільський район (Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька, Тернопільська, Хмельницька і Вінницька області) має високий рейтинг.
3. Полісько-Столичний район (Волинська, Рівненська, Житомирська, Київська, Чернігівська, Полтавська, Черкаська області).

4. Харківський район (Харківська і Сумська області) властивий низький рейтинг.
5. Придніпровсько-Донецький район (Дніпропетровська, Запорізька, Кіровоградська, Донецька і Луганська області).

ТЕСТИ

1. Певний рівень просторової упорядкованості, узгодженості і взаємодії господарських об'єктів на конкретній території

- A. аура
B. комплекс
C. територіальна організація
D. правильної відповіді немає

2. У рекреаційно-туристичному господарстві України сформувалися

- A. лише спеціалізовані (інтегральні) ТРС
B. лише ТРС
C. всі типи ТРС
D. правильної відповіді немає

3. Ядрами територіальної організації рекреаційно-туристичного комплексу України є

- A. заповідні урочища
B. курортно-оздоровчі заклади
C. кліматичні ресурси
D. правильної відповіді немає

4. За характером оздоровчого впливу на людину лікувально-курортні установи поділяються на

- A. рекреаційно-профілактичні
B. кліматичні
C. грязьові
D. правильної відповіді немає

5. Один з видів туризму, який здійснюється в екологічно збереженому людиною природному середовищі з метою пізнання природи і відпочинку, називається

- A. сільським зеленим
B. діловим
C. екологічним
D. правильної відповіді немає

ТЕМА 5. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РЕГІОН

- 5.1. Характеристика Європейського туристичного регіону.
5.2. Східно-європейська туристична зона.
5.3. Північно - європейська туристична зона.
5.4. Західно-європейська туристична зона.
5.5. Південно-європейська туристично-рекреаційна зона

Традиційно *Європа* була і залишається регіоном найбільшого тяжіння туристів. Цьому сприяють високий рівень економічного розвитку більшості країн, доходи населення і його соціальна структура (переважання середнього класу), що дозволяють реалізувати потребу у відпочинку за межами своїх країн. Найбільш відвідувана країна не тільки Європи - Франція

(кожен п'ятий відпочиваючий на старому континенті приїжджає в цю країну). Великою популярністю серед туристів користуються Іспанія, Італія. На європейському туристичному ринку зростає активність країн Східної і Центральної Європи, особливо Чехії. Розвиваються ринки Польщі, Угорщини, Румунії, Словенії, Росії.

Серед видів туризму, які отримали розвиток в Європі, виділяються лікувально-оздоровчий, діловий, релігійний, освітній, пізнавальний, круїзний (морської, річкової, озерний). Більшість подорожуючих по Європі включає в свій відпочинок відвідування різних розважальних закладів та заходів.

Східно-європейська зона В даній зоні виділяються 4 макрорайони: Балтія, Польща, Центральний район, Причорноморський район.

Балтія включає в себе території Естонії, Латвії, Литви. Основна аттрактивність району полягає в його приморському положенні і пов'язаної з ним курортної рекреацією.

Польща. Її туристські ресурси визначаються, крім мальовничості природи (море, річки, ліси, середньовисотні гори), можливістю займатися літніми та зимовими видами спорту, а також великим числом історико-культурних пам'яток різних епох, музичними традиціями країни та ін.

Центральний макрорайон включає Чехію, Словаччину, Угорщину. Не маючи виходу до моря, цей район в силу свого центрально-європейського положення і великий історико-культурної та природної аттрактивності залучає велику кількість туристів.

Причорноморський район. У нього можна включити Румунію і Болгарію. Для обох країн характерний вихід до Чорного моря з його пляжами, поєднання гірських районів з плато, рівнинами, широкими долинами, вертикальна поясисть рослинного покриву. Звідси його різноманітність.

Північно - європейська зона включає в себе групу скандинавських країн, об'єднаних близькістю історії та мов (Швеція, Норвегія, Данія і її володіння Гренландія, Ісландія), а також історично і територіально близьку їм Фінляндію. Північна Європа відрізняється природного аттрактивністю, причому особливого роду: природне середовище північно-європейських країн дуже своєрідна, хоча, за звичайними мірками, досить сувора; вона (середина) в порівнянні з іншими районами Європи в більшій мірі зберегла свій незайманий, первозданий характер (хоча, звичайно, і не скрізь).

Західно-європейська зона - одна з найпопулярніших туристичних зон Європи. Вона приваблює туристів і дуже різноманітною природою, і безліччю історико-культурних, історико-архітектурних об'єктів. У той же час вона має добре облаштовану інфраструктуру, яка відображатиме загальний високий рівень праці в країнах Західної Європи. Саме ця обставина і багато в чому загальна, хоча і суперечлива історія об'єднують цю зону, незважаючи на природні контрасти, в одне ціле. Разом з тим, в межах зони настільки великі відмінності в природних умовах, що саме вони в першу чергу визначають розподіл зони на макрорайон: Британський, Альпійський, Німеччина і країни Бенілюксу, Французький район.

Південна Європа - дуже важлива туристська зона, розташована на трьох, що омиваються Середземним морем, південно-європейських півостровах (Піренейському, Апеннінському, Балканському) та прилеглих до них територіях. Зона відрізняється привабливістю узбережжя Середземного моря, середземноморським кліматом, субтропічної рослинністю, значною мірою окультурені і, що не менш важливо, дуже складною історією, яка залишила в цій зоні безліч пам'яток культури і архітектури. Строкатий тут і етноконфесійний склад населення. Так що можна стверджувати, що аттрактивність зони велика і різноманітна. Не випадково європейські берега Середземного моря залучають щорічно 100 млн. Туристів-рекреантів.

ТЕСТИ

1. У Французькій провінції Нормандія на високій скелі, яка виступає з моря, знаходиться архітектурне диво і одна з головних визначних пам'яток Франції - це

- A. Монте-Роза
- B. Мон Сен-Мішель
- C. Сен-Тропе
- D. Сен-Ремі-де-Прованс

2. Давня столиця Іспанії, центр автономної області Кастилія-Ла-Манча, що славиться виробництвом виробів із сталі високої якості, - це

- A. Толедо
- B. Гранада
- C. Катанія
- D. Турин

3. Один із стародавніх міст Чехії, згаданий в XI ст. як замок, де є унікальний ансамбль середньовічних будівель, замок Шпильберг, готичні церкви св. Петра і Павла, св. Якуба, ратуша - це

- A. Дьйор
- B. Брно
- C. Печ
- D. Хеб

4. Польське місто на річці Одра, порт і адміністративний центр воєводства, який прославився своєю готичної ратушею XIII-XVI ст., Старовинними костелами і будинками - це

- A. Скоп'є
- B. Вроцлав
- C. Люблін
- D. Острава

5. Найбільш низька частка бізнес-поїздок в Східній і Центральній Європі припадає на

- A. Польщу і Чехію
- B. Чехію і Словаччину
- C. Угорщину і Сербію
- D. Румунію і Болгарію

ТЕМА 6. АМЕРИКАНСЬКИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РЕГІОН

6.1. Загальна характеристика Американського туристичного регіону.

6.2. Характеристика Північноамериканського туристичного регіону.

6.3. Характеристика Центральноамериканського туристичного регіону.

6.4. Характеристика Південноамериканського туристичного регіону.

Американський макрорегіон розташований в західній півкулі. Він складається з 2-х великих туристських регіонів - Північної Америки і Центрально-Американського. Інколи виділяють три туристичних регіони: Північноамериканський, Центральноамериканський і Південноамериканський. До Північно-Американському регіону належать території США, Канади, Мексики, Датського острова Гренландія. Площа 23,5 млн км². На півночі омивається водами Північно-Льодовитого, на заході - Тихого, на сході - Атлантичного океанів, на півдні межує з Центральною Америкою і Карибським басейном. Охоплює кліматичні зони від арктичного поясу (на півночі) до тропічного (Мексика, південь США).

Північноамериканський туристичний регіон. Сполучені Штати Америки щодо основних особливостей розвитку рекреаційно-туристичного господарства є доволі

специфічною країною світу. Характерно переважання внутрішньорегіональних туристських поїздок (80%). У міжрегіональних поїздках лідирує Європа (Франція, Німеччина, Іспанія, Італія, Англія). В даний час активно зростає інтерес американських туристів до країн АТР (Китай, Японія, КНР, Сінгапур).

Центральноамериканський туристичний регіон Рекреаційно-туристичне господарство країн Карибського басейну. Серед трьох макрорайонів Америки Карибські острови, які приймають понад 12 млн туристів за рік, поступаються лише Північноамериканському. Кариби складаються з трьох груп островів — Великих Антильських, Малих Антильських і Багамських. Цей регіон також називають Вест-Індією.

Основним видом рекреаційних ресурсів макрорегіону є природні умови: тропічний клімат, тепле море, коралові рифи, чудові пляжі. Рослинний світ вражає туристів своєю розмаїтістю. Екзотичні тропічні рослини тут ростуть поряд із рослинами помірних широт. Усього на островах налічується понад 8 тис. видів рослин, що втричі більше, ніж у Європі. Туристи з помірних широт ніби потрапляють до біблійного раю з буяючою рослинністю, королівськими і кокосовими пальмами, апельсиновими і грейпфрутовими деревами, ананасами, кедрами, корабельними соснами, цезальпініями з пишним листям і яскраво-червоними квітками.

Південноамериканський туристичний регіон. Бразилія є найбільшою країною Південної Америки. У світі за площею території вона поступається лише чотирьом країнам. Бразилія володіє величезним природно-ресурсним і людським потенціалом. Чудові і різноманітні природні умови, таємнича і небезпечна Амазонія, тисячі кілометрів пляжів, серед яких знаменита на весь світ Копа-Кабана, славнозвісні щорічні карнавали, багата культурна спадщина, екзотичні місцева кухня і спосіб життя, мальовничі пейзажі і ландшафти, футбол та інші спортивні змагання не є повним списком туристичних принад Бразилії.

У Бразилії рекреаційно-туристичне господарство належить до відносно молодих галузей національної економіки, яка значно поступається за кількістю іноземних туристів США чи країнам Карибського басейну. Але це тимчасове явище. Усвідомлюючи значення рекреації та туризму в сучасному житті, уряд країни вкладає великі кошти у їх розвиток. Активно залучаються і гроші іноземних інвесторів. Однак є й чинники, які обмежують розвиток рекреації. Соціально-економічна і політична нестабільність, вражаючий рівень злочинності, наркотики, бідність тощо відлякують туристів. Тому Бразилія все ще не може повною мірою задіяти багатющі рекреаційні ресурси і перетворити рекреаційно-туристичне господарств на один із головних факторів процвітання країни.

ТЕСТИ

1. Серед макрорайонів світу за розвитком гірськолижного туризму на другому місці знаходиться

- A. Європа
- B. Азія
- C. Північна Америка
- D. Південна Америка

2. Основним видом рекреаційних ресурсів Центральноамерикансько - Карибського макрорегіону є

- A. природні умови
- B. культурно-історичні ресурси
- C. економічні об'єкти
- D. правильної відповіді немає

3. До проблем розвитку рекреаційно-туристичного господарства макрорегіону належить

- A. дефіцит питної води
- B. зниження температури морської води взимку
- C. інвестиційна непривабливість
- D. правильної відповіді немає

4. Об'єкт всесвітньої природної спадщини, водоспад на кордоні Аргентини, Бразилії та Парагваю називається

- A. Вікторія
- B. Ігуасу
- C. Ніагарський
- D. Анхель

5. 40-метрова стіна, на якій зображені гігантські змії, заковтують людські скелети, що є головною визначною пам'яткою Мексики, знаходиться в місті

- A. Мехіко
- B. Тули
- C. Гвадалахари
- D. Охаки

ТЕМА 7. АФРИКАНСЬКИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РЕГІОН

- 7.1. Характеристика Африканського туристичного регіону.
- 7.2. Північноафриканський туристичний район.
- 7.3. Західноафриканський туристичний район.
- 7.4. Центральнопівденноафриканський туристичний район.
- 7.5. Південноафриканський туристичний район.
- 7.6. Східноафриканський туристичний район.

Африканському туристичному регіону притаманна перевага природних туристичних ресурсів. Особливо значними серед них є флоро-фауністичні і ландшафтні складові ресурсного потенціалу. Для порівнянних країн і територій регіону характерні комфортні погодні-кліматичні умови - основа розвитку масового туризму.

На ринку міжнародних туристичних послуг окремі африканські держави посіли чільні місця і пропонують високоякісний туристичний продукт: Маврикій - весільний туризм і пляжно-купальний відпочинок; Туніс і Марокко - пляжно-купальний, лікувально-оздоровчий і пізнавальний туризм; Зімбабве, Танзанія та Кенія - сафарі й екологічний туризм; ПАР - пляжно-купальний відпочинок, гастрономічний і екологічний туризм; Кабо-Верде спеціалізується на дайвінгу та серфінгу. Стосовно більшості інших держав, особливо центральноафриканських, то актуальність розвитку міжнародного туризму для них не стоїть на порядку денному: несприятливий для відпочинку європейців і американців клімат, міжетнічні конфлікти, бідність, висока захворюваність на СНІД та інші недуги і відсутність елементарних побутових умов роблять ці країни непривабливими з точки зору рекреаційно-туристичної діяльності.

Північноафриканський туристичний район. Району притаманна перевага природних туристичних ресурсів. Особливо значними серед них є флоро-фауністичні і ландшафтні складові ресурсного потенціалу. Для порівнянних країн і територій регіону характерні комфортні погодні-кліматичні умови – основа розвитку масового туризму. На ринку міжнародних туристичних послуг окремі африканські держави посіли чільні місця і пропонують високоякісний туристичний продукт зокрема, Алжир - Марокко - Судан – Туніс.

Західноафриканський туристичний район. Бенін - Буркіна-Фасо - Гамбія - Гана - Гвінея - Гвінея Бісау - Кабо-Верде - Кот-Д'Івуар – Мавританія. Західна Африка - приатлантичний

регіон, який об'єднує молоді держави, що звільнилися від колоніалізму. Їм притаманні схожі історичні й соціально-економічні особливості розвитку та проблеми. У більшості своїй це - бідні аграрні країни. Слабка економіка цих держав не в змозі ефективно реагувати на екологічні виклики: опустелювання перетворилося на гостру проблему цього регіону. Все це призводить до того, що, незважаючи на наявні природні ресурси (тепле океанічне узбережжя, біорізноманіття, сприятливий клімат), міжнародний туризм не є актуальним напрямком розвитку національних господарств. Масовий туризм не набув належного рівня розвитку і має анклавний, осередковий характер.

Центральноафриканський туристичний район. Ангола - Габон - Демократична Республіка Конго - Екваторіальна Гвінея - Камерун - Конго - Сан-Томе і Принсіпі - Центрально-африканська Республіка – Чад. Туристів до району приваблюють природні ресурси: океанічне узбережжя, багатий тваринний і Пустеля Наміб - чудове місце для сафарі, а її піщані дюни вважаються одними із найкращих у світі для занять сендбордингом і піщаним слаломом.

Південноафриканський туристичний район. Ботсвана - Лесото - Намібія - Південно-африканська Республіка – Свазіленд Південна Африка - порівняно молодий, динамічний регіон міжнародного туризму. Найбільш популярними туристичними країнами-дестинаціями є ПАР і Намібія, які володіють унікальним природно-ресурсним потенціалом та культурно-історичними атракціями світового рівня.

ТЕСТИ

1. Найбільша кількість рекреаційних ресурсів в Африканському туристичному регіоні відносяться до типу

- A. природно-географічних
- B. соціально-економічних
- C. культурно-історичних
- D. правильної відповіді немає

2. Найбільш привабливою в південноафриканському туристичному районі є

- A. Чад
- B. Конго
- C. ПАР
- D. Ерітрея

3. Країна, де король бере участь у ритуальних танцях, знімає пробу із нового врожаю, а на фестивалях серед молодих незаміжніх жінок вибирає собі нову дружину це

- A. Ерітрея
- B. Мадагаскар
- C. ПАР
- D. Свазіленд

4. Національний парк Накуру знаходиться в

- A. Кенії
- B. Мадагаскарі
- C. ПАР
- D. Свазіленді

5. Найбільший парк Танзанії, який займає площу близько 15 тис. км² називається

- A. Аконкагуа
- B. Вікторія
- C. Сіренгеті

ТЕМА 8. АЗІАТСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РЕГІОН

8.1. Характеристика Азійсько-Тихоокеанського туристичного регіону.

8.2. Характеристика Південноазійського туристичного району.

8.3. Північно-Східноазійський туристичний район.

Азійсько-Тихоокеанський туристичний регіон включає полярні типи країн. З одного боку - Японія, Австралія і Нова Зеландія, які належать до світових економічних лідерів та найбагатших країн з високим рівнем розвитку, а з іншого - Афганістан, Непал, Шрі-Ланка, М'янма, Бангладеш, Папуа - Нова Гвінея, які належать до найбідніших держав світу. До регіону також належать Китай та Індія - країни з більш ніж мільярдом населенням кожна, з потужним сировинним і промисловим потенціалом, але з низькими прибутками на одного жителя.

Туристичні ресурси регіону відзначаються надзвичайним багатством і різноманіттям. Це стосується як природних, так і суспільних та подієвих ресурсів. Їх залучення до інтенсивного використання у туристичній індустрії залежить від економічного розвитку і демократичних перетворень у багатьох країнах регіону. Міжнародний туризм в Азійсько-Тихоокеанському регіоні - відносно молоде явище, оскільки індустрія туризму в окремих країнах почала розвиватися у 1980-ті роки.

Південноазійський туристичний район. Афганістан - Бангладеш - Бутан - Індія - Іран - Мальдіви - Непал - Пакистан - Шрі-Ланка. Відмінною рисою туристичного ринку району є поєднання традиційних для споживача видів відпочинку з численними розвагами на кшталт мавпячих чи слонячих театрів, фестивалів трансвеститів, тайського боксу тощо, пропонують широкі можливості для екологічного туризму і пізнання біологічного різноманіття, для релігійного туризму і знайомства з буддизмом та специфічною для європейців і американців східною культурою, для дешевого шопінгу.

Північно-Східноазійський туристичний район включає такі країни: Китай; Монголія; Південна Корея; Північна Корея; Тайвань; Японія. Найбільш розвиненими в районі є пізнавальний та релігійний туризм. Своєрідними туристичними ресурсами району є культурний світ, його духовні і матеріальні прояви: філософія індуїзму, відтворена в архітектурній симфонії храмів, пишні палаці, які свято оберігають пам'ять минувшини і «загублені» міста.

ТЕСТИ

1. Деякі паломницькі подорожі мають характер театралізованою вистави, таке явище характерно для

- A. ісламу
- B. іудаїзму
- C. індуїзму
- D. синтоїзму

2. Подорож на Фудзіяму типова для релігійного туризму в

- A. ісламі
- B. іудаїзмі
- C. індуїзмі
- D. синтоїзмі

3. Найбільш популярними в буддизмі є відвідування місць, які

- A. відвідував Будда
- B. пов'язані з важливими подіями в житті Будди

- C. пов'язані з історією та культурою буддизму
- D. пов'язані з життя святих

4. Серед країн Азії гірськолижний туризм найбільш розвинутий в

- A. Австрії
- B. Бутані
- C. Китаї
- D. Японії

5. Серед країн Азії лідером у сфері ділового туризму є

- A. Китай
- B. Індія
- C. Сінгапур
- D. Японія

ТЕМА 9. ПІВДЕННОАЗІАТСЬКИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РЕГІОН

9.1. Характеристика Південно-Азійського туристичного регіону.

9.2. Південно-азійський туристичний район.

9.3. Австралійсько-океанічний макрорайон.

До Південної Азії належать сім країн материка Євразія, розташованих на південь від Гімалаїв на півострові Індостан, в Гангській низовини і на прилеглих островах в Індійському океані.

Рекреаційний потенціал і сучасний розвиток туризму в Азії. Рекреаційний потенціал і сучасний розвиток туризму в Австралії і Океанії.

Азіатський регіон є найбільш динамічним регіоном світу. Але потік туристів сюди поки ще не настільки великий, як в країни Європи і Америки. Очікується, що в недалекому майбутньому деякі країни цього регіону вийдуть на передові позиції і по числу які відвідують їх туристів.

Розвитку туризму тут сприяють такі чинники:

- щодо вигідне географічне розташування регіону,
- різноманіття рекреаційних ресурсів;
- різноманітність і краса ландшафтів і природних пам'яток, в тому числі привабливих для альпінізму Гімалайських гір;
- велике число унікальних пам'яток історії, культури та релігії;
- екзотичність входять в цей регіон держав.

Південно-азійський туристичний район утворюють такі країни: В'єтнам; Індонезія; Камбоджа; Лаос; М'янма; Сінгапур; Таїланд; Філіппіни. Район володіє надзвичайним різноманіттям унікальних природних туристичних ресурсів: тропічні й екваторіальні ліси з неймовірним біорізноманіттям, які стали основою розвитку екологічного туризму; морське узбережжя, придатне для пляжно-купального вулкани, водоспади, гарячі джерела. На особливу увагу заслуговує тваринний світ. Вельми цікавими для туристів є культурно-історичні та події атракції.

Австралійсько-океанічний макрорайон. Австралія - Вануату - Гуам - Кірибаті - Кокосові Острови - Маршалові Острови - Мікронезія - Нова Зеландія - Нова Каледонія - Норфолк - Острів Різдва - Острови Кука - Острови Піткерн - Палау - Папуа - Нова Гвінея - Північні Маріанські Острови - Самоа - Соломонові Острови - Тонга - Тувалу - Уолліс і Футуна - Фіджі - Французька Полінезія. Район надзвичайно багатий на рекреаційні ресурси. Природні умови для розвитку рекреації на багатьох островах Океанії близькі до ідеальних. Але значна віддаленість усе ще не дає змогу цьому макрорегіону перетворитися на одну з найпотужніших

баз туризму нашої планети. Високий рівень соціально-економічного розвитку поступово покращує ситуацію в Австралії та Новій Зеландії.

ТЕСТИ

1. Буддійський храмовий комплекс VIII ст. – Боробудур знаходиться

- A. о.Ява
- B. о.Суматра
- C. о.Барбадос
- D. о.Нова Зеландія

2. Сучасний етап розвитку антарктичного туризму почався у

- A. 1969 р.
- B. середині 50-х років XX ст.
- C. 1991 р.
- D. 2009 р.

3. Договір про Антарктику діє

- A. лише на материку Антарктида
- B. лише на антарктичних островах
- C. на південь від 60° пд. Широти
- D. Правильної відповіді немає

4. Корінні жителі Нової Зеландії маорі від загальної кількості жителів становлять

- A. 5,6%
- B. 80%
- C. 14,5 %
- D. 100%

5. Давні храми індуїстів, Парк птахів, Парк рептилій знаходяться у

- A. Маврикій
- B. Балі
- C. Суматра
- D. Макао

ТЕМА 10. КРАЇНИ БЛИЗЬКОГО ТА СЕРЕДНЬОГО СХОДУ

10.1. Загальна характеристика туристичного регіону.

10.2. Характеристика Середнього Сходу.

10.3. Характеристика Близькосхідного туристичного регіону.

Регіон *Близького Сходу* включає в себе: Бахрейн, Єгипет, Ірак, Йорданію, Кувейт, Лівію, Оман, Катар, Саудівську Аравію, Сирію, Об'єднані Арабські Емірати і Ємен. Основними туристичними центрами регіону є Єгипет, Саудівська Аравія, Йорданія, Сирія і Кувейт. Найбільший туристичний центр регіону - Єгипет пропонує пізнавальний туристичний продукт, а туризм в Саудівській Аравії має релігійний характер, так як там знаходяться мусульманські святині. Ці дві країни забезпечують майже 70% надходжень від туризму в загальні доходи Близького Сходу від туризму. Район має багаті рекреаційні ресурси. Специфічна природа - сухий клімат, сприятливий для екстремального туризму, ралі, верблюди. Найбільш розвинені види туризму:

- 1. Лікувально-оздоровчий туризм
- 2. Приморські кліматичні курорти. Єгипет - Хурдага, Шарм-ель-Шейх.

3. Спортивно-оздоровчий туризм. Дайвінг - Червоне море.
4. Діловий туризм: Єгипет, Саудівська Аравія, Кувейт.
5. Релігійний туризм: Саудівська Аравія, Мекка, Медіна

Середній Схід відіграє другорядну роль на туристичному ринку. Його розвиток відрізняється нерівномірністю в межах регіону. Регіон Середнього Сходу включає всі арабські країни, розташовані в Південно-Західній Азії, Афганістан, Іран, а також дві держави Північної Африки населені арабами. Регіон охоплює величезну і дуже строкату в географічному, історичному та соціально економічних відносинах територію.

ТЕСТИ

1. Найвищим серед пам'ятників сучасної архітектури є

- A. Бурдж-Халіфа
- B. телебашта Гуанчжоу
- C. Сі-Ен-Тауер
- D. Башти петронас

2. Загальноісламське значення в регіоні мають

- A. Мекка і Медина
- B. Вісячі сади Семіраміди
- C. Піраміди Хеопса
- D. Статуя Будди

3. «Колискою трьох релігій» називають

- A. Єрусалим
- B. Йорданія
- C. Ірак
- D. Бахрейн

4. Пам'ятник давньоримської культури в регіоні

- A. Кочубеївськ
- B. Баальбек
- C. Мозамбик
- D. Форос

5. Діловий туризм у Близькосхідному регіоні найбільше розвинений у

- A. Франція
- B. ОАЕ
- C. Катар
- D. Бахрейн

ТЕМА 11. ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

- 11.1. Характеристика Полісько - Столичного туристичного регіону.
- 11.2. Характеристика Харківського (Слобожанського) туристичного регіону.
- 11.3. Характеристика Південного (Причорноморського) туристичного регіону.
- 11.4. Характеристика Карпатсько – Подільського туристичного регіону.

Полісько – Столичний туристичний регіон включає Волинську, Житомирську, Рівненську Чернігівську, Київську області, має площу 130,2 км², що складає 21,6% території країни з населенням – 9427,1 тис. чол. (18,9%). Регіон розташований в основному у Поліській

природно-географічній зоні, яка знаходиться у західній частині Східно-Європейської рівнини на території двох геоморфологічних регіонів - Поліської низовини та Волинсько-Подільської плити, частково (південні райони) - в зоні лісостепу.

Харківський (Слобожанський) туристичний регіон. До його складу входять Сумська, Полтавська та Харківська області. Характерними особливостями району є його прикордонне положення, достатньо високий рівень індустріального освоєння, спільні умови формування рекреаційних ресурсів, а також значний рекреаційно-ресурсний потенціал, особливо, в західній частині.

Південний (Причорноморський) туристичний регіон займає південну, причорноморську частину України. До його складу входять АР Крим, Одеська, Миколаївська та Херсонська області. Його площа 113 тис. км² (18,7% площі України).

До складу *Карпатсько-Подільського туристичний регіон* входять Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька, Тернопільська, Хмельницька та Вінницька області. Туристичну привабливість регіону збільшує наявність значної кількості спелеоресурсів. Тут знаходяться найдовші гіпсові печери Європи - Оптимістична та Озерна, а також безліч інших.

ТЕСТИ

1. Інтенсивність рекреаційного використання Передкарпаття зменшується у напрямі

- A. із заходу на схід
- B. з півночі на південь
- C. з півдня на північ
- D. правильної відповіді немає

2. В якій частині Полісся знаходиться Словечансько-Овруцький кряж

- A. Волинській
- B. Житомирській
- C. Чернігівській
- D. правильної відповіді немає

3. Основним просторово-територіальним ядром розвитку Лівобережного лісостепоного рекреаційного району має стати місто

- A. Лубни
- B. Ізюм
- C. Миргород
- D. правильної відповіді немає

4. Степовий рекреаційний район охоплює

- A. 20% території України
- B. 40 % території України
- C. 60% території України
- D. правильної відповіді немає

5. З погляду можливого рекреаційного використання Степовий рекреаційний район можна поділити на таку кількість зон

- A. дві
- B. три
- C. сім
- D. правильної відповіді немає

«МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ»

Вивчення дисципліни дозволяє сформувати професійні компетенції:

Знання і розуміння:

знання основ територіального районування світу за туристичними регіонами
знання концепцій просторової поляризації світового туристичного ринку
розуміння методології статистичного обліку світових туристичних потоків
знання класифікаційних ознак світових ринків туристичних послуг
розуміння особливостей взаємодії суб'єктів світового туристичного ринку
знання напрямів діяльності міжнародних туристичних організацій
знання підходів до класифікації та сегментування туристичних ринків світу

Застосування знань і розуміння:

здатність знаходити причинно-наслідкові зв'язки між явищами та процесами на світовому туристичному ринку
уміння користуватися статистичними базами даних, що відображають динаміку світових туристичних потоків
уміння здійснювати дослідження глобального та регіональних ринків туристичних послуг
здатність обґрунтувати та визначити масштаби туристських витрат, туристського споживання, зайнятості у туристичній галузі за регіонами та країнами світу
уміння оцінити стан та перспективи конкурентоспроможності країн світу у сфері подорожей і туризму
здатність визначити туристичний потенціал України в контексті сучасної глобалізації

Формування суджень:

здатність визначити місце міжнародного туризму та його роль у світовій економіці
здатність осмислити сутності міжнародного туризму, його відмінності від інших форм міжнародних відносин
здатність визначати місце національного ринку туристичних послуг в поляризованій структурі світового туристичного простору

Основна література

1. Горіна Г.О. Міжнародний туризм [Текст] : конспект лекцій / Г.О. Горіна ; ДонНУЕТ. – Кривий Ріг, 2017. – 120 с.
2. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник.-М. :КноРус, 2010. – 464с.
3. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Большой Глоссарий терминов международного туризма. – М.: Герда, невьський фонд, 2006. – 936 с.
4. Борисов К.Г. Международный туризм и право: учеб. пособие. – М. : Издательство «НИМП», 1999.
5. Вавилов Е.В. Основы международного туризма.-М.: Гардарики, 2005. - 160 с.
6. Воскресенский В.Ю. Международный туризм.-М.: Юнити-Дана, 2008. - 464с.
7. Квартальнов В.А., Романов А.А. Международный туризм: політика развития :учеб.пособие. – М.: Советский спорт, 1998.
8. Квартальнов В.А. Туризм: ученик. М.: Финансы и статистика,2002.
9. Котлер Ф., БоуэнДж., МейкензДж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм : ученик для вузов / пер. с англ. под. ред. Р.Б.Ноздревой.-М. :ЮНИТИ,1998.
10. Манильская декларация по мировому туризму // Материалы Всемирной конференции по туризму. – Мадрид, 1991.
11. Можева Н., Богинская Е., Мазурина О. Организация международного туризма: учеб.пособие.-Гардарики, 2008.-256 с.
12. Пузакова Е.П. Международный туристический бизнес.-М. : Издательство «ПРИОР», 2001.
13. Романов А. Зарубежное туристическое страноведение.-М. : Советский спорт, 2001.
14. Севастьянов Д.В. Основы страноведения и международного туризма.- М. : Академия, 2008.-272 с.
15. Сенин В.С. Организация международного туризма: ученик. –М.: Финансы и статистика, 2005. – 400 с.
16. Щербакова С.А. Международный туризм: Экономика и геграфия. – М. :Финансы и статистика, 2007.-144 с.
17. Экономика и организация туризма. Международный туризм: учебное пособие – М : КноРус, 2010. – 576 с.
18. Тарасенок, А.И. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации : учеб.-метод. пособие / А. И. Тарасенок. –Минск : РИПО, 2014. – 144 с.

Додаткова література

1. Александрова А. Ю. География мировой индустрии туризма. М., 1998.
2. Максаковский В. П. Географическая картина мира. Часть 2. Ярославль: Верхне-Волжское книжное изд-во, 1995.
3. Организация и управление гостиничным бизнесом: Учебник/Под ред. А. Л. Лесника, И. П. Мацицкого, А. В. Чернышева. М., 2000.
4. Основы туристской деятельности / Под. Ред. В. А. Квартального, И. В. Зорина и др. М., Советский спорт, 2000.
5. Пирожник И. И. Международный туризм в мировом хозяйстве: Учеб. пособие. Минск, 1996.
6. Тарасенок, А. И. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации : учеб.-метод. пособие / А. И. Тарасенок. –Минск : РИПО, 2014. – 144 с.
7. Горіна Г.О. Конкурентоспроможність сектору подорожей і туризму України на міжнародному туристичному ринку / Г.О. Горіна // Проблемы и перспективы развития

сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества и ГУАМ: сб. науч. тр. – Винница: ДонНУ, 2014. – 274 с.

8. Горіна Г.О. Соціально-економічне значення туристичної галузі в економіці держави / Г.О. Горіна // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія “Економічні науки” :науковий збірник / Черніг. нац. технол. ун-т. – Чернігів : Черніг. нац. технол. ун-т, 2014. – № 4 (76). – 352 с.

9. Горіна Г.О. Місце України на міжнародному туристичному ринку / Г.О. Горіна // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – Полтава, 2014. - № 3 (65).

10. Горіна Г.О., Чернега О.Б. Визначення місця національного ринку туристичних послуг у ієрархічній структурі туристичного простору країн ЄС / Г.О. Горіна, О.Б. Чернега // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. праць / Донец. нац. ун-т екон. і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2018. – № 2(44).

11. Горіна Г.О. Специфіка моделей корпоративного управління міжнародним готельним бізнесом / Г.О. Горіна // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. – 2018. - №22. – С. 45-54.

ТЕМА 1. Міжнародний туризм як об’єкт дослідження

1.1. Організаційні форми та види туризму

1.2. Сутність та взаємозв’язок подорожі та туризму

1.3. Класифікація міжнародних та внутрішніх відвідувачів

До *міжнародного туризму* належать: *в’їзний туризм* – подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та *виїзний туризм* – подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни.

Внутрішнім туризмом є подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території.

Згідно з Міжнародними рекомендаціями зі статистики туризму (2008), стосовно до країни, яка розглядається рекомендується розрізняти такі *три основні види туризму*:

Внутрішній туризм, який включає діяльність у межах даної країни відвідувача, який постійно в ній проживає в рамках внутрішньої туристської поїздки, або виїзної туристської поїздки.

В’їзний туризм, який включає діяльність відвідувача, який не проживає у країні яка розглядається в межах даної країни під час в’їзної туристичної поїздки.

Виїзний туризм, який включає діяльність відвідувача, який постійно проживає в даній країні за межами даної країни в рамках виїзної туристської поїздки, або внутрішньої туристської поїздки.

Три вищевказаних види туризму можуть комбінуватися різним чином, складаючи інші види туризму, і в цьому випадку слід використовувати такі визначення:

а) *туризм в межах країни*, який включає внутрішній і в’їзний туризм, тобто діяльність відвідувачів, які проживають і не проживають в даній країні, в межах даної країни в рамках внутрішніх чи міжнародних туристських поїздок;

б) *національний туризм*, який включає внутрішній і виїзний туризм, тобто діяльність відвідувачів, які постійно проживають в даній країні, в межах і за межами даної країни в рамках внутрішніх, або виїзних туристських поїздок;

с) *міжнародний туризм*, який включає в’їзний і виїзний туризм, тобто діяльність відвідувачів, які постійно проживають в даній країні, за її межами в рамках внутрішніх або виїзних туристських поїздок, і діяльність відвідувачів, які не проживають у країні, яка розглядається, в межах даної країни під час виїзних туристських поїздок.

Подорож в межах країни осіб, які постійно проживають в ній називається *внутрішньою подорожжю*. Подорож в країну осіб, які не проживають в даній країні, називається *в'їзною подорожжю*, а подорож за межі країни її жителів - *виїзною подорожжю*.

В'їзна поїздка відповідає подорожі в період між в'їздом в країну і виїздом з неї, а *внутрішня поїздка* або *виїзна поїздка* - подорожі в період між від'їздом з місця постійного проживання і поверненням.

Міжнародні подорожі включають як в'їзні, так і виїзні подорожі і відносяться до ситуацій, коли країна проживання мандрівника відрізняється від відвідуваної країни або країн. Особи, які здійснюють міжнародні подорожі, вважаються *міжнародними мандрівниками*.

ТЕСТИ

1. Організаційні форми туризму згідно закону України «Про туризм»

- A. міжнародний і внутрішній
- B. в'їзний і виїзний
- C. туризм в межах країни і національний
- D. міжнародний і національний

2. Основні види туризму згідно з Міжнародними рекомендаціями зі статистики туризму (2008)

- A. міжнародний і внутрішній
- B. внутрішній, в'їзний і виїзний
- C. туризм в межах країни і національний
- D. міжнародний і національний

3. В'їзний туризм згідно закону України «Про туризм»

- A. діяльність відвідувача, який постійно проживає в даній країні за межами даної країни в рамках виїзної туристської поїздки, або внутрішньої туристської поїздки
- B. подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території
- C. подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни
- D. подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території

4. Виїзний туризм згідно закону України «Про туризм»

- A. подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни
- B. подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території
- C. діяльність відвідувача, який постійно проживає в даній країні за межами даної країни в рамках виїзної туристської поїздки, або внутрішньої туристської поїздки
- D. подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території

5. Внутрішній туризм згідно закону України «Про туризм»

- A. діяльність відвідувача, який постійно проживає в даній країні за межами даної країни в рамках виїзної туристської поїздки, або внутрішньої туристської поїздки
- B. подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території
- C. подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни
- D. подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території

ТЕМА 2. Поляризація світового туристичного простору

2.1 Територіальне районування світу за туристичними регіонами

2.2 Концепція просторової поляризації світового туристичного ринку

Просторова поляризація ринку туристичних послуг – нерівномірність розвитку туристичного простору, яка відображає якісний і кількісний розрив між елементами ієрархічної структури архітектури туристичного ринку, що виникає в результаті диспропорції розподілу та перерозподілу природно-рекреаційних і соціально-економічних ресурсів та під впливом історично-сформованих та інноваційних детермінант.

Просторова поляризація ринку туристичних послуг на будь-якому рівні формується під впливом *об'єктивних та суб'єктивних факторів*, які безпосередньо або опосередковано позначаються на тенденціях до сталого розвитку або до поляризації. Під дією провідних факторів формуються полюси (центри), які поширюють свій вплив на периферію, вирівнюючи або підсилюючи диспропорцію у рівні розвитку ринків.

У рамках світового ринку туристичних послуг «центр» - це регіон, де концентруються туристські транснаціональні корпорації, формуються світові стандарти туристичної індустрії, зароджуються та направляються світові туристичні потоки, генеруються головні інновації у сфері туризму, які у ході просторової дифузії набувають поширення у периферії світового туристичного ринку.

У рамках національного ринку туристичних послуг «центр» - це локальний ринок, область, район, дестинація, де зароджуються та зосереджуються національні туристичні потоки, направляються в'їзні туристичні потоки, концентруються природно-рекреаційні, культурно-історичні ресурси, розвивається туристична та супутня інфраструктура, розміщуються міжнародні готельні та ресторанні мережі та консорціуми, створюються національні, формуються національні стандарти обслуговування та створення комплексного туристичного продукту, які у процесі просторової дифузії поширюються на периферійні локальні ринки туристичних послуг.

Історично-сформовані базові детермінанти формування просторової поляризації ринку туристичних послуг – природно-ресурсні та соціально-демографічні детермінанти. Історично-сформовані базові фактори є підставою для концентрації ресурсів та створюють можливості для інноваційного розвитку – формування актуальних інноваційних детермінант.

Інноваційні детермінанти формування просторової поляризації ринку туристичних послуг – інституційно-інфраструктурні, промислово-господарські, інноваційні, політико-економічні, інтеграційні, глобалізаційні, зовнішньоорієнтовані детермінанти.

Ендогенні детермінанти формування просторової поляризації ринку туристичних послуг формуються під впливом внутрішніх ресурсів утворюють єдину взаємозв'язану соціально-економічну систему елементів. Ендогенні детермінанти об'єднують в собі як базові фактори, так і інноваційні, розвиваються та трансформуються під впливом та тісним взаємозв'язком з екзогенними детермінантами.

Екзогенні детермінанти формування просторової поляризації ринку туристичних послуг формуються під дією зовнішніх чинників, але залежать від внутрішніх передумов, готовності елементів системи до зовнішньої взаємодії та мають сталий взаємозв'язок з ендогенними детермінантами

ТЕСТИ

1. Всесвітня туристська організація виділяє макрорегіони світу

A. Європа, Азія і Тихоокеанський регіон, Американський регіон, Африка, Близький схід

B. Європа, Азія і Тихоокеанський регіон, Американський регіон, Африка південніше Сахари, Близький Схід і Північна Африка

C. Європа, Азія, Австралія, Америка, Карибський басейн

D. Європа, Америка, Океанія, Тропічна Африка, Схід

2. Всесвітня рада з подорожей і туризму виділяє макрорегіони світу

- A. Європа, Азія і Тихоокеанський регіон, Американський регіон, Африка, Близький схід
- B. Європа, Азія і Тихоокеанський регіон, Американський регіон, Африка південніше Сахари, Близький Схід і Північна Африка
- C. Європа, Азія, Австралія, Америка, Карибський басейн
- D. Європа, Америка, Океанія, Тропічна Африка, Схід

3. Світовий економічний форум виділяє макрорегіони світу

- A. Європа, Азія і Тихоокеанський регіон, Американський регіон, Африка, Близький схід
- B. Європа, Азія і Тихоокеанський регіон, Американський регіон, Африка південніше Сахари, Близький Схід і Північна Африка
- C. Європа, Азія, Австралія, Америка, Карибський басейн
- D. Європа, Америка, Океанія, Тропічна Африка, Схід

4. У відповідності з моделлю І.І. Пирожника у світі сформувались туристичні мезорегіони

- A. центри розвитку міжнародного туризму, зона інтенсивного розвитку, периферійна зона екстенсивного розвитку, периферійна зона в стані стагнації
- B. країни центру, країни напівпериферії, країни периферії
- C. розвинуті країни, країни, що розвиваються, країни з перехідною економікою
- D. країни першого світу, країни другого світу, країни третього світу

5. Згідно з моделлю Александрової А.Ю. у світі сформувались туристичні мезорегіони

- A. центри розвитку міжнародного туризму, зона інтенсивного розвитку, периферійна зона екстенсивного розвитку, периферійна зона в стані стагнації
- B. країни центру, країни напівпериферії, країни периферії
- C. розвинуті країни, країни, що розвиваються, країни з перехідною економікою
- D. країни першого світу, країни другого світу, країни третього світу

ТЕМА 3. Статистика міжнародного туризму

3.1 Вимірювання потоків відвідувачів

3.1.1 Звичне середовище: пропоновані критерії

3.1.2 Вимірювання потоків в'їзних відвідувачів

3.1.3 Вимірювання потоків виїзних відвідувачів

3.2 Визначення та масштаби туристських витрат

3.3 Визначення та сфера охоплення туристського споживання

3.4 Зайнятість в галузях туризму

Туристські витрати – сума, що витрачається на придбання споживчих товарів та послуг, а також інших цінностей для власного користування або передачі іншим особам при підготовці до туристської поїздки і в ході її реалізації.

Витрати, що відносяться до внутрішнього туризму – це туристські витрати відвідувача в рамках економіки, резидентом якої він являється.

Витрати, що відносяться до в'їзного туризму – це туристські витрати відвідувача в рамках економіки, резидентом якої він не являється.

Витрати, що відносяться до виїзного туризму – це туристські витрати відвідувача за межами економіки, резидентом якої він являється.

Витрати, що відносяться до національному туризму – включають всі туристські витрати відвідувачів-резидентів даної економіки, в межах і за межами цієї економіки. Вони представляють суму витрат, що відносяться до внутрішнього туризму та виїзного туризму.

Витрати, що відносяться до туризму в межах країни – включають всі туристські витрати відвідувачів, які як являються, так і не являються резидентами даної економіки. Вони представляють суму витрат, що відносяться до внутрішнього туризму та виїзного туризму. До них відносяться придбання товарів і послуг, які імпортуються в країну і продаються відвідувачам.

Споживання, що відноситься до внутрішнього туризму – туристське споживання відвідувачів-резидентів в межах економічної території відповідної країни.

Споживання, що відноситься до виїзного туризму – туристське споживання відвідувачів-нерезидентів в межах економічної території відповідної країни.

Споживання, що відноситься до виїзного туризму – туристське споживання резидентів за межами економічної території відповідної країни.

Споживання, що відноситься до туризму всередині країни – туристське споживання відвідувачів, які є як резидентами, так і нерезидентами, в межах економічної території відповідної країни. Його величина представляє суму показників туристського споживання, що стосується внутрішнього туризму та виїзного туризму.

Споживання, що відноситься до національного туризму: туристське споживання відвідувачів-резидентів в межах економічної території відповідної країни і за її межами. Величина цього споживання представляє собою суму показників споживання, що стосується внутрішнього туризму та виїзного туризму.

Експорт послуг – надання послуги резидентами-виробниками країни резидентам іншої країни.

Імпорт послуг – надання послуги резидентам країни нерезидентами-виробниками.

Послуги з подорожей охоплюють товари і послуги, придбані в країні відвідування нерезидентами цієї країни для власного споживання або подальшої передачі третій особі.

ТЕСТИ

1. До туристських витрат відносяться

- А. грошові витрати на споживчі товари і послуги
- В. грошові виплати, відвідувачів за конкретні послуги, що надаються і субсидовані урядом і некомерційними організаціями
- С. дрібні витрати за послуги, що надаються працівникам та їх сім'ям під час туристських поїздок
- Д. всі відповіді вірні

2. До туристських витрат не належать

- А. оплата податків і зборів, що не входять в закупівельну ціну продуктів, придбаних відвідувачем
- В. покупка фінансових і не фінансових активів, включаючи землю та нерухомість
- С. купівля товарів для перепродажу або від імені третіх сторін, або за власний рахунок
- Д. всі відповіді вірні

3. Витрати, що відносяться до внутрішнього туризму

- А. туристські витрати відвідувача за межами економіки, що розглядається, резидентом якої він є
- В. туристські витрати відвідувача в рамках економіки, що розглядається, резидентом якої він не є

С. туристські витрати відвідувача в рамках економіки, що розглядається, резидентом якої він є

Д. включають всі туристські витрати відвідувачів, які являються, так і не являються резидентами економіки, що розглядається, в межах цієї економіки

4. Витрати, що відносяться до в'їзного туризму

А. туристські витрати відвідувача за межами економіки, що розглядається, резидентом якої він являється

В. туристські витрати відвідувача в рамках економіки, що розглядається, резидентом якої він не являється

С. туристські витрати відвідувача в рамках економіки, що розглядається, резидентом якої він являється

Д. включають всі туристські витрати відвідувачів, які являються, так і не являються резидентами економіки, що розглядається, в межах цієї економіки

5. Витрати, що відносяться до виїзного туризму

А. туристські витрати відвідувача за межами економіки, що розглядається, резидентом якої він являється

В. туристські витрати відвідувача в рамках економіки, що розглядається, резидентом якої він не являється

С. туристські витрати відвідувача в рамках економіки, що розглядається, резидентом якої він являється

Д. включають всі туристські витрати відвідувачів, які являються, так і не являються резидентами економіки, що розглядається, в межах цієї економіки

ТЕМА 4. Конкурентоспроможність країн світу у сфері подорожей і туризму

4.1 Рівні конкурентоспроможності у туризмі

4.2 Методика складання Індексу конкурентоспроможності країн у секторі подорожей і туризму

4.3 Аналіз конкурентоспроможності країн світу у секторі подорожей і туризму

Мегарівень конкуренції та конкурентоспроможності у сфері туризму охоплює глобальний (світовий) ринок туристичних послуг; ринок туристичних послуг макрорегіонів (міжкраїнових туристичних регіонів) та ринок туристичних послуг мезорегіонів (субрегіонів).

Макрорівень конкуренції та конкурентоспроможності у сфері туризму охоплює національний ринок туристичних послуг.

Мезорівень конкуренції та конкурентоспроможності у сфері туризму охоплює ринок туристичних послуг регіону, області, дестинації; види туризму.

Мікрорівень конкуренції та конкурентоспроможності у сфері туризму охоплює туристичні підприємства; туристичні продукти, послуги.

Методика складання Індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму 2006-2013 рр., розроблена Світовим економічним форумом, ґрунтувалася на 79 показниках, згрупованих у 14 складових. Дані складові, в свою чергу, утворювали три субіндекса: «Регуляторна середовище в туристичному секторі», «Середовище та інфраструктура для бізнесу», а також «Людські, культурні та природні ресурси в секторі подорожей і туризму».

Методика складання Індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму 2015-2018 рр. розраховується на підставі чотирьох субіндексів: «Сприятливе середовище», «Політика та сприятливі умови для сектора», «Інфраструктура», «Природні та культурні ресурси», які ґрунтуються на 90 показниках, згрупованих у 14 складових (діловий клімат,

безпека та охорона, здоров'я і гігієна, людські ресурси та ринок праці, стан інформаційно-комунікаційних технологій, пріоритезація в секторі, міжнародна відкритість, цінова конкурентоспроможність, екологічна стабільність, інфраструктура повітряного транспорту, наземна та портова інфраструктура, інфраструктура туризму, природні ресурси, культурні ресурси і ділові поїздки), отриманих за допомогою опитування понад 15 тис. керівників та лідерів туристичного бізнесу і кількісних даних з інших джерел.

Субіндекс «Сприятливе середовище» - відображає основні параметри, необхідні для роботи в країні, охоплює наступні складові: діловий клімат (12 індикаторів); безпека та охорона (5 індикаторів); здоров'я і гігієна (6 індикаторів); людські ресурси та ринок праці (9 індикаторів); стан інформаційно-комунікаційних технологій (8 індикаторів).

Субіндекс «Політика та сприятливі умови для сектора» - охоплює конкретні політики або стратегічні аспекти, які безпосередньо впливають на індустрію туризму та подорожей, а саме: пріоритезація в секторі (6 індикаторів); міжнародна відкритість (3 індикатора); цінова конкурентоспроможність (4 індикатора); екологічна стабільність (10 індикаторів).

Субіндекс «Інфраструктура» - фіксує доступність та якість інфраструктури економіки країни, охоплює складові: інфраструктура повітряного транспорту (6 індикаторів); наземна та портова інфраструктура (7 індикаторів); інфраструктура туризму (4 індикатора).

Субіндекс «Природні та культурні ресурси» - відображає наявність природних та культурних ресурсів необхідних для розвитку туризму, включає складові: природні ресурси (5 індикаторів); культурні ресурси і ділові поїздки (5 індикаторів).

ТЕСТИ

1. Мегарівень конкуренції у сфері туризму відповідає

- A. рівню крупним географічним міжкраїновим регіонам
- B. рівню країни або групи країн
- C. рівню регіонів або видів туризму
- D. рівню окремих туристських підприємств, як економічних суб'єктів, а також туристських продуктів і послуг

2. Макрорівень конкуренції у сфері туризму відповідає

- A. рівню крупним географічним міжкраїновим регіонам
- B. рівню країни або групи країн
- C. рівню регіонів або видів туризму
- D. рівню окремих туристських підприємств, як економічних суб'єктів, а також туристських продуктів і послуг

3. Мезорівень конкуренції у сфері туризму відповідає

- A. рівню крупним географічним міжкраїновим регіонам
- B. рівню країни або групи країн
- C. рівню регіонів або видів туризму
- D. рівню окремих туристських підприємств, як економічних суб'єктів, а також туристських продуктів і послуг

4. Микрорівень конкуренції у сфері туризму відповідає

- A. рівню крупним географічним міжкраїновим регіонам
- B. рівню країни або групи країн
- C. рівню регіонів або видів туризму
- D. рівню окремих туристських підприємств, як економічних суб'єктів, а також туристських продуктів і послуг

5. Індекс конкурентоспроможності країн у секторі подорожей і туризму 2014 р. ґрунтується на субіндексах

А. «Сприятливе середовище», «Політика та сприятливі умови для сектора», «Інфраструктура», «Природні та культурні ресурси»

В. «Інфраструктура», «Природні та культурні ресурси», «Регуляторна середовище в туристичному секторі»

С. «Регуляторна середовище в туристичному секторі», «Середовище та інфраструктура для бізнесу», «Людські, культурні та природні ресурси в секторі подорожей і туризму»

Д. «Людські, культурні та природні ресурси в секторі подорожей і туризму», «Сприятливе середовище», «Політика та сприятливі умови для сектора»

ТЕМА 6. Міжнародне співробітництво у сфері туризму

6.1 Сутність міжнародної співпраці та координації у сфері туризму

6.2 Всесвітня туристична організація

6.3 Всесвітня рада з туризму та подорожей

Міжнародна співпраця в сфері туризму розвивається в двох формах: 1) співпраця на двосторонній основі; 2) співпраця на багатосторонній основі.

Співпраця у сфері туризму на двосторонній основі – погоджені двома країнами умови довготривалої співпраці у розвитку туризму скріплюються особливими договорами, які переважно називаються міждержавними угодами про співпрацю в галузі туризму. Така форма міжнародної співпраці є найдоступнішою та найефективнішою, оскільки для її реалізації не потрібно створювати жодних організаційних структур.

Співпраця у сфері туризму на багатосторонній основі – багатостороння співпраця передбачає координацію дій із розвитку міжнародного туризму між декількома країнами. Формами багатосторонньої співпраці є міжнародні наради, форуми з питань туризму, а також різноманітні міжнародні туристичні організації.

Всесвітня туристична організація (World Tourism Organization – UNWTO) – міждержавна організація, є спеціалізованою агенцією ООН і провідною міжнародною організацією у сфері туризму. Вона діє як глобальний форум з питань туристичної політики.

Головним органом UNWTO є *Генеральна асамблея*, яка скликається один раз на два роки й ухвалює важливі рішення: про вибори генерального секретаря, членів Виконавчої ради, про затвердження і розподіл бюджету UNWTO, про прийом нових членів, про затвердження звітів і планів роботи тощо.

Керівним органом UNWTO є *Виконавча рада*, яка у період між сесіями Генеральної асамблеї ухвалює потрібні рішення з адміністративних і технічних питань (у межах функціональних і фінансових можливостей організації).

Секретаріат UNWTO очолює Генеральний секретар, який призначається Генеральною асамблеєю терміном на чотири роки. Він є відповідальним перед Генеральною асамблеєю і Виконавчою радою, впроваджує їхні рішення у життя, готує звіти і плани роботи UNWTO, а також прогноз бюджету призначає персонал Секретаріату.

Всесвітня рада з туризму та подорожей – міжнародне неурядове об'єднання учасників індустрії туризму і подорожей. Штаб-квартира: Лондон (Великобританія). Всесвітня рада з туризму та подорожей була заснована у 1990 р. Діяльність спрямована на дослідження в галузі економічного і соціального впливу туризму, організацію глобальних і регіональних самітів, пов'язаних з проблемами і подіями, які належать до індустрії туризму. До складу всесвітньої ради з подорожей і туризму входять 139 членів, які є головами, президентами і генеральними директорами провідних світових компаній у галузі туризму та подорожей.

ТЕСТИ

1. Міжнародна співпраця в сфері туризму розвивається у формах

- A. співпраця на двосторонній та трьохсторонній основі
- B. співпраця на двосторонній та багатосторонній основі
- C. співпраця на трьохсторонній та багатосторонній основі
- D. співпраця між країнами та міжнародними організаціями

2. Заходи співпраці в сфері туризму на двосторонній основі спрямовані на

- A. широку підтримку діяльності й співпраці туристичних організацій обох країн
- B. спрощення прикордонних, митних та інших туристичних формальностей
- C. обмін туристичною інформацією
- D. усі відповіді вірні

3. Заходи співпраці в сфері туризму на двосторонній основі спрямовані на

- A. сприяння збільшенню обсягів туристичних поїздок (групових і індивідуальних) між обома країнами
- B. надання допомоги в підготовці професіональних кадрів для сфери туризму
- C. координацію співпраці туристичних адміністрацій у межах UNWTO та інших міжнародних туристичних організацій
- D. усі відповіді вірні

4. Співпраця на багатосторонній основі в сфері туризму передбачає

- A. широку підтримку діяльності й співпраці туристичних організацій двох країн
- B. погоджені двома країнами умови довготривалої співпраці у розвитку туризму
- C. координацію дій із розвитку міжнародного туризму між декількома країнами
- D. сприяння збільшенню обсягів туристичних поїздок між двома країнами

5. Формами багатосторонньої співпраці у сфері туризму є

- A. міжнародні наради
- B. міжнародні форуми з питань туризму
- C. міжнародні туристичні організації
- D. усі відповіді вірні

Тема 7. Сучасні тенденції транснаціоналізації в міжнародному туризмі

7.1 ТНК як головний суб'єкт світогосподарських відносин

7.2 Транснаціональні компанії на ринку міжнародного туризму

7.3. Вплив туристських ТНК на національну економіку

7.3.1 Вплив туристських ТНК на економіку приймаючих країн

7.3.2 Вплив туристських ТНК на економіку країни базування.

Міжнародна готельна мережа – об'єднання різних підприємств готельного бізнесу, активи яких знаходяться у різних країнах та під контролем управляючої компанії (готельного оператора) на підставі власності/оренди, франчайзингу чи управління по контракту, які реалізують єдину стратегію розвитку.

Переваги міжнародних готельних мереж над окремими готелями, що забезпечує домінуюче положення на ринку: придбання великих партій товарів і послуг за гуртовими цінами; використання єдиного стратегічного маркетингу, який передбачено для певного бренду, дозволяє суттєво заощаджувати кошти на проведенні самостійних глобальних досліджень; навчання персоналу, підвищення його кваліфікації, можливість обміну

професійним досвідом, здійснення централізованої підготовки кадрів, що значно скорочує витрати кожного члена мережі. Крім того, участь у мережі робить доступними для його членів послуги високооплачуваних фахівців-експертів у певних сферах; використання загально визнаної марки, ім'я, назви мережі; систематичне застосування гнучкої цінової політики; функціонування єдиної об'єднаної системи бронювання, яка дозволяє підвищити завантаження номерного фонду членів мережі; застосування централізованої системи постачання і збуту; забезпечення високої якості обслуговування завдяки доступу до нових технологій і техніки; використання мережевих принципів і стандартів роботи, які роблять позитивний вплив на загальне управління готелем, забезпечуючи, в свою чергу, стабільний фінансовий результат; надання інформаційної підтримки, «... що дає можливість готелю, який входить до готельного ланцюга, бути представленим у всіх його довідниках, каталогах, системах бронювання і на Інтернет-сайтах».

Сфери впливу туристських ТНК на національну економіку: контроль ТНК над структурою туристського ринку, розвитком індустрії туризму та окремих її секторів в приймаючій країні; контроль над туристськими потоками; трансфертне ціноутворення на туристичні продукти; проблема витоків доходів від міжнародного туризму за кордон; технологічний вплив ТНК на економіку країн-імпортерів.

Сфери впливу туристських ТНК на економіку країни базування: ТНК спрямовують інвестиції в ті дестинації, які забезпечують гранично високі доходи і тим самим сприяють збільшенню середнього розміру доходів на вкладений капітал у вітчизняній індустрії туризму; поставивши на потік виробництво продуктів виїзного туризму, вони збивають рівень цін на внутрішньому ринку; ТНК, що спеціалізуються на в'їзному туризмі, отримують монополістичні вигоди на ринку країни базування; ТНК впливають на національну економіку опосередковано через активізацію туристських потоків.

ТЕСТИ

1. Переваги міжнародних готельних мереж над окремими готелями, що забезпечують домінуюче положення на світовому ринку

- А. функціонування єдиної об'єднаної системи бронювання, яка дозволяє підвищити завантаження номерного фонду членів мережі; застосування централізованої системи постачання і збуту
- В. забезпечення високої якості обслуговування завдяки доступу до нових технологій і техніки; використання мережевих принципів і стандартів роботи, які роблять позитивний вплив на загальне управління готелем
- С. надання інформаційної підтримки, що дає можливість готелю, який входить до готельної мережі, бути представленим у всіх його довідниках, каталогах, системах бронювання
- Д. усі відповіді вірні

2. Економічні фактори впливу на розвиток міжнародних готельних та туристичних ТНК

- А. обмеженість економічних ресурсів, загострення конкуренції, зміна обсягу попиту, ємність ринку, розвиток ринкової інфраструктури
- В. демографічна ситуація, наявність достатньої кількості туристів, наявність кваліфікованих кадрів, наявність етнічних та релігійних конфліктів
- С. законодавство у галузі туризму і готельної справи, інвестиційні пільги
- Д. політична стабільність, соціальна напруженість, рівень стабільності демократії

3. Соціокультурні фактори впливу на розвиток міжнародних готельних та туристичних ТНК

- А. обмеженість економічних ресурсів, загострення конкуренції, зміна обсягу попиту, ємність ринку, розвиток ринкової інфраструктури

- В. демографічна ситуація, наявність достатньої кількості туристів, наявність кваліфікованих кадрів, наявність етнічних та релігійних конфліктів
- С. законодавство у галузі туризму і готельної справи, інвестиційні пільги
- Д. політична стабільність, соціальна напруженість, рівень стабільності демократії

4. Правові фактори впливу на розвиток міжнародних готельних та туристичних ТНК

- А. обмеженість економічних ресурсів, загострення конкуренції, зміна обсягу попиту, ємність ринку, розвиток ринкової інфраструктури
- В. демографічна ситуація, наявність достатньої кількості туристів, наявність кваліфікованих кадрів, наявність етнічних та релігійних конфліктів
- С. законодавство у галузі туризму і готельної справи, інвестиційні пільги
- Д. політична стабільність, соціальна напруженість, рівень стабільності демократії

5. Політичні фактори впливу на розвиток міжнародних готельних та туристичних ТНК

- А. обмеженість економічних ресурсів, загострення конкуренції, зміна обсягу попиту, ємність ринку, розвиток ринкової інфраструктури
- В. демографічна ситуація, наявність достатньої кількості туристів, наявність кваліфікованих кадрів, наявність етнічних та релігійних конфліктів
- С. законодавство у галузі туризму і готельної справи, інвестиційні пільги
- Д. політична стабільність, соціальна напруженість, рівень стабільності демократії

Тема 8. Туристичний потенціал України в контексті сучасної глобалізації

- 8.1 Місце України на міжнародному туристичному ринку
- 8.2 Конкурентоспроможність України на міжнародному туристичному ринку
- 8.3 Міжнародна співпраця України у сфері туризму

Співпраця Україна з Всесвітньою туристичною організацією. У жовтні 1997 р. на 12-й сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристичної організації (м. Стамбул, Туреччина) Україна стала повноправним членом цієї організації. На 13-й сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристичної організації (вересень 1999 р., м. Сантьяго, Чилі) Україну було обрано до складу Виконавчої ради ЮНВТО на період 1999-2003 рр. Починаючи з 22 травня 2000 р. Надзвичайний і Повноважний Посол України в Королівстві Іспанія та Князівстві Андорра здійснює повноваження Постійного представника України при Всесвітній туристичній організації.

Членство України у Всесвітній туристичній організації значно підвищило імідж і авторитет нашої держави у туристичному співтоваристві, створило передумови подальшого розвитку національного туризму відповідно до тенденцій світового туристичного ринку із залученням до інформаційної мережі, прогресивних технологій, інвестиційних пропозицій, системи професійної підготовки, наукових досліджень, передових надбань найбільш розвинутих туристичних держав світу, відкрило нові можливості налагодження взаємовигідної співпраці з країнами-членами на всіх рівнях – двосторонньому, багатосторонньому, регіональному.

Співпраця Україна з Організацією Чорноморського економічного співробітництва (ЧЕС). Провідним напрямом співробітництва країн у рамках ЧЕС є популяризація країн регіону у якості одного з провідних туристичних напрямків у світі. Місія Робочої групи ЧЕС зі співробітництва в галузі туризму, створеної в 1994 році, є сприяння регіональному співробітництву в галузі туризму. Стратегічною метою розвитку туристичного співробітництва України з ЧЕС є створення додаткових можливостей використання туристично-рекреаційного потенціалу регіону ЧЕС.

ТЕСТИ

1. У географічній структурі в'їзного туристичного потоку України домінують

- A. країни СНГ
- B. країни ЕС
- C. країни НАФТА
- D. країни АСЕАН

2. Показники, що сприяють розвитку сектора подорожей і туризму України за рейтингом конкурентоспроможності

- A. витрати на відкриття бізнесу, концентрація шкідливих проникаючих часток, витрати бізнесу від загрози тероризму, покриття медичними фахівцями
- B. захист прав власності, Індекс складності отримання візи, якість навколишнього середовища
- C. стійкість (стабільність) розвитку сектора подорожей і туризму, пріоритетність сектора подорожей і туризму в уряді, ефективність маркетингу для залучення туристів
- D. забезпечення авіасполучення по закордонним напрямкам, якість доріг, рівень зборів з авіаквитків і за послуги аеропортів

3. Показники, що сприяють розвитку сектора подорожей і туризму України у рейтингу конкурентоспроможності

- A. витрати держбюджету на сектор подорожей і туризму, кількість діючих на ринку країни авіаліній, щільність банкоматів, які приймають картки VISA
- B. захист прав власності, Індекс складності отримання візи, якість навколишнього середовища
- C. стійкість (стабільність) розвитку сектора подорожей і туризму, пріоритетність сектора подорожей і туризму в уряді, ефективність маркетингу для залучення туристів
- D. забезпечення авіасполучення по закордонним напрямкам, якість доріг, рівень зборів з авіаквитків і за послуги аеропортів

4. Показники, що сприяють розвитку сектора подорожей і туризму України у рейтингу конкурентоспроможності

- A. коефіцієнт паритету купівельної спроможності, частка захищених водних зон, частка у світовому експорті «креативних галузей» (сувенірна продукція, мистецтво, книги і т.п.)
- B. захист прав власності, Індекс складності отримання візи, якість навколишнього середовища
- C. стійкість (стабільність) розвитку сектора подорожей і туризму, пріоритетність сектора подорожей і туризму в уряді, ефективність маркетингу для залучення туристів
- D. забезпечення авіасполучення по закордонним напрямкам, якість доріг, рівень зборів з авіаквитків і за послуги аеропортів

5. Показники, що стримують розвиток сектора подорожей і туризму України у рейтингу конкурентоспроможності

- A. коефіцієнт паритету купівельної спроможності, частка захищених водних зон, частка у світовому експорті «креативних галузей» (сувенірна продукція, мистецтво, книги і т.п.)
- B. стійкість (стабільність) розвитку сектора подорожей і туризму, пріоритетність сектора подорожей і туризму в уряді, ефективність маркетингу для залучення туристів
- C. витрати держбюджету на сектор подорожей і туризму, кількість діючих на ринку країни авіаліній, щільність банкоматів, які приймають картки VISA
- D. витрати на відкриття бізнесу, концентрація шкідливих проникаючих часток, витрати бізнесу від загрози тероризму, покриття медичними фахівцями

Навчальне видання

*Горіна Ганна Олександрівна
Снігур Катерина Володимирівна*

Кафедра міжнародної економіки та туризму

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ**

Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність: 242 «Туризм»
Ступінь: бакалавр

Формат 60x84/8. Ум. др. арк.

Донецький національний університет
економіки і торгівлі імені
Михайла Туган-Барановського
50042, Дніпропетровська обл.,
м.Кривий Ріг, вул. Курчатова, 13.
Свідоцтво суб'єкту видавничої
Справи ДК № 4929 від 07.07.2015 р.