

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ І
МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ

конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти ОПП «Готельно-ресторанна справа» спеціальності 241
«Готельно-ресторанна справа» денної форми навчання

МИКОЛАЇВ

2023

УДК 338.48-4

М58

Друкується за рішенням науково-методичної комісії факультету менеджменту Миколаївського національного аграрного університету протокол № 7 від 08.03.2023 року.

Укладач:

Н.О. Шишпанова – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри публічного управління та адміністрування і міжнародної економіки, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв

Рецензенти:

А. С. Полторак – д-р. екон. наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту і маркетингу, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв;

Т. Г. Олійник – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємств, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв

© Миколаївський національний аграрний університет, 2023

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	4
СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ.....	6
Міжнародний туризм як економічний та соціокультурний феномен	7
Становлення сучасних форм розвитку міжнародного туризму в країнах світу	14
Статистика міжнародного туризму	18
Безпека, ризики та туристичні формальності у міжнародному туризмі	22
Сутність та класифікаційні ознаки міжнародного туристичного ринку	31
Державне регулювання світової туристичної діяльності	36
Міжнародні туристичні організації	44
Стан та перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні	50
РЕКОМЕНДОВАНІ ЛІТЕРАТУРНІ ДЖЕРЕЛА ТА ЗАКОНОДАВЧО-НОРМАТИВНІ АКТИ.....	66

ПЕРЕДМОВА

Метою вивчення навчальної дисципліни є формування теоретичних і прикладних знань, вмінь та практичних навичок здобувачів вищої освіти у питаннях методології здійснення досліджень світових туристичних потоків, а також теоретичних основ туристичних подорожей, та ознайомлення здобувачів вищої освіти з особливостями організації міжнародних подорожей, і міжнародними туристичними організаціями, які координують світовий міжнародний туризм.

Основними *завданнями* навчальної дисципліни є: розкрити особливості міжнародного туризму як галузі національної економіки, ознайомити із географією туристського попиту, особливостями міжнародного туризму та державного регулюванням туристичної діяльності в світі.

Предметом навчальної дисципліни є теоретичні, законодавчі та практичні положення щодо методології здійснення світових туристичних потоків.

До системи **компетентностей** належать:

Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують концепції гостинності і характеризується комплексністю та невизначеністю умов

Загальні компетентності:

ЗК 03. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 05. Здатність працювати в команді.

ЗК 08. Навики здійснення безпечної діяльності.

ЗК 09. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

ЗК10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Спеціальні (фахові компетентності):

СК 01. Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності

СК 03. Здатність використовувати на практиці основи діючого законодавства в сфері готельного та ресторанного бізнесу та відстежувати зміни.

СК 11. Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності;

СК 12. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК 13. Здатність здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

Програмні результати навчання:

РН 02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також

суміжних наук.

РН 04.Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства.

РН 05.Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу

РН 06.Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісні, виробничі та організаційні процеси готельного та ресторанного бізнесу.

РН 07.Організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

РН 16.Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності.

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Здобувачі вищої освіти вже мають володіти базовими знаннями та компетентностями окремих дисциплін циклу загальної та професійної підготовки та дисциплін циклу професійної та практичної підготовки, які заплановані до вивчення освітньо-професійною програмою підготовки здобувачів вищої освіти «Готельно-ресторанна справа».

До переліку дисциплін, які мають бути вивчені раніше, належать: правознавство, основи економічної теорії, етика ділового спілкування, психологія.

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ»

Змістовий модуль		Найменування тем	Обсяги годин			Разом
№	Назва		Лекції	Практичні	Самотійна робота	
1	Змістовий модуль 1. Міжнародний туризм та його роль у світовому економічному розвитку	Міжнародний туризм як економічний та соціокультурний феномен	4	4	4	12
		Становлення сучасних форм розвитку міжнародного туризму в країнах світу	4	4	4	12
		Статистика міжнародного туризму	4	4	4	12
		Безпека, ризики та туристичні формальності у міжнародному туризмі	4	4	4	12
Всього за змістовий модуль 1			16	16	16	48
2	Змістовий модуль 2. Організаційно-економічні умови діяльності підприємств на ринку міжнародного туризму	Сутність та класифікаційні ознаки міжнародного туристичного ринку	4	4	4	12
		Державне регулювання світової туристичної діяльності	4	4	4	12
		Міжнародні туристичні організації	2	2	2	6
		Стан та перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні	4	4	4	12
Всього за змістовий модуль 2			14	14	14	42
Всього годин по навчальній дисципліні			30	30	30	90

ТЕМА 1. МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЯВИЩЕ

План лекції:

1. Поняття про міжнародний туризм.
2. Основні чинники та етапи розвитку туристичної галузі.
3. Фактори впливу на розвиток міжнародного туризму.
4. Соціально-економічна роль туризму в розвитку національної економіки.
5. Соціокультурне значення міжнародного туризму

1. Поняття про міжнародний туризм

Туризм – один із важливих соціально-економічних феноменів сучасності, що підпорядкований дії об'єктивних законів розвитку людського суспільства. Туризм відображає характерну тенденцію сучасності, коли перевага віддається розвитку динамічного відпочинку, у процесі якого відновлення працездатності поєднується з пізнавальною діяльністю.

З економічного погляду туризм – це особливий вид споживання матеріальних і духовних благ, послуг і товарів, що відокремлюються в самостійну галузь господарства.

Туризм – це складна соціально-економічна система, яка складається з ряду взаємопов'язаних компонентів:

- По-перше, це громадяни, які роблять туристичні поїздки (туристи) в пізнавальних, оздоровчих, релігійних, професійно-ділових, і інших цілях та залишають грошові кошти в країні (місці) тимчасового перебування;
- По-друге, це організатори-посередники, які здійснюють реалізацію туристського продукту;
- По-третє, це інфраструктура туризму, що включає місця показу, засоби транспортування, об'єкти розваги, розміщення та інші;
- По-четверте, це сукупність взаємовідносин (явищ, зв'язків), що виникають на всіх етапах життєвого циклу туристської поїздки.

Міжнародний туризм як соціально-економічне явище може здійснювати істотний негативний вплив на умови проживання населення рецептивних районів, формувати залежну економіку і навіть призводити до зниження рівня розвитку інших галузей господарства, поширення негативних соціальних явищ, хвороб тощо. Тому необхідне прийняття ефективної державної концепції у сфері в'їзного туризму і постійний моніторинг ситуації у цій сфері.

2. Основні чинники та етапи розвитку туристичної галузі

Весь комплекс чинників, що впливають на розвиток міжнародного туристичного бізнесу, можна поділити на дві групи:

- чинники, що діють незалежно від діяльності організацій індустрії туризму (політичні, економічні, соціально-демографічні, культурні);
- чинники, що сприяють розвитку туризму, які активно використовують туристичні організації у своїй діяльності (будівництво нових об'єктів туризму,

підвищення кваліфікації персоналу, технічне вдосконалення матеріальної бази, раціональне використання матеріальних ресурсів, об'єктів, маршрутів).

Значення політичних чинників зумовлюється передусім тим, що необхідною умовою здійснення туристичного бізнесу є стабільна міжнародна політична ситуація. Також важливе значення мають: тип міжнародних відносин з іншими державами; стан торговельного та платіжного балансу країни та її партнерів; політичні обставини в світі і в окремих країнах, політика відкриття/закриття кордонів, пом'якшення адміністративного контролю у сфері туризму, уніфікація податкової і грошової політики.

Економічні чинники пов'язані із зростанням доходів населення, що дозволяє виділити більше коштів на подорожі. Попит на туристичні послуги пред'являють в основному представники середнього класу (40-60% у західно-європейських країнах) та з високими доходами (попит на екзотичні тури та висококомфортний відпочинок). Держави з розвинутою економікою, як правило, лідирують за кількістю туристських поїздок.

Соціально-демографічні чинники впливають на розвиток туризму, насамперед, через зростання чисельності населення, особливо міського. Туризм допомагає досягти зрівноваження, відпочити, заспокоїтися, розслабитися.

Культурні чинники розвитку міжнародного туризму проявляється через задоволення культурних, освітніх, естетичних потреб, що сприяє розвитку прагнення у людей до пізнання, дослідження життя, традицій, культури, історії інших країн і народів.

Чинник науково-технічного прогресу в туризмі проявляється, по-перше, у появі нових прогресивних видів туризму, які передбачають зменшення часу в дорозі та збільшення кількості туристів на далекі подорожі; по-друге, у широкому застосуванні в туристичному бізнесі комп'ютерних технологій, глобальних мереж бронювання готелів, авіарейсів, що дозволяє сформуванню турпродукту для клієнта в короткий проміжок часу з врахуванням різних тарифів та пільг для постійних клієнтів.

Головні особливості розвитку сучасного міжнародного туризму:

1. Нерівномірний розподіл міжнародних туристських потоків в різних регіонах і країнах.
2. Масові або групові туристи становлять 20-30% від загального числа туристів; інші 70-80% – індивідуальні туристи, які подорожують у сусідні країни.
3. Обсяги подорожей з метою рекреації збільшуються більш динамічно в порівнянні з обсягом ділового туризму.
4. Спостерігається тенденція до збільшення тривалості перебування під час міжнародних подорожей і кількості подорожей, що здійснюються протягом року.
5. Спостерігається зростання вимогливості клієнтів до сервісу.
6. Відзначається зростання мобільності населення.

При вивченні особливостей організації управління туристичним бізнесом за кордоном виділяють три моделі державного управління туризмом.

Перша – **децентралізованого управління**. Її особливість – відсутність центрального державного органу (туристичної адміністрації), яка б відповідала

за розвиток туристичної галузі. Всі питання розвитку туризму вирішуються на місцях – на засадах ринкової самоорганізації. Уряди окремих країн використовують таку модель в тих випадках, коли туризм країні взагалі непотрібний, або коли суб'єкти туристичного ринку є свідомими та займають сильні позиції, тобто здатні вирішувати свої проблеми без державної участі. Саме така модель управління туризмом нині використовується в США, де в 1997 р. була ліквідована державна структура United States Tourist and Travel Authority, Туристична адміністрація США (USTTA), що керувала туризмом раніше.

Друга модель – **централізованого державного управління** туризмом. Вона передбачає наявність сильного та авторитетного міністерства туризму, яке контролює діяльність всієї туристичної галузі. Для реалізації цієї моделі потрібні певні умови: великі державні фінансові вкладання в туристичну індустрію, рекламно-маркетингову діяльність, а також потужне державне інвестування в інфраструктуру. Прикладами країн, де застосовується ця модель є Туреччина, Єгипет, Туніс, Таїланд, Індонезія, Кенія та деякі інші країни, де туризм є одним з головних джерел валютних надходжень.

Третя модель управління туризмом (**її можна назвати європейською**) переважає в європейських країнах і полягає у тому, що питання розвитку туристичної діяльності країни вирішується на рівні якогось багатогалузевого міністерства. При цьому департамент, що займається туризмом має два головних напрямки діяльності: перший пов'язаний з глобальними питаннями державного регулювання туристичної галузі (зокрема це розробка нормативно-правової бази, координація діяльності регіонів, міжнародне співробітництво на міждержавному рівні, обробка статистичної інформації); другий – з маркетингово-виставковою діяльністю (у тому числі управління туристичними представництвами закордоном). Ця модель найбільш сприятлива та близька для України.

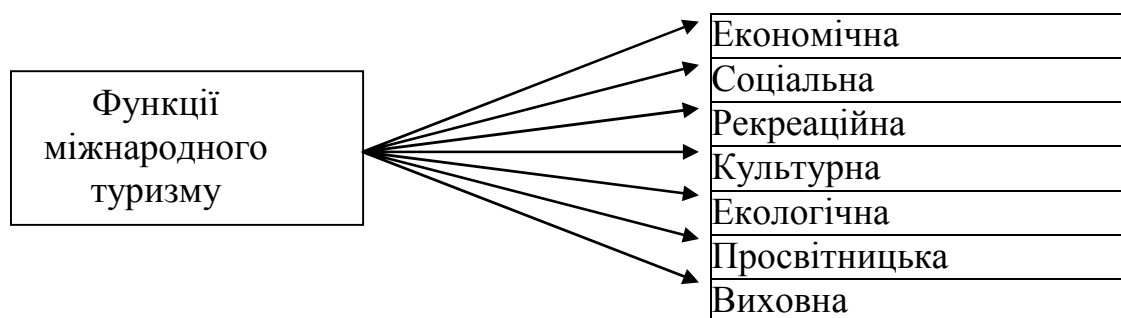


Рис. 1. Функції міжнародного туризму

Сучасний міжнародний туризм як економічне явище:

1. Має індустріальну форму і виступає у вигляді туристського продукту і послуг, які не можуть накопичуватися і транспортуватися;
2. Створює нові робочі місця і виступає найчастіше піонером освоєння нових районів і каталізатором прискореного розвитку національних економік;
3. Виступає як механізм перерозподілу національного доходу на користь країн, що спеціалізуються на туризмі;
4. Є мультиплікатором зростання національного доходу, зайнятості і

розвитку місцевої інфраструктури і зростання рівня життя місцевого населення;

5. Характеризується високим рівнем ефективності і швидкою окупністю інвестицій та виступає як ефективний засіб охорони природи та культурної спадщини, оскільки саме ці елементи становлять основу його ресурсної бази

6. Сумісний практично з усіма галузями господарства і видами діяльності людини, оскільки саме їх диференціація і дискретність і створюють ту різницю потенціалів рекреаційного середовища, яка викликає потреби людей до зміни місць і пізнання.

3.Фактори впливу на розвиток міжнародного туризму

1. Економічне зростання і соціальний прогрес привели до розширення поїздок з пізнавальними цілями.

2. Удосконалення всіх видів транспорту здешевило поїздки, зробило їх можливими для багатьох верств населення.

3. Збільшення числа найманих робітників і службовців в економічно розвинених країнах і підвищення їх матеріального і культурного рівня підвищили їх прагнення до духовних і пізнавальних цінностей.

4. Інтенсифікація праці і отримання більш тривалих відпусток працівниками припускають необхідність більш змістовного відпочинку.

5. Розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів між країнами привело до розширення міжособистісних зв'язків як між, так і всередині регіонів.

6. Розвиток сфери послуг стимулювало технологічний прогрес в області телекомунікацій, збільшило зацікавленість у відвідуванні різних країн і регіонів.

7. Спрощення прикордонних формальностей стимулює розвиток туризму.

Виробництво туристичного продукту можливе тільки при наявності трьох основних факторів: туристичних ресурсів, капіталу і трудових ресурсів.

До туристичних ресурсів можна віднести практично кожен об'єкт, комплекс об'єктів, образ чи ідею, які можуть викликати туристичний інтерес, тобто усвідомлене бажання індивіда безпосереднього ознайомлення (побачити, відчути, спробувати і т.д.), заради якого останній готовий пожертвувати певною кількістю матеріальних (грошових) ресурсів і власним вільним часом.

4.Соціально-економічна роль туризму в розвитку національної економіки

Міжнародний туризм є не тільки популярним видом відпочинку, а й сферою світової економіки, що активно розвивається. За останні три десятиліття число туристів у світі збільшилося майже в 4 рази, а доходи від туризму – більш ніж в 25 разів. Туризм є високоприбутковою галуззю і входить в число трьох найбільших експортних галузей.

Сучасна туристична індустрія слугує інтересам людини на всіх ієрархічних рівнях економіки. Доходи від туризму становлять до 30% бюджетів економічно розвинених країн і до 80% – багатьох невеликих держав, які не

мають інших значущих джерел. Туризм стає одним з основних чинників створення додаткових робочих місць, прискорює розвиток дорожнього та готельного будівництва, стимулює виробництво всіх видів транспорту, сприяє збереженню народних промислів і національної культури регіонів і країн.

Багато високорозвинених країн Заходу, такі, як, наприклад, Швейцарія, Австрія, Франція, значну частку свого добробуту побудували на доходах від туризму. Експортні надходження від в'їзного туризму зіграли важливу роль в післявоєнному економічному відродженні європейських країн. Активний туризм є одним з джерел покриття дефіциту торгового балансу.

Туристична галузь у США належно фінансується, підтримується спеціальними урядовими програмами. Цю сферу діяльності визнано в США другим крупним працедавцем після медичного обслуговування, третім сектором економіки із залучення іноземної валюти після сільського господарства та хімічної промисловості.

Розвиток міжнародного в'їзного туризму є не лише джерелом валютних надходжень в економічну систему країни, фактором стабілізації регіональних ринків праці, але й сприяє активізації відносин між країнами-учасницями туристичного процесу. Недаремно основними нормативними документами, що регулюють діяльність туристсько-рекреаційної сфери України, цей напрям визнано пріоритетним. Розвиток в'їзного туризму значним чином впливає на загальний стан цієї сфери. За розрахунками фахівців, її можна вважати ефективною тоді, коли обсяги в'їзного туризму втричі більші обсягів виїзного. У зв'язку з цим виникає потреба активізації зусиль на розвиткові інкамінгу.

Інкамінг (з англ. incoming) – це туроперейтинг у сфері міжнародного в'їзного туризму, тобто діяльність, спрямована на створення пакетів туристичних послуг підприємствами, що працюють на території приймаючої країни, з розміщення, харчування, транспортування, організації дозвілля тощо і доведення їх до іноземних споживачів.

Характерними рисами інкамінгу як виду туристичної діяльності є:

- орієнтація на іноземних споживачів, що викликає низку труднощів, пов'язаних з маркетинговими дослідженнями, просуванням національного турпродукту, його ціноутворенням і реалізацією;
- необхідність використання тільки послуг національних постачальників, рівень якості яких відповідає міжнародним діючим стандартам (особливо засобів розташування);
- власна нормативно-правова база діяльності;
- необхідність ратифікації численних наднаціональних правових актів і міждержавних угод з метою поглиблення туристичних взаємовідносин України з іноземними державами.

Міжнародний туризм сприяє диверсифікації економіки, створюючи галузі, що обслуговують сферу туризму. Міжнародний туризм в світі вкрай нерівномірний, що пояснюється в першу чергу різними рівнями соціально-економічного розвитку країн і регіонів. Туризм не є товаром першої життєвої необхідності, тому він стає нагальною потребою людини тільки при певному рівні його доходу і при певному рівні багатства суспільства. Найбільший розвиток міжнародний туризм отримав в західноєвропейських країнах. На

частку цього регіону доводиться понад 70% світового туристичного ринку і близько 60% валютних надходжень.

Згідно з даними ВТО, у світі налічується 15 країн, що спеціалізуються на туристичних послугах, в яких надходження від туризму перевищують доходи від експорту, нерідко у багато разів. До них відносяться невеликі острівні держави в зоні вологих субтропіків і тропіків – Барбадос, Сейшельські острови та ін. Найбезпечніші країни для туристів: Острови Аруба, Бонайре та Кюрасао, Сінгапур, Ісландія, Швейцарія, Бутан, Нова Зеландія, Ірландія, Кіпр, Дубаї.

У 45 країн надходження від туризму перевищують 1/4 частину від обсягу експорту (це, в основному, країни, що розвиваються зі слаборозвиненою економікою). Для 38% держав туризм – головне джерело доходу, а для 83% країн туризм є одним з п'яти основних джерел доходу.

У середньому 65% всіх міжнародних туристичних поїздок припадає на країни Європи, 20% – Америки, 15% – на інші регіони. Основні чинники, що впливають на розвиток виїзного туризму в розвинених країнах – економічні і соціальні, перш за все зростання особистих доходів громадян (потенціальних туристів) вище меж, що є достатніми для задоволення необхідних потреб. До суб'єктивних причин відноситься діяльність державних органів, що регулюють порядок в'їзду/виїзду та перебування на її території іноземних громадян. Розвиток іноземного туризму в країні, що переважно приймає туристів, зумовлюється намаганням збільшити приток іноземної валюти та створити нові робочі місця. Багато країн шляхом розвитку міжнародного туризму намагаються вирішити проблеми платіжного балансу.

5. Соціокультурне значення міжнародного туризму

Туризм все активніше стимулює розвиток віддалених, малонаселених і індустріально слаборозвинених регіонів. Створення там туристських підприємств частково нейтралізує негативні наслідки прогресу:

- відтік населення в міста;
- скорочення оброблюваних угідь;
- ріст числа відхилень від прийнятих у суспільстві норм поведінки (хуліганство, алкоголізм, проституція);
- комерціалізація культури;
- втрата самобутності регіону.

Дослідники виокремлюють різні комунікаційні аспекти туризму.

Обмін культурними і, зокрема, мистецькими досягненнями надзвичайно розширює сферу людського спілкування. Завдяки їм у комунікативний процес вводяться елементи свободи (незалежності від реальних обставин життя та від повсякденних потреб) й універсальності (переборення часової та просторової обмеженості). Отже, важливою функцією туризму є кроскультурні комунікації, в основі яких лежать значні відмінності між культурами різних народів, історичних епох цивілізацій.

Залучення до туристської активності різних прошарків населення планети збільшує та розширює кількість каналів кроскультурної комунікації, що, сприяє взаєморозумінню народів, перетворенню ще «закритих» суспільств на більш відкриті, на такі, що поступово і добровільно залучатимуться до

світового товариства, сприяючи тим самим інтеграції людства на засадах толерантності та гуманізму.

Після туристичних поїздок, ж правило, кардинально змінюється свідомість людини, активізується її здатність сприймати нове, пробуджуються творчі здібності. Недаремно у минулому подорожування вважалося навіть ефективним лікувальним засобом. У нашому ж сьогоденні туристична галузь, за умови використання її широких можливостей, здатна істотно гуманізувати всі сфери дійсності.

Інший напрямок соціокультурних контактів суб'єктів міжнародного туризму та місцевого населення полягає в тому, що завдяки наявності відмінного, іншого людина починає замислюватися над легітимністю своєї культури, звичного набору цінностей. Через таке зіставлення вона сама піднімається на якійсь вищій щабель особистісного розвитку. Однак, з іншого боку, цей процес не є безболісним і безконфліктним. Зустріч з іншою культурою може набувати форми «конфлікту культур» або навіть «конфлікту цивілізацій».

Міжнародний туризм несе вагомий вклад у зміцнення національної самосвідомості місцевого населення, він виступає одним із чинників соціальної культурної інтеграції. У процесі зустрічі та діалогу між «гостями» та господарями», туризм не тільки поглиблює знання людей та народів одне про одного, ай сприяє консолідації всередині народу через «протиставлення» себе іноетнічним гостям.

Таким чином, міжнародний туризм є впливовим каналом «народної дипломатії».

Міжнародний турист, здійснюючи міжособистісну комунікацію, як представник конкретного народу, конкретної культури, поєднує відпочинок із пізнанням побуту, історії, культури, традицій, звичаїв свого та інших народів.

ТЕМА 2. СТАНОВЛЕННЯ СУЧАСНИХ ФОРМ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ СВІТУ

План лекції:

1. Формування у стародавні часи туристсько-транспортної інфраструктури. Подорожі в епоху античності.
2. Подорожі в епоху Середньовіччя та Відродження.
3. Становлення туризму як масового явища.

1.Формування у стародавні часи туристсько-транспортної інфраструктури. Подорожі в епоху античності

Становлення людської цивілізації відбувалося паралельно з розвитком туристської інфраструктури, однією з ключових складових якої в стародавності були транспортні системи. Перші дороги, або пішохідні тропи, були тісно пов'язані з рельєфом місцевості, на них були відсутні будь-які штучні форми, за винятком примітивних мостів і гатей з колод або жердин.

З появою колісного транспорту виникла необхідність усунення крутості ухилів на окремих ділянках шляхом будівництва насипів. Штучні насипи вперше були облаштовані на дорогах Стародавньої Месопотамії, Персії, на Криті. Проте, у багатьох стародавніх державах будівництву доріг взагалі не приділялося ніякої уваги.

Якісний стрибок у будівництві стародавніх доріг відбувся в IV – II ст. до н.е. у Стародавньому Римі. Першою брукованою римською дорогою може вважатися практично повністю збережена Апієва дорога, побудована в 312 р. до н.е. цензором Апієм Клавдієм між Римом і Капуей (350 км); в 224 р. до н.е. дорога була доведена до Брундизія. Іншою, не менш відомою брукованою дорогою може вважатися Фламінієва дорога, прокладена в 220 р. до н.е. цензором Фламінієм між Римом та Ариміном (порт на узбережжі Адріатичного моря). Завдяки високорозвиненій і розгалуженій мережі доріг, що налічувала 90 тис. км основних магістралей та 150 – 200 тис. км другорядних, у Римській імперії була створена відмінна державна поштова служба (Cursus Publicus). Ця система мала двоступінчастий характер: на основних магістральних дорогах через кожні 10 – 12 миль розташовувалися станції для зміни коней (Stationes), через кожні 30 – 40 миль – державні постоялі двори – мансіонес (Mansiones). Для розміщення представників вищої римської знаті – патриціїв, були обладнані приватні постоялі двори – стабулерії. Аналогічна тенденція характерна й для Стародавньої Греції, де в I тис. до н.е. з'явилися катагогії – приватні постоялі двори та пандокей – державні заїжджі двори.

Таким чином, у стародавньому світі практично паралельно розвивалося два типи дорожніх будинків, що надавали послуги розміщення подорожуючим: державні, що забезпечували роботу поштово-кур'єрської служби, і приватні, що обслуговували переважно торговельні каравани й заможних мандрівників. У давньосхідних цивілізаціях для розміщення мандрівників також часто використовувалися таверни, що споконвічно виконували функції організації

харчування. Як пришляхові будинки, що виконували одночасно й роль притулків, служили спеціальні сторожові укріплення.

Розмаїття форм і цілей подорожей у стародавньому світі особливо яскраво виявилось в епоху античності. Так, стародавні греки, що найчастіше направлялися в Єгипет, у своїх поїздках переслідували **різні цілі**: від відпочинку, розваг, ознайомлення з культурними цінностями країни до одержання нових знань, підвищення освіти.

В Стародавньої Греції зароджується *курортологія, лікувальний туризм*. Храми Асклепія – бога лікування – стали виникати ще в V – IV ст. до н.е. Вони зводилися вдалині від міст, у місцях зі здоровим кліматом. Відомо про існування не менш 60 таких храмів.

Паломництво також було поширене у стародавніх греків: популярністю користувався знаменитий храм Аполлона в Дельфах. Дельфи знамениті ще й Піфійськими іграми, що проводилися при храмі Аполлона Піфійського раз на 8 років, з VI ст. до н.е. – один раз на 4 роки. Такі змагання (музичні і спортивні) носили загальногрецький характер і були другими за значенням після Олімпійських ігор.

Найбільш відомими і масовими були Олімпійські ігри, що відбувалися на честь Зевса Олімпійського кожні чотири роки, влітку у Священному місті Олімпії біля підніжжя гори Олімп і пагорба Кроноса – Кроніона. З особливим розмахом видовищні заходи організовувалися в Римській імперії: популярністю користувалися свята Діоніса, бога виноробства; театри; циркові ігри й, звичайно ж, бої гладіаторів.

Більш активно, ніж у Стародавній Греції, у Стародавньому Римі розвивався *лікувальний туризм*. Наприклад, найвідоміший давньоримський бальнеологічний курорт Цівітас Аурелія Аквензіс (Civitas Aurelia Aquensis) відомий зараз за назвою Баден-Баден (Німеччина); користувалися популярністю термальні джерела біля Неаполя (про що писали Страбон і Пліній Старший), острів Іск'я, курорт Акве-Альбуле (згадувався Вергілієм в «Енеїді»); на території сучасного Будапешта існувало римське поселення Аквінкум (Aquincum).

Можна також говорити і про значний розвиток *освітнього туризму* в Стародавньому Римі. Вважалося ознакою гарного тону відправити свого сина підвищувати освіту в Афіни або на острів Родос. Розвиток подорожей на Стародавньому Сході пов'язаний, насамперед, з формуванням двох цивілізацій: Індійської й Китайської. Розвиток подорожей в Індії був пов'язаний з появою релігій і релігійних течій.

2. Подорожі в епоху Середньовіччя та Відродження

Християнська релігія, що почала формуватися ще за часів пізньої Римської імперії, в епоху Середньовіччя поступово поширилася з півдня на північ Європи. Активно проникаючи в культуру, побут, традиції європейських народів і поглинаючи їх, християнство витісняло науку, античні знання, вільнодумство. Підпорядкування релігійним канонам вкрай негативно вплинуло на подорожі в цей історичний період на території практично всієї Європи. Основний акцент організованих подорожей і досліджень у цей час

припадає на Північну Європу, де вплив християнства був ще не таким великим і де язичницькі традиції співіснували з новою релігією. Саме північні країни Європи подарували світові перших мандрівників Середньовіччя. Розвиток релігійних поїздок у Середньовіччя відбувався як на Заході, так і на Сході, причому, у східну культуру паломництво прийшло раніше, оскільки буддизм як релігія сформувався ще до нашої ери, тоді, як християнство поширилося в Римській імперії лише у II – III ст. н.е., а мусульманство – у VI – VII ст. на Близькому Сході.

Одним із засновників паломницьких подорожей у Китаї вважається буддійський чернець Фа Сянь, що в IV ст. здійснив багаторічне паломництво в Індію.

У раннє Середньовіччя паломництво до святих мощів носило масовий характер: наприклад, у Франції популярністю у прочан користувалися мощі святих у Пуат'є, Ліможі, Тулузі, Парижі, Реймсі та інших містах, поклонитися яким йшли за 200 км і більше. Великою популярністю у прочан користувалися мощі архієпископа Мірлікійського Миколи (IV ст.), учасника першого Всесвітнього Собору, пізніше канонізованого (тобто зарахованого до Лику Святих) церквою.

Другим за значенням місцем паломництва у мусульман є розташоване в 300 км від Мекки місто Медина, де похований пророк. Для арабського Сходу, як уже відзначалося раніше, було характерно зосередження знань античності, що сприяло розвитку не тільки релігійних і торговельних подорожей, але й активізації культурно-пізнавальних поїздок. Одними з найбільш відомих арабських мандрівників були АльМасуді, Аль-Макдісі, Йакут Аль-Хамаві, Ібн Баттута тощо.

Подорожі в Середні віки в арабському світі стали настільки розповсюдженими, що відомий лікар того часу Абу Алі Ібн Сіна (прибл. 980 – 1037 рр.), якого європейці називали Авіценною, у своєму «Медичному каноні» присвятив спеціальну главу режиму подорожуючих.

У ранньому Середньовіччі ще зберігалися традиції лікувальних поїздок, що йдуть із часів Римської імперії. Відомими курортами того часу були Пломб'єр-ле-Бен (Франція), Ахен (Німеччина).

У пізньому Середньовіччі помітно активізується розвиток готельного господарства. В Італії до середини XV ст. утримання готелів стало прибутковою справою, існував навіть «Союз хазяїв готелів», що встановлював правила для себе і своїх гостей. Однак розвиток приватних готелів стримувалося активним наданням монастирями прочанам безкоштовних послуг проживання та харчування.

В Англії відчутне зростання готельного господарства почалося після того, як король Генріх VIII провів секуляризацію монастирів (переведення церковної власності в державну). Мандрівники більше не могли розраховувати на безкоштовну ночівлю в монастирях і змушені були зупинятися в приватних постоялих дворах.

3. Становлення туризму як масового явища

До середини XVIII ст. туризм розвивався вкрай повільно: подорожі були привілеєм забезпечених верств населення, носили переважно завойовницько-місіонерський або торговельний характер. Причин цьому було небагато, основні з яких – відсутність доступного транспорту для здійснення поїздок, відсутність мотивації (достатніх знань, що спонукують до здійснення поїздок) та інтересу.

Однієї з головних складових сучасного туризму є масовість і доступність. Тому становлення сучасного туризму як масового явища відбувалося протягом довгого часу і було пов'язане, насамперед, з тими процесами, які відбувалися в Європі в епоху Нового часу.

Розвиток науки і техніки, інженерні винаходи сприяли, з одного боку, виникненню нового обладнання, що спрощувало процес виробництва, і призвело в підсумку до «промислової революції», а, з іншого боку, появи і розвитку нових транспортних засобів, що сприяли закінченню «транспортної революції».

Виникнення великої фабрично-заводської промисловості призвело до збільшення міст – урбанізації, зміни життєвого укладу, психології та менталітету городян, появи потреби у відпочинку, що включала зміну місця, а «транспортна революція» зробила поїздки більш доступними. Розвиток транспортних засобів сприяв активізації перевезень.

ТЕМА 3. СТАТИСТИКА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

План лекції:

1. Історія розвитку статистики міжнародного туризму
2. Концепція статистики міжнародного туризму
3. Основні статистичні одиниці туризму
4. Статистика туристських потоків
5. Статистика туристичних доходів і витрат
6. Організація і методи статистичного обліку

1. Історія розвитку статистики міжнародного туризму

У сфері міжнародного туризму існують різні категорії попиту та пропозиції, тому в статистиці цієї діяльності окремо ведеться облік показників *попиту* (мета поїздки, тривалість перебування) і показників *пропозиції* (засоби транспорту та розміщення).

Початок систематичному обліку туристських потоків було покладено в першій половині ХХ ст. Відомо, що 1929 р. Австрію відвідали близько 2 млн осіб, Швейцарію – 1,5 млн, Італію – понад 1 млн. На хвилях туристського руху в окремих європейських країнах формується статистика подорожей, однак тоді вона ще не мала самостійного значення. Збір і обробка відомостей здійснювалися в інтересах національної безпеки, контролю за міграційними процесами. Власне туристичні цілі ще не вийшли на перший план.

Перші кроки в справі розробки міжнародної термінології туризму зроблено ще 1937 р. Тоді Рада Ліги Націй рекомендувала застосовувати у статистичному обліку термін «міжнародний турист», визначення якого було змінено Міжнародним союзом офіційних туристичних організацій (МСОТО) на нараді, що відбулася в Дубліні 1950 р., і затверджене 1953 р. Статистичною комісією ООН.

Світове співтовариство в 80-х роках ХХ ст. почало повною мірою усвідомлювати значення туризму і його взаємозв'язок з іншими складовими соціально-економічної діяльності. Тому, NWTO у співпраці зі Статистичним відділом Секретаріату ООН здійснила статистичні дослідження за **двома напрямками:**

1) Вироблення пропозицій щодо модифікації застосовуваних у туризмі термінології і класифікацій з метою їх узгодження з іншими національними та міжнародними статистичними системами;

2) інтеграція інформації про туризм в аналітичну структуру системи національних обліків.

Відповідно до запропонованої UNWTO класифікації за метою подорожей, облік міжнародних відвідувачів ведеться за такими основними групами:

- 1) відпочинок, дозвілля і рекреація;
- 2) відвідування знайомих і родичів;
- 3) ділові й професійні цілі;
- 4) лікування;
- 5) релігія, паломництво;
- 6) інші цілі.

2. Концепція статистики міжнародного туризму

Відповідно до усталеної концепції, туризм не обмежується тільки цілями відпочинку та дозвілля, а розглядається як явище, що охоплює світовий ринок подорожей, тобто йдеться про мобільність населення загалом. Це дає змогу розмежувати туризм між країнами і туризм у межах однієї країни, а також вести облік за групами з точки зору діяльності відвідувачів і відокремити туристів, що ночують, й одноденних відвідувачів.

З позиції туризму для окремої країни розрізняють такі типи:

- 1) внутрішній туризм (жителі країни, які подорожують своєю країною);
- 2) в'їзний туризм (подорожі країною осіб, що не є її жителями);
- 3) виїзний туризм (подорожі жителів країни в іншу країну).

Ці основні типи туризму можуть по-різному поєднуватися, утворюючи такі типи:

- 1) туризм у межах країни, що включає внутрішній туризм і в'їзний туризм;
- 2) національний туризм, що охоплює внутрішній туризм і виїзний туризм;
- 3) міжнародний туризм, що складається з в'їзного туризму і виїзного туризму.

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

У статистиці міжнародного туризму використовують такі елементи:

- 1) основні одиниці туризму;
- 2) класифікація туристичного попиту;
- 3) статистика туристичних доходів і витрат.

3 Основні статистичні одиниці туризму

Вихідні методичні принципи статистики вимагають визначення основних показників, тобто одиниць, за якими повинен здійснюватися облік. Згідно з концепцією статистики міжнародного туризму, до основних статистичних одиниць належать суб'єкти туристичної діяльності – туристи.

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

Звичне середовище – цей термін вживається з метою виключення з обсягу поняття "міжнародний відвідувач" осіб, які подорожують щодня (щотижня) між своїм домом і місцем роботи (навчання), розміщеним за кордоном.

Звичне місце проживання – при визначенні походження міжнародних відвідувачів враховується країна місця проживання, а не національність.

Інші міжнародні подорожани, які не враховуються в статистиці міжнародного туризму, поділяються на такі категорії:

- 1) іммігранти;

- 2) прикордонні робітники, які проживають поруч із кордоном в одній країні та працюють в іншій країні;
- 3) дипломати, консульські працівники, військовослужбовці;
- 4) біженці й кочівники;
- 5) транзитні пасажери, які формально не в'їжджають у країну через пункти прикордонного контролю.

На підставі наведених показників статистичного обліку здійснюється підрахунок фізичних (кількісних) показників в'їзного і виїзного туризму в масштабі окремих країн, регіонів і світу, а саме:

— кількості прийнятих міжнародних відвідувачів, у тому числі міжнародних туристів і одноденних відвідувачів, разом й окремо за країнами виїзду, сезонами подорожі, метою подорожі;

— кількості міжнародних туристів, які виїхали, й одноденних відвідувачів, разом й окремо за країнами і сезонами.

4. Статистика туристських потоків

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

UNWTO виокремлює шість туристичних макрорегіонів світу:

1. Європейський – країни Західної, Північної, Південної, Центральної та Східної Європи, а також держави Східного Середземномор'я (Ізраїль, Кіпр, Туреччина).

2. Американський – країни Північної, Південної, Центральної Америки, острівні держави та території Карибського басейну.

3. Азійсько-Тихоокеанський – країни Східної та ПівденноСхідної Азії, Австралія та Океанія.

4. Африканський – країни Африки, крім Єгипту та Лівії.

5. Південно-Азійський – усі країни Південної Азії.

6. Близькосхідний – країни Західної та Південно-Західної Азії, Єгипет і Лівія.

Найвища туристська активність спостерігається в Європі.

5. Статистика туристичних доходів і витрат

Туристичні витрати – це загальна сума споживчих витрат відвідувача чи уповноваженої ним будь-якої іншої особи при підготовці й під час поїздки, а також під час перебування в пункті призначення.

В основу концепції туристичних витрат покладено низку запропонованих UNWTO принципів:

— обліку підлягають тільки ті витрати туристів і екскурсантів, які впливають на економіку. Їх може здійснювати сам відвідувач або від його імені будь-яка інша фізична чи юридична особа;

— витрати відвідувача визначаються вартістю товарів і послуг, які він отримує для задоволення своїх потреб.

Обсяг туристичних витрат рекомендується встановлювати за фактичними витратами на товари і послуги з урахуванням чинних знижок і надбавок, чайових та інших витрат незалежно від форми їхньої оплати – готівкою, дорожніми чеками, кредитними картками чи іншим способом.

Надходження від міжнародного туризму концентруються в групі розвинених країн Північної Америки (США, Канада) і Західної Європи (Франція, Велика Британія, Німеччина), середземноморських (Італія, Іспанія) та альпійських (Австрія, Швейцарія) країн. Найдоходнішою туристичною дестинацією є США.

Для оцінки поточних і планових майбутніх грошових, у тому числі валютних, надходжень і витрат у міжнародному туризмі використовуються такі вартісні показники:

- сума грошових, у тому числі валютних, надходжень від в'їзного туризму, — загалом за рік, а також окремо за країнами і місяцями;
- сума грошових, у тому числі валютних, витрат на виїзний туризм – загалом за рік, а також окремо за країнами та місяцями;
- сума сальдо (негативного чи позитивного) туристичного платіжного балансу;
- середні доходи/витрати на одного туриста, на один туродень.

6. Організація і методи статистичного обліку

Статистичне спостереження здійснюється, як правило, за допомогою звітності чи спеціально проведених досліджень. Якщо йдеться про звітність, то статистичні зведення одержують від підприємств і організацій за установленими формами у визначений термін.

Служби прикордонного і митного контролю ведуть облік показників в'їзного та виїзного туризму: кількості прибуттів і виїздів, за країнами, цілями поїдки, місяцями року та ін. Метод обліку на кордоні застосовується в багатьох країнах, наприклад, у Великій Британії, Греції, Індії, Ірландії, Іспанії, Канаді, США, Франції, Алжирі. Проводити облік туристів можна не тільки під час переїздів, а й у місцях зупинок.

Готельний сектор надає відомості про кількість готельних місць, кількість прийнятих іноземних відвідувачів, середньорічний коефіцієнт завантаженості номерного фонду іноземними відвідувачами. Готелі й інші засоби розміщення здійснюють поточну реєстрацію прибуттів, для цього кожен відвідувач заповнює облікову картку, вказуючи кількість осіб, що прибули, громадянство чи країну постійного місця проживання, дату заїзду і виїзду, тривалість перебування в певному засобі розміщення.

На жаль, статистична інформація про природу, розвиток і наслідки туризму, як і раніше, базується на обліку прибуттів і ночівель, а також на даних платіжного балансу, які не охоплюють усього спектра економічного впливу туризму. Як наслідок, уряди, ділові кола та громадськість держав позбавлені можливості одержувати достовірні відомості, необхідні для формування

ефективної політики та поживлення ділової активності, що позначається на національній економіці.

ТЕМА 4. БЕЗПЕКА, РИЗИКИ ТА ТУРИСТИЧНІ ФОРМАЛЬНОСТІ У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ

План лекції:

1. Види формальностей у міжнародному туризмі.
2. Особисте страхування туристів.
3. Майнове страхування туристів.
4. Страхування цивільної відповідальності. Безпека в туризмі.

1. Види формальностей у міжнародному туризмі

«**Формальність**» - встановлена законодавством умова або дія, необхідна при виконанні якої-небудь важливої і відповідальної справи. Особи, які мають намір вперше відвідати в якості туриста закордонну країну, зазвичай вважають, що існують лише прикордонні та митні формальності. Але навряд чи будуть заперечення, що не менш важливі санітарно-епідеміологічні правила, регулюють порядок в'їзду в тропічні країни, де існує маса смертельно небезпечних хвороб, які турист може ввезти в свою країну.

Таким чином, **туристські формальності** – це введені законодавством тієї або іншої країни або групою держав одночасно суворо обов'язкові норми, які повинні виконуватися туристом, туристською фірмою, і всіма іншими організаціями, які мають відношення до підготовки і проведення туристської поїздки, тим більше якщо вона здійснюється в іншу державу.

Слід підкреслити, що туристські формальності встановлюються тільки законними, конституційними властями держави.

Туристські формальності поділяються на кілька великих розділів і **включають:**

- закордонні паспорти,
- візи,
- митні правила,
- валютний контроль і порядок обміну валюти,
- санітарні правила,
- режим в'їзду-виїзду,
- особливості перебування та пересування іноземних туристів в країні,
- імміграційні правила і деякі інші процедури.

В міжнародному туризмі прийнято розрізняти поліцейські і санітарні формальності.

Поліцейські формальності – процедури, пов'язані з перевіркою дотримання особами, що перетинають державний кордон, встановленого паспортно-візового режиму. Здійснення цього виду контролю покладено на відповідні служби в аеропортах, на з/д і авто дорогах, морських і річкових вокзалах.

Санітарні формальності (медицині) – процедури, пов'язані з перевіркою дотримання особами, що перетинають державний кордон, і їх тваринами встановлених вимог про вакцинацію. Контроль здійснюється відповідними

спеціальними санітарними службами в прикордонних пунктах і складається зазвичай у перевірці у туристів міжнародного сертифікату про вакцинацію.

Митниця є державним органом, що здійснює відповідно до національного законодавством контроль за проходженням через державний кордон вантажів, багажу, пасажирів, поштових відправлень, грошових коштів і коштовностей, стягування встановлених мит та інших зборів, а також затримування вантажів, які не відповідають встановленим законодавством умовам.

Митні формальності для туристів і мандрівників звичайно складаються з письмового та усного декларування переліку та кількість перевезених речей, товарів та грошей, дозволених до перевезення.

Існують паспортні та візові формальності.

Паспорт є офіційним документом, що засвідчує особу громадянина.

Крім закордонних паспортів **бувають**:

- дипломатичні, службові, консульські паспорти;
- паспорт (посвідчення особи) іноземця або особи без громадянства, видають іноземному громадянину, що постійно проживає в державі;
- паспорт (посвідчення особи) дитини, паспорт моряка і ряд інших, передбачених законодавством.

2. Особисте страхування туристів

Особисте страхування – це форма захисту від ризиків, що загрожують життю людини, її працездатності, здоров'ю. Об'єктами особистого і страхування є життя, здоров'я, працездатність людини.

Конкретними страховими подіями в галузі особистого страхування є дожиття застрахованої особи до закінчення строку дії договору страхування; втрата здоров'я внаслідок нещасного випадку; закінчення страхувальником (застрахованою особою) активної трудової діяльності через вихід на пенсію.

До підгалузей особистого страхування належать: страхування життя (пенсій), страхування від нещасних випадків і медичне страхування. Страхування життя та пенсій характеризуються накопиченням коштів для здійснення страхових виплат протягом дії договору страхування та об'єднує накопичувальні види страхування. Страхування від нещасних випадків і медичне страхування – це ризикові види страхування.

Договори змішаного страхування життя об'єднують кілька зобов'язань страхової організації, що зумовлюються різними страховими подіями, а саме:

- закінчення строку страхування;
- травма, одержана внаслідок нещасного випадку, а також випадкове гостре отруєння, випадкові переломи, вивихи тощо;
- смерть страхувальника.

Життя або смерть не можна об'єктивно оцінити. Страхувальник може лише мінімізувати матеріальні труднощі, що виникають у разі смерті чи інвалідності. Страхову суму визначають за згодою сторін. За умови сплати підвищених страхових платежів страхувальнику може бути виплачена подвоєна чи потроєна страхова сума у момент настання певних страхових подій (травма, опіки тощо). У разі смерті страхувальника страхову суму виплачують особі, на користь якої укладено договір, або спадкоємцям страхувальника.

До страхових випадків не належать травми чи смерть застрахованої особи, якщо вони сталися внаслідок дій, у яких слідчими органами або судом встановлено ознаки навмисного злочину, чи у разі управління автомобілем або іншим транспортним засобом у стані алкогольного чи наркотичного сп'яніння.

Медичне страхування передбачає страхування на випадок утрати здоров'я з будь-якої причини і пов'язане з компенсацією витрат громадян, спрямованих на підтримку здоров'я. Різновидом медичного страхування є медичне страхування туристів.

Відповідно до Закону України «Про страхування» до обов'язкових видів особистого страхування належать: медичне страхування; особисте страхування медичних і фармацевтичних працівників на випадок інфікування вірусом імунодефіциту людини під час виконання службових обов'язків, спортсменів вищих категорій, від нещасних випадків на транспорті тощо.

Деякі види особистого страхування, зокрема страхування життя, можуть бути особливо тривалими, іноді розрахованими на все життя застрахованої особи. Під час страхування майна договір укладається, як правило, на один рік і може бути поновлений або розірваний однією із сторін у встановленому порядку.

Поняття й особливості страхування життя

Згідно із Законом України «Про страхування» страхові компанії поділяють на дві групи – страхові компанії, що здійснюють ризикові види страхування, і страхові компанії, що здійснюють довгострокове страхування життя. Компаніям, які здійснюють довгострокове страхування життя, не дозволяється займатися ризиковими видами страхування.

Страхування життя, як і будь-який інший вид страхування, оформляють договором, відповідно до якого одна зі сторін – страховик – бере на себе зобов'язання за допомогою одержаних страхових премій, що сплачуються страхувальником, виплатити обумовлену страхову суму, якщо протягом строку дії страхування відбудеться передбачений страховий випадок у житті застрахованої особи. Страховим випадком є смерть або дожиття застрахованої особи до закінчення строку дії договору страхування чи визначеної події в житті.

Існують такі різновиди страхування життя: тимчасове страхування, довічне страхування, ощадне страхування, страхування житлової ренти, пенсійне страхування, змішане страхування життя. Ризики, що покриваються цими видами страхування, – це смерть застрахованої особи внаслідок будь-якої причини (хвороба, травма або нещасний випадок).

Медичне страхування

Медичне страхування дозволяє гарантувати громадянину безкоштовне надання певного обсягу медичних послуг, при виникненні страхового випадку (порушення здоров'я), за наявності договору зі страховою медичною організацією (страховиком). Остання несе витрати з оплати випадку надання медичної допомоги (ризик), з моменту сплати громадянином першого внеску до відповідного фонду. Забезпечує право громадян які працюють, і членів їхніх сімей на кваліфіковане медичне обслуговування та матеріальне забезпечення, у

випадку захворювання та в інших випадках.

Метою медичного страхування є:

- захист здоров'я і працездатності співробітників підприємства;
- зниження фінансових проблем роботодавця і співробітників, пов'язаних з організацією і наданням медичної допомоги;
- скорочення кількості днів непрацездатності співробітників за рахунок надання якісної медичної допомоги і контролю над процесом одужання;
- додатковий стимул для співробітників до збереження робочого місця і підвищення якості роботи.

Переваги щодо отримання медичного страхування:

- забезпечення більшої доступності, якості і повноти щодо задоволення різноманітних потреб населення в наданні медичних послуг, що є ефективнішою формою порівняно з державним фінансуванням системи охорони здоров'я;
- у разі порушення лікувально-профілактичним закладом стандартів медичних послуг страхова компанія може частково або повністю не оплачувати вартість таких послуг;
- з медичною установою за фактом надання застрахованій особі медичної допомоги (медичних послуг) повністю або частково (в залежності від умов договору медичного страхування) розраховується страхова компанія;
- оформлення лікарняних листів і довідок, виклик лікаря додому, амбулаторне обслуговування, аналізи;
- виклик невідкладної швидкої допомоги, направлення пацієнта в спеціалізовані медичні установи;
- стоматологічні послуги належної якості.

Основна мета добровільного медичного страхування – гарантувати громадянам (застрахованим особам), при виникненні страхового випадку, оплату вартості медичної допомоги (медичних послуг), за рахунок коштів страхових резервів, а також фінансування профілактичних медичних послуг.

Особисте страхування туристів

Страхування громадян, що виїжджають за кордон, є в Україні порівняно новим видом страхування, що активно розвивається. Його виникнення пов'язане зі зміною способу життя вітчизняних громадян і значним збільшенням кількості закордонних поїздок.

Перебуваючи у закордонній поїздці, людина опиняється у незнайомому середовищі. З настанням хвороби або нещасного випадку основною її проблемою може стати не оплата медичних витрат, а отримання відповідної допомоги. Виклик лікаря, швидкої допомоги, спілкування з персоналом лікувальних установ, купівля ліків, медикаментів – усе це і багато іншого в чужій країні викликає серйозні труднощі. Як діяти у випадку, якщо постраждалого у поїздці супроводжують діти, котрих слід відправити на батьківщину, або з медичних показань потрібно організувати переміщення хворого у спеціалізований заклад, а якщо ситуація дуже серйозна, то необхідна присутність кого-небудь із найближчих родичів?

На жаль, більшість наших громадян, сподіваючись на удачу, не

поспішають скористатися послугами страхування перед турпоїздкою. Будь-яка страховка викликає недовіру і навіть негативне відношення, як до справи ненадійної.

Якщо запитати німця, француза чи американця, що він купує насамперед, збираючись у турпоїздку, він обов'язково назве страховий поліс.

За кордоном медичне обслуговування для іноземних громадян – платне і дороге. В Україні досить часто немає необхідного обсягу фінансових ресурсів для отримання необхідної допомоги у разі нещасного випадку, що викликає певні колізії.

Варто зазначити, що правовідносини між туристами, туристичними фірмами та страховими організаціями здійснюються в рамках чинного законодавства і правил, розроблювальних індивідуально вітчизняними страховими організаціями за погодженням із Мінфіном України.

Основний зміст зазначеного виду страхування — це компенсація медичних витрат, які можуть виникнути в закордонній поїздки внаслідок раптового захворювання або нещасного випадку. У цьому плані страхування громадян, що виїжджають за кордон, тісно пов'язане зі страхуванням від нещасного випадку (у частині відшкодування медичних витрат), яким передбачено тільки відшкодування витрат, що виникають унаслідок раптового захворювання або нещасного випадку.

Крім компенсації медичних витрат, страхування громадян, що виїжджають за кордон, може включати й інші гарантії, причому деякі з них (наприклад, надання юридичної допомоги або допомоги на дорогах) виходять за рамки особистого страхування. Хоча ці гарантії можуть носити факультативний характер, сам факт їх наявності надає страхуванню громадян, що виїжджають за кордон, комплексний характер.

Характерна риса страхування громадян, що виїжджають за кордон, – включення в нього так званого страхування невідкладної допомоги.

Страхування невідкладної допомоги (у міжнародній термінології – assistance insurance) – специфічний вид страхування, об'єктом якого є негайне надання застрахованому допомоги у певних надзвичайних ситуаціях. Якщо в класичному страхуванні йдеться про відшкодування збитку, то у страхуванні невідкладної допомоги – про надання послуги у формі негайної допомоги. Елемент відшкодування у страхуванні невідкладної допомоги відходить на другий план, тому що на перший виходить елемент послуги з надання такої допомоги.

Елемент страхування невідкладної допомоги є присутнім не лише у страхуванні громадян, що виїжджають за кордон. Великого поширення у західних країнах дістало страхування технічної допомоги на дорогах, значно менше розвинуте таке страхування у домашньому господарстві, страхування медичної допомоги за місцем постійного проживання тощо.

Кожна компанія-assistance має у своєму розпорядженні мережу, що складається з чергових центрів і бюро, розташованих у регіонах, на які поширюється дія поліса. У разі настання страхового випадку клієнт повинен подзвонити в один із чергових центрів, номери телефонів яких зазначено на ідентифікаційній картці або полісі. Черговий центр передає виклик у

найближче бюро, що займається безпосередньою організацією послуги, і підтверджує, що усі витрати буде оплачено. Чим більше в компанії чергових центрів і бюро, тим швидше вона зможе організувати надання допомоги клієнту.

Не підлягають відшкодуванню витрати, пов'язані з наданням застрахованому послуг екстреної медичної допомоги у випадках, якщо:

- подорож була здійснена з метою одержання лікування;
- страховий випадок відбувся в результаті прямого або непрямого впливу радіоактивного опромінення;
- витрати пов'язані з захворюваннями, які протягом визначеного періоду перед датою страхування потребували лікування. Виняток становлять ситуації врятування життя, зняття гострого болю або обов'язкового медичного втручання для запобігання тривалої непрацездатності;
- витрати пов'язані з курсом лікування, розпочатим до і продовженим під час дії договору страхування, або якщо поїздки було організовано застрахованим незважаючи на наявність медичних протипоказань;
- витрати пов'язані з вагітністю на пізніх термінах або абортами (за винятком змушеного переривання вагітності, що стало наслідком нещасного випадку) та родами;
- витрати пов'язані з нервовими, психічними, хронічними захворюваннями й їх загостренням, а також станами, що не стабілізувалися аж до дати від'їзду та існує реальний ризик швидкого погіршення;
- страховий випадок відбувся в результаті самогубства, замаху на самогубство, навмисних дій страхувальника;
- витрати пов'язані з венеричними захворюваннями, СНІДом або будь-яким подібним синдромом;
- витрати пов'язані з інтоксикацією після вживання алкоголю або наркотиків;
- витрати пов'язані з будь-яким протезуванням, включаючи стоматологічне й офтальмологічне;
- витрати пов'язані з косметичною або пластичною хірургією, якщо тільки вона не обумовлена травмою, отриманою в результаті нещасного випадку в період страхування;
- витрати не є обов'язковими для діагностики і лікування;
- лікування здійснювалося родичами застрахованого.

3. Майнове страхування в туристичній індустрії

Майнове страхування є обов'язковим елементом кожної соціально-економічної системи, де предметом страхового захисту виступають майнові інтереси фізичних та юридичних осіб, що несуперечать чинному законодавству і пов'язані з правом володіння, користування та розпорядження майном.

Галузь майнового страхування належить до сфери загальногостраховання (короткострокового ризикового) і має деякі особливості. За формою проведення страхування класифікується на добровільне і обов'язкове.

Обов'язкове майнове страхування складається з такого переліку видів страхових послуг:

1. Страхування засобів водного транспорту.
2. Страхування майнових ризиків користувача надр під час дослідно-промислового і промислового видобування та використання газу (метану) вугільних родовищ.
3. Страхування майнових ризиків за угодою про розподіл продукції у випадках, передбачених Законом України «Про угоди про розподіл продукції»;
4. Страхування майнових ризиків при промисловій розробці родовищ нафти і газу у випадках, передбаченій Законом України «Про нафту й газ».
5. Страхування тварин (крім тих, що використовуються у цілях сільськогосподарського виробництва) на випадок загибелі, знищення, вимушеного забою, від хвороб, стихійних лих та нещасних випадків у випадках та згідно з переліком тварин, що визначені Кабінетом Міністрів України.
6. Страхування ліній електропередач та перетворюючого обладнання передавачів електроенергії від пошкодження внаслідок впливу стихійних лих або техногенних катастроф та від протиправних дій третіх осіб.
7. Страхування предмета іпотеки від ризиків випадкового знищення, випадкового пошкодження або псування.
8. Страхування майна, переданого у концесію.
9. Страхування об'єктів космічної діяльності (наземна інфраструктура), перелік яких затверджується Кабінетом Міністрів України за поданням ЦКА.
10. Страхування об'єктів космічної діяльності (космічна інфраструктура), які є власністю України, щодо ризиків, пов'язаних з підготовкою до запуску космічної техніки на космодромі, запуском та експлуатацією її у космічному просторі.
11. Авіаційне страхування цивільної авіації (має комплексний характер і охоплює, крім авіаційних суден цивільної авіації, що включені до Державного реєстру повітряних суден, також об'єкти, що за своєю сутністю належать до інших галузей страхування.

До добровільних видів майнового страхування, на які видається відповідна ліцензія, належать:

1. Страхування залізничного транспорту.
2. Страхування наземного транспорту (крім залізничного).
3. Страхування повітряного транспорту.
4. Страхування водного транспорту (морського внутрішнього та інших видів водного транспорту).
5. Страхування вантажів та багажу (вантажобагажу).
6. Страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ.
7. Страхування майна іншого, ніж вище перелічені види.

Види добровільного страхування реалізуються згідно з розробленими страховиками правилами (умовами) страхування, зареєстрованими в Національній комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг.

Страхування особистого майна туристів

Страхування майна (багажу, відеоапаратури, автомашин та ін.) може

здійснюватися додатково до страхування медичних витрат за бажанням туриста, який виїжджає за кордон. Об'єктом страхування в цьому разі стають майнові інтереси, пов'язані зі збитком чи втратою особистого майна мандрівника, застрахованого на період поїздки, за таких страхових випадків, як розбійний напад, ушкодження чи крадіжка особистих речей.

Якщо турист має при собі будь-яке дороге майно (професійну фото- і відеоапаратуру, ювелірні вироби, кредитні картки тощо), тоді в страховому полісі зазвичай як страховий випадок вказується ризик викрадення й інших злочинних дій третіх осіб. З настанням страхового випадку (крадіжки) турист зобов'язаний подбати про забезпечення доказів втрати свого майна. Таким доказом може служити довідка з поліції чи інший аналогічний документ.

Страхові компанії можуть застрахувати власний транспорт туриста, який надає перевагу подорожам різними країнами на приватному автомобілі, від викрадення, аварії тощо. Варто мати на увазі, що для в'їзду на територію країн – членів ЄС на автомобілі обов'язковим є страховий поліс «зелена картка». Він гарантує відшкодування збитків, заподіяних життю, здоров'ю і майну застрахованих осіб під час подорожі Європою за кермом. Для автотуриста страховка на машину при виїзді за кордон коштуватиме 40-50 дол. США. Розмір страхової виплати при цьому залежить від класу автомобіля і тривалості поїздки.

4. Страхування відповідальності в туризмі

Страхування відповідальності – це один з найбільш надійних методів захисту майнових інтересів страхувальника і надійний спосіб мінімізації витрат на відшкодування збитків третім особам. Даний вид страхування забезпечує виплату відшкодування за шкоду, нанесену третім особам, який страхувальник зобов'язаний відшкодувати згідно закону внаслідок його необережних дій чи допущених помилок.

Види відповідальності:

- страхування відповідальності при використанні нежитлових приміщень за шкоду завдану життю, здоров'ю та/або майну фізичної особи або майну юридичної особи в результаті експлуатації приміщень та проведення ремонтних робіт;

- страхування відповідальності суб'єкта господарської діяльності за збитки, завдані третім особам пожежею, вибухом, виробничою аварією, руйнацією будинків та споруд, аварійним вибоком рідин або іншими надзвичайними подіями (визначеними договором страхування), які відбулися в процесі ведення ним господарської діяльності;

- обов'язкове страхування цивільної відповідальності суб'єктів господарювання за шкоду, яка може бути заподіяна пожежами та аваріями на об'єктах підвищеної небезпеки, за шкоду, заподіяну життю та здоров'ю третіх осіб, майну третіх осіб, а також) за шкоду, заподіяну природним ресурсам, територіям та об'єктам природно-заповідного фонду.

- страхування відповідальності роботодавця перед працівниками підприємства за шкоду, заподіяну їх життю, здоров'ю та майну в процесі виконання службових обов'язків;

- страхування відповідальності будівельно-монтажних організацій за шкоду, яка може бути заподіяна третім особам при здійсненні ними різних видів будівельних робіт;
- страхування професійної відповідальності, в т.ч. нотаріусів, ріелторів, митних брокерів за збитки, завдані третім особам внаслідок здійснення професійної діяльності;
- страхування відповідальності перевізника при внутрішніх (ТТН) та зовнішніх (СМР) перевезеннях за шкоду, заподіяну здоров'ю, життю або майну третіх осіб та вантаж, що перевозиться;
- обов'язкове страхування відповідальності суб'єктів перевезення небезпечних вантажів на випадок настання негативних наслідків при перевезенні небезпечних вантажів;
- інші види страхування відповідальності.

Від чого можна застрахуватися (страхові ризики):

1. Нанесення шкоди життю, здоров'ю третіх осіб.
2. Нанесення шкоди майну третіх осіб.
3. Інші, визначені законодавством України.

Договір страхування може включати в себе будь-який з перерахованих ризиків, або в сукупності.

Страхова сума (обсяг відповідальності страховика):

Страхова сума встановлюється за домовленістю сторін для добровільних видів страхування або законом – для обов'язкових видів страхування. Для добровільних видів страхування відповідальності страхова сума визначається на підставі прогнозування найбільш реальних ризиків або оцінці розміру ймовірних збитків третіх осіб. У договорі страхування можуть бути встановлені ліміти відшкодування по окремих страхових випадках.

Страховий тариф (вартість страхування):

Страховий тариф встановлюється індивідуально по кожному конкретному зверненню і залежить від багатьох факторів, що впливають на ступінь страхового ризику.

ТЕМА 5. СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЙНІ ОЗНАКИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

План лекції:

1. Сутність та особливості ринку міжнародного туризму.
2. Класифікація ринків міжнародного туризму за цілями подорожей.
3. Туристичне районування світу.
4. Сучасні тенденції на міжнародному ринку туризму.

1. Сутність та особливості ринку міжнародного туризму

Міжнародний ринок туристичних послуг – це система світових господарських зв'язків, де здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг на грошові кошти і зворотне перетворення грошових коштів на туристично-екскурсійні послуги.

Усі чинники, що впливають на розвиток ринку міжнародних туристичних послуг, умовно поділяють на *дві основні групи*:

- чинники, що діють незалежно від діяльності організацій індустрії туризму (мотиваційні, економічні, політичні, географічні, соціальні, екологічні);

- чинники, що сприяють розвитку туризму, які активно використовують туристичні організації у своїй діяльності (науково-технічний потенціал).

Сучасний туристський ринок виконує наступні *функції*:

- реалізацію вартості і споживчої вартості, укладених в туристичному продукті;
- організацію процесу доведення туристського продукту до споживача (реалізується за допомогою мережі турагентів і туроператорів);
- економічне забезпечення матеріальних стимулів до праці.

Специфікою туристичного ринку є переважання на ньому послуг. Звідси впливають такі його специфічні особливості, як:

- невідчутність туристських послуг;
- споживач турпродукту доставляється в місце виробництва туристського продукту або окремих його послуг на відміну від матеріального виробництва, де товар рухається від місця виробництва до місця споживання;
- вплив на туристичний попит сезонних коливань і нерівномірність туристського потоку;
- прояв на туристському ринку так званих зовнішніх ефектів (екстерналій).

Існують різні способи класифікації туристського ринку:

1) по суб'єктам: ринок туристів (покупців туристичних продуктів); ринок туроператорів (виробників і продавців туристських продуктів); ринок турагентів (проміжних продавців туристських продуктів – посередників); ринок

контрагентів туроператорів, турагентів (виконавців туристських послуг: готелів, ресторанів, перевізників тощо).

2) по об'єктах: ринок туристичних продуктів як елемент більш складної структури споживчого ринку, в свою чергу включає: ринок міжнародних туристичних продуктів; ринок національних туристичних продуктів; ринок програмних туристських продуктів; ринок рекреаційних туристських продуктів; ринок елітарних туристських продуктів; ринок спортивних туристських продуктів; ринок екзотичних (екстремальних) туристських продуктів.

3) за географічним положенням: місцевий (локальний) туристський ринок; регіональний туристичний ринок; національний туристичний ринок; світовий туристичний ринок.

4) за рівнем насичення: рівноважний туристський ринок; дефіцитний туристський ринок; надлишковий туристський ринок.

5) за ступенем зрілості: нерозвиненою; розвиненою; формується.

6) за ступенем обмеженості конкуренції: вільний; монополістичний; олигополістический змішаний.

7) за відповідністю чинному законодавству: легальний; нелегальний, «чорний» або «сірий».

8) за характером продажів: гуртовий; роздрібний.

9) за асортиментом туристичних продуктів: замкнутий туристський ринок, де існують туристичні продукти тільки першого виробника (туроператора); насичений туристський ринок, де є безліч подібних туристських продуктів багатьох туроператорів; туристський ринок широкого асортименту, де є ряд видів туристських продуктів, пов'язаних між собою і спрямованих на задоволення однієї або декількох пов'язаних між собою потреб туристів; змішаний туристський ринок, де є різноманітні туристські продукти, не пов'язані між собою.

Найбільш часто сегментація туристського ринку проводиться за трьома групами критеріями структури туристичного попиту:

1. До географічних критеріїв відносяться ставляться країна прибуття туриста і географічна мета туру.
2. До соціальних – критерії, пов'язані з характеристикою туриста: вік, стать, професія, національність і т. д.
3. До психолого-поведінкових – критерії, пов'язані з характеристикою туристського поведінки: мотивом поїздки, психологічним портретом туриста, сезонністю, формою організації поїздки і т. п.

2. Класифікація ринків міжнародного туризму за цілями подорожей

1. **Туризм з метою відпочинку і розваг.** Туристичні потоки з метою відпочинку і розваг є найбільш масовими і визначають географічну структуру міжнародного туризму в цілому. Вони зароджуються в країнах Європи, Північної Америки, Азіатсько-Тихоокеанського регіону і одночасно тяжіють до них.

2. **Туризм з метою відпочинку і розваг у Європі.** Найбільший ринок туризму з метою відпочинку і розваг склався в Європі. Особливо виділяються

два її субрегіони - Західний і Південний. На них припадає понад 60% усіх туристських прибуттів в регіоні.

3. Туризм з метою відпочинку і розваг в Америці. Американський регіон, який займає друге місце за кількістю прибуттів після Європи, приваблює туристів зі всього світу. В'їзний туристичний потік розподіляється між чотирма субрегіонами Північної Америки, острівні держави і території Карибського басейну, Південна Америка та Центральна Америка. Сім з десяти туристських прибуттів в Західну півкулю припадає на Північну Америку. Вона залишається лідером, незважаючи на повільне зниження її частки. Одночасно збільшується питома вага країн (територій) Карибського басейну, Центральної Америки і особливо Південної Америки.

4. Туризм з метою відпочинку і розваг в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. Міжнародний туризм в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні – порівняно молоде явище. У деяких країнах індустрія туризму почала розвиватися недавно — у 80-ті роки. У цей час в регіоні складається картина в'їзного туризму, яка зберігає свою актуальність протягом останніх 30 років. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, як і в Америці, туристичні прибуття зосереджені переважно в одному субрегіоні. Протягом останніх років ситуація характеризується позитивною динамікою приросту кількості прибуттів. Вони більш рівномірно розподіляються по території Східної, Південно-Східної Азії та Океанії.

Популярність Китаю, індустрія туризму якого здатна задовольнити найрізноманітніші запити відвідувачів, з кожним роком зростає. Крім Китаю, популярними туристичними напрямками в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні є нові індустріальні країни Азії: Сянган (Гонконг), Малайзія, Сінгапур, Таїланд, Індонезія і Тайвань.

5. Туризм з метою відпочинку і розваг в Африці, на Близькому Сході і в Південній Азії.

Найбільш просунуті на ринку міжнародного туризму країни Північної Африки: Єгипет, Туніс і Марокко, що спеціалізуються на купально-пляжному та пізнавальному туризмі.

Близький Схід відіграє другорядну роль на ринку відпочинку і розважального туризму. Перспективи його розвитку, незважаючи на швидке зростання туристських прибуттів останнім часом, залишаються невизначеними. Вони залежать від процесу мирного врегулювання арабо-ізраїльського конфлікту і досягнення політичної стабільності в регіоні.

Для Південної Азії прогноз експертів ЮНВТО та СОТ також не можна назвати оптимістичним. До 2023 р. їй не вдасться подолати існуюче відставання, і розрив з іншими регіонами буде збільшуватися. Експерти ЮНВТО рекомендують у країнах Південної Азії звернути увагу на міжрегіональний туризм, далекі і наддалекі поїздки, і зосередити маркетингові зусилля на освоєнні найбільших ринків виїзного туризму Європи, Північної Америки, а також Азіатсько Тихоокеанського регіону.

6. Діловий туризм. Щорічно у світі здійснюється понад 100 млн. бізнес-поїздок їх територіальний розподіл характеризується нерівномірністю. Велика частина туристичних потоків зі службовими цілями направляється в Європу

Серед європейських держав, які приймають потоки ділових людей, виділяються Німеччина, Великобританія, Франція, Нідерланди, Італія, Іспанія, Швеція, Швейцарія. Особливе місце займає Бельгія з головним містом Брюсселем, що є одночасно і столицею ЄС. У Франції і Бельгії з діловими цілями здійснюється кожне десяте прибуття, а у Великобританії - кожне третє. Помітну роль на ринку бізнес-туризму відіграють країни Центральної та Східної Європи.

Стрімко розвивається бізнес-туризм на американському континенті, кожна восьма поїздка в Новому Світі відбувається зі службовими цілями, основні потоки ділових людей направляються з США, Канади і Мексики, лідируючих на всіх сегментах туристського ринку в Західній півкулі.

7. Релігійний туризм. Паломництво. Істотний вплив на туристичні потоки надає релігійна мотивація.

Паломницький рух помітно розширюється в XV і особливо у XVI ст. Разом зі збільшенням масштабів посилюється неоднорідність потоків. У XIX ст. «священні подорожі» набувають організованих форм. Починаючи з 1861 р. щорічно у Франції споряджався паломницький караван в знак покаяння за злочини республіканського уряду проти церкви. Кількість його учасників сягала 300-400 осіб. З кінця 1870-х років францисканці стали відправляти такі ж каравани з Відня і Мюнхена.

У світі виділяються **11 макрорегіонів паломництва:**

- християнська Європа;
- Північна Америка з домінуючим становищем християнства та численними іншими релігіями;
- Латинська Америка з переважанням християнства і місцевих традиційних релігій;
- Північна Африка з переважанням ісламу,
- Західна і Східна Африка, де панує іслам і існують окремі центри християнства і традиційних релігій;
- Західна Азія з домінантою ісламу і анклавними християнства та іудаїзму;
- Південна Азія, де одержали поширення індуїзм і буддизм, а також центри християнства, джайнізму, сикхізму та ісламу;
- Південно-Східна Азія з переважанням буддизму, ісламу, християнстві та анклавними індуїзму;
- Східна Азія з пануючими буддизмом, конфуціанством, синтоїзмом та вкрапленнями ісламу і християнства;
- Центральна Азія з домінантою буддизму (в основному ламаїзму);
- Середня Азія з пануванням ісламу.

Кожен макрорегіон відомий насамперед світовими центрами паломництва, вони приймають міжнародні потоки віруючих і нерідко поєднують релігійну спеціалізацію з функціями адміністративного, промислового, культурного та туристського центрів. Крім того, у макрорегіонах існують об'єкти релігійного поклоніння національного та місцевого значення.

8. Напрямки наукового туризму з релігієзнавчими цілями.

Свої потоки формує науковий туризм з релігієзнавчими цілями. Туристи спрямовуються до центрів не тільки монотеїстичних існуючих релігій, але і в

країни з багатим історичним минулим. Це насамперед Єгипет, а також Італія і Греція. Особливий науковий релігієзнавчий інтерес становлять Індія, Китай, Японія. Поїздки фахівців нечисленні, але вони розширюють географію релігійного туризму і роблять його потоки в цілому більше повнокровними. У зв'язку зі зростанням попиту на релігійні тури за кордоном з'явилися фірми, що спеціалізуються на організації подорожей у співпраці з церквою.

9. Лікувально-оздоровчий туризм.

Лікувально-оздоровчий туризм має ряд відмінних рис. По-перше, перебування на курорті, незалежно від типу останнього і захворювання, має бути тривалим, не менше трьох тижнів. Тільки в цьому випадку досягається бажаний оздоровчий ефект. По-друге, лікування на курортах коштує дорого. Хоча останнім часом почали розроблятися порівняно дешеві тури, цей вид туризму розрахований в основному на заможних клієнтів, які все більше орієнтуються не на стандартний набір медичних послуг, а на індивідуальну програму лікування. Ще одна особливість полягає в тому, що на курорти їдуть люди старшої вікової групи, коли загострюються хронічні хвороби або організм стає не в змозі справлятися з щоденними стресами на роботі та в побуті. Відповідно, ці туристи роблять вибір між курортами, що спеціалізуються на лікуванні конкретного захворювання, і курортами змішаного типу, які надають загальнозміцнюючу дію на організм і сприяють відновленню сил.

3. Туристичне районування світу

У туристичній сфері щодо позначення великих територіальних зон, які за своєю сутністю є географічним поєднанням країн із схожим туристичним потенціалом використовують термін «регіон». Розрізняють регіони трьох типів:

- 1) географічні (наприклад, Західна Європа або Північна Африка);
- 2) адміністративні (наприклад, Закарпатська область);
- 3) природно-кліматичні (наприклад, морські курорти, Тихоокеанський басейн).

Туристичне районування – виділення районів з метою систематизації географічної інформації про туризм і виділення територіальних закономірностей його розвитку. Туристичне районування дозволяє отримати цілісне уявлення про стан, чинники і перспективи розвитку туризму на всіх частинах території, порівняти їх між собою і використати ці відомості в плануванні і управлінні туризмом.

Провідні туристичні райони світу.

Згідно класифікації ВТО у світі виділяють 6 туристичних регіонів:

- *Європейський* - це країни Західної, Північної, Південної, Центральної та Східної Європи, включаючи всі колишні республіки СРСР, а також держави Східного Середземномор'я (Ізраїль, Кіпр, Туреччина). Регіон у 2005 р. прийняв 385 млн. туристів;
- *Американський* - країни Північної, Південної, Центральної Америки, острівні держави та території Карибського басейну. (126 млн. туристів);
- *Азіатський – Тихоокеанський* – країни Східної та Південно- Східної Азії, Австралія та Океанія. (93 млн. туристів);

- *Африканський* – країни Африки (крім Єгипту та Лівії) (27 млн. туристів);
- *Південно – Азіатський* – усі країни Південної Азії (55 млн. туристів);
- *Близькосхідний* – країни Західної та Південно-Західної Азії, Єгипет та Лівія (18 млн туристів).

ТЕМА 6. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ СВІТОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

План лекції:

1. Цілі та завдання міжнародного співробітництва в галузі туризму.
2. Інструменти регулювання міжнародної туристичної діяльності.
3. Правове регулювання міжнародного туристичного бізнесу.

1. Цілі та завдання міжнародного співробітництва в галузі туризму

У розвитку міжнародного співробітництва в сфері туризму значну роль відіграють багаточисельні міжнародні організації, що працюють на постійних засадах. Особливе значення мають Організація Об'єднаних Націй (ООН) і її спеціалізовані установи, а також Всесвітня туристська організація (ВТО).

Основними цілями такої співпраці є:

- використання туристських зв'язків для укріплення взаємопорозуміння й довіри між країнами;
- використання туризму для розвитку взаємовигідних економічних і торгових відносин;
- розширення зв'язків і контактів по лінії науково-технічних та культурних організацій і окремих особистостей;
- створення на взаємних засадах більш сприятливих умов для туристського обміну між зацікавленими країнами, організація технічного співробітництва шляхом обміну туристською інформацією, розробка спільних стандартів і технологій обслуговування туристів, спрощення туристських формальностей.

Міжнародне співробітництво в сфері туризму розвивається в двох формах:

- 1) співробітництво на двосторонній основі;
- 2) співробітництво на багатосторонній основі.

Двостороннє співробітництво виникає тоді, коли дві сторони домовляються між собою щодо довгострокових дій відносно розвитку взаємних туристських зв'язків. Цілі, форми і методи співробітництва закріплюються в спеціальних договорах, які зазвичай мають назву міждержавних (міжурядових) угод про співпрацю в сфері туризму.

Багатостороннє співробітництво передбачає координацію спільних дій щодо розвитку міжнародного туризму між кількома країнами. Така співпраця здійснюється на основі регулярного скликання міжнародних нарад, форумів з питань туризму і подорожей, а також створення і роботи різних міжнародних туристських організацій.

Головним координатором багатостороннього співробітництва в сфері туризму виступає ООН. Головні установи ООН, що займаються питаннями міжнародного туризму, - це Генеральна асамблея, Економічна і соціальна рада, Секретаріат; допоміжними установами по вирішенню цих питань є регіональні економічні комісії для Європи, Азії, Африки, Америки, які також регулюють проблеми регіонального туризму.

Деякі питання туризму знаходяться в компетенції спеціалізованих установ, що входять в систему ООН. Найбільш активно займаються проблемами туризму:

- Організація ООН з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО), яка розробляє і здійснює проекти по збереженню світової культурно-історичної спадщини й розвитку туризму.

- Міжнародна організація праці (МОП). Займається питаннями покращення умов праці, професійного навчання, соціального забезпечення, практики найму на роботу й взаємостосунків між службовцями й роботодавцями, в тому числі у сфері туризму.

- Продовольча і сільськогосподарська організація ООН (ФАО), яка надає допомогу туристським адміністраціям окремих країн з питань розробки проектів по використанню в туризмі лісів, рибних ресурсів, національних парків та інших природних об'єктів.

- Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ), яка регулює в сфері туризму міжнародні санітарні норми, спрямовані на боротьбу з розповсюдженням інфекційних захворювань і забезпечення максимуму безпеки у цьому відношенні для міжнародних туристів і подорожуючих.

Успішно діють також Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО), Міжнародний банк реконструкції і розвитку (МБРР), Конференція ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД).

Велике значення в розвитку міжнародного співробітництва в сфері туризму мають міжнародні наради-форуми, на яких збираються представники туристських адміністрацій багатьох країн. Назвемо основні з цих нарад.

Конференція ООН з питань міжнародного туризму і подорожей, яка проходила в 1993 р. у м. Римі. В її роботі брали участь представники 87 країн-членів ООН. На конференції були розглянуті найважливіші на тому етапі такі питання, як умови розвитку співробітництва в міжнародному туризмі, у тому числі про участь країн у реалізації спільних проектів, надання консультативної допомоги, підготовці фахівців, обмін інформацією, правове забезпечення іноземних туристів та надання рекомендації для всіх країн щодо спрощення формальностей для іноземних туристів.

Всесвітня конференція з питань туризму відбулася з ініціативи ЮНВТО в 1980 р. у столиці Філіпін м. Манілі. В її роботі брали участь представники 107 країн, які прийняли Манільську декларацію туризму. У Декларації увага всіх країн зверталася на проблеми розвитку міжнародного туризму й шляхи усунення цих проблем.

Окрім перерахованих всесвітніх форумів з питань туризму і подорожей, проведених за ініціативою ООН і ЮНВТО, проходили й інші міждержавні наради і конференції, на яких велика увага надавалася співпраці в сфері туризму. Назвемо деякі з важливих форумів.

Нарада з безпеки і співробітництва в Європі, яка відбулася в 1975 р. у м. Гельсінкі. У цій нараді взяли участь керівники 33 європейських держав, а також США і Канади. У прийнятому Заключному акті, крім іншого, велика увага була приділена співпраці в туристській сфері. На цій Нараді був визначений механізм реалізації ухвалених рішень, зокрема, передбачалися

двосторонні і багатосторонні зустрічі експертів з питань туризму, координація роботи в міжнародних туристських організаціях.

Залежно від складу членів, їх статусу й представництва, а також статутних цілей і завдань міжнародні туристські організації кваліфікуються як:

- всесвітні і регіональні;
- офіційні (міжурядові) і неофіційні;
- універсальні і спеціалізовані.

Найбільш представницькою, авторитетною й активно діючою організацією є *Всесвітня туристська організація (ЮНВТО)*, яка вважається міжурядовим універсальним органом співпраці країн у сфері туризму. В 1969 р. ООН ухвалила рішення про створення цієї організації, був прийнятий її Статут, а в 1975 р. відбулося перше засновницьке засідання Генеральної асамблеї ЮНВТО. Нині ЮНВТО об'єднує 139 дійсних і 6 асоційованих членів, а також понад 350 приєднаних членів, які в 1997 р. створили Ділову раду ЮНВТО. До неї входять понад 100 навчальних закладів світу туристського й готельного профілю (серед них Київський університет туризму, економіки і права, готельний комплекс «Дніпро» (м.Київ).

Головним органом ЮНВТО є Генеральна асамблея, яка збирається один раз в два роки й ухвалює всі важливі рішення: про вибори генерального секретаря, членів Виконавчої ради, про затвердження й розподіл кошторису ЮНВТО, про прийом нових членів, про затвердження звітів і ухвалення планів роботи тощо.

Основна діяльність ЮНВТО зосереджена на таких напрямках:

- зміцнення співпраці країн з метою розвитку туризму. Для цього ЮНВТО розробляє рекомендації й надає допомогу урядам країн з багатьох питань туризму, включаючи розробку проектів, техніко-економічних обґрунтовувань, визначення потреб в інвестиціях, передачу технологій, а також маркетинг і просування туристського продукту;

- організація професійної підготовки у сфері туризму, створення базових навчальних структур, наприклад, курсів «навчання навчаючих», короткострокових і заочних курсів, а також мережі центрів ЮНВТО з професійної підготовки;

- сприяння забезпеченню сталого розвитку туризму й розв'язання проблем довкілля. З цією метою ЮНВТО бере участь у міжнародних форумах, присвячених охороні довкілля планети;

- підвищення якості туризму. ЮНВТО приділяє увагу питанням охорони здоров'я і безпеки туристів, усунення бар'єрів на шляху розвитку туризму, лібералізації туристського бізнесу;

- створення туристської статистики і дослідження ринку. ЮНВТО є основним центром зосередження (більш ніж з 180 країн і територій), аналізу й розповсюдження даних про туризм. Для членів ЮНВТО й туристської індустрії випускається серія видань з питань міжнародного туризму;

- розвиток комунікацій і системи документації у сфері туризму. У ЮНВТО працює видавничий підрозділ, який одночасно є органом із зв'язків з пресою. У центрі документації ЮНВТО зберігається великий обсяг інформації з різних джерел щодо питань туризму.

До універсальних відносяться міжнародні туристські організації, які зосереджують увагу на всіх основних питаннях розвитку міжнародного туризму. Найвпливовішими серед них є ряд таких організацій:

- Всесвітня федерація асоціацій туристських агентств (FUAAV). До її складу входять національні асоціації туристських агентств різних країн. Федерація виступає як прихильник лібералізації туристського бізнесу й захисту інтересів туристських фірм.

- Міжнародна федерація туроператорів (IFTO, до складу якої входять асоціації туроператорів і окремі туроператорські фірми різних країн.

- Всесвітня асоціація туристських агентств (WATA), в якій беруть участь туристські агентства різних країн відповідно до встановленої норми представництва. Основною метою є стимулювання діяльності туристських агентств, захист їх інтересів перед туроператорами і транспортними компаніями.

До вузькоспеціалізованих відносяться міжнародні туристські організації, які об'єднують своїх членів з тих чи інших підприємницьких або суспільних інтересів. До таких вузькоспеціалізованих слід віднести:

- Міжнародна готельна асоціація (ША), яка об'єднує підприємців готельного бізнесу різних країн з метою розвитку їх співпраці в питаннях підвищення якості послуг, упровадження сучасних технологій і стандартів обслуговування, підвищення професіоналізму готельного персоналу тощо.

- Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA), яка об'єднує авіатранспортні підприємства (авіакомпанії, аеропорти та ін.), що обслуговують основні міжнародні й внутрішні лінії.

- Міжнародна асоціація конгресного бізнесу (ICCA), яка об'єднує туристські фірми й підприємства різних країн, котрі займаються організацією обслуговування учасників міжнародних і національних конгресів, конференцій, симпозіумів тощо.

- Міжнародне бюро з питань соціального туризму (BITS), яке об'єднує туристські організації профспілкових об'єднань різних країн з метою розширення їх співпраці в розвитку соціального туризму.

- Міжнародне бюро молодіжного туризму (BITEJ). У ньому беруть участь туристські фірми й організації різних країн, що займаються молодіжним туризмом, з метою встановлення більш тісної співпраці.

Значну роль у розвитку співпраці в сфері міжнародного туризму виконують *регіональні туристські організації*. Вони покликані сприяти встановленню тісної співпраці між туристськими організаціями регіону, відстоювати їх інтереси в інших міжнародних туристських організаціях або на міжнародних туристських форумах. До найбільш авторитетних слід віднести регіональні туристські організації, як наприклад, Американське суспільство туристських агентств (ASTA), Європейську туристську комісію (ETC), Асоціацію туристських агентств країн Тихоокеанського регіону (PATA), Конфедерацію туристських організацій країн Латинської Америки (COTAL).

2. Інструменти регулювання міжнародної туристичної діяльності

Основні заходи щодо координації і регулювання туристичної діяльності – це конференції, асамблеї, зустрічі, форуми, конгреси, які семінари, проводяться міжнародними організаціями.

Однією з важливих міжнародно-правових форм регулювання й координації діяльності держав у галузі туризму, вироблення та впровадження правил і принципів їхнього співробітництва, норм і стандартів міжнародної туристичної діяльності є конференції ООН з туризму, форуми міжнародних туристичних організацій, - конференції ВТО.

Інструменти регулювання міжнародної туристичної діяльності – це правові акти й офіційні документи, спрямовані на установлення певного порядку, норм, правил, принципів і підходів у здійсненні туристичної діяльності. Вони слугують цілями інформації, орієнтації, просування та реалізації на практиці заявлених і проголошених ідей, принципів, концепцій і стратегій.

До таких інструментів відносяться міжнародні декларації, конвенції, резолюції, угоди, протоколи, рекомендації, прийняті на міжнародних конференціях і форумах.

Міжнародні декларації – це офіційні заяви міжнародних організацій учасників чи міжнародних конференцій, що проголошують основні принципи політики або програмні положення діяльності організацій у якій-небудь конкретній сфері міжнародних відносин, наприклад у сфері туризму.

Міжнародні конвенції – це один з видів договорів. Вони установлюють взаємні права й обов'язки держав у певній галузі людської діяльності. Багато конвенцій розробляють і приймають спеціалізовані міжнародні організації. Наприклад, міжнародні конвенції ООН з морського права кодифікують норми права.

Основні інструменти регулювання міжнародної туристичної діяльності:

- Всесвітня декларація з прав людини (1948 р.);
- Міжнародний пакт з економічних, соціальних і культурних прав (1966 р.);
- Варшавська конвенція для уніфікації деяких правил, що стосуються міжнародних повітряних перевезень (1929 р.);
- Чиказька конвенція з міжнародної цивільної авіації (1944 р.) і Токійська, Гаазька, Монреальська конвенції з того самого питання;
- Конвенція з митного забезпечення туризму (1954 р.);
- Будапештська конвенція з спрощення туристичних подорожей (1976 р.);
- Конвенція з захисту світової культурної і природної спадщини (1972 р.);
- Манільська декларація зі світового туризму (1980 р.);
- Софійська резолюція VI сесії Генеральної асамблеї ВТО, що прийняла Туристичний білль з прав, Хартію туризму, Кодекс туриста (1985 р.);
- Конвенція з прав дитини (1990 р.);
- Буенос-Айреська резолюція IX сесії Генеральної асамблеї ВТО з забезпечення туризму і безпеки туристів (1991 р.);
- Туристична декларація Світового туристичного форуму в Осаці і Всесвітньої конференції міністрів з туризму (1994 р.);

- Генеральна угода з торгівлі послугами (1994 р.);
- Каїрська резолюція XI сесії Генеральної асамблеї ВТО щодо запобігання організованому секс-туризму (1995 р.);
- Стокгольмська декларація проти комерційної сексуальної експлуатації дітей (1996 р.);
- Манільська декларація із соціального впливу туризму (1997 р.);
- Всесвітній кодекс етики в туризмі (1999 р.).

3. Правове регулювання міжнародного туристичного бізнесу

Управління туристичною галуззю здійснюється, як правило, через спеціальний адміністративний орган – Національну туристичну адміністрацію (НТА), роль якої в різних державах неоднакова.

Темпи розвитку туризму зазвичай тісною мірою залежать від позиції НТА в структурі органів державної влади й ступеня втручання держави в просування туристичного продукту. Необхідність участі держави в регулюванні туристичної сфери не визначає сама по собі ступінь цієї участі. У країнах з розвиненою ринковою економікою, налагодженим господарським механізмом і досконалим законодавством, яке враховує інтереси як суспільства загалом, так і окремих його груп, втручання державних органів може бути мінімальним. У країнах з нестійкою економікою необхідна підвищена увага з боку держави до туристичної сфери, оскільки це частково допоможе нейтралізувати негативні впливи.

Основними важелями державного втручання в туристичній сфері є:

- розробка законодавчої бази, яка регламентує основні питання розвитку туристичної сфери, включаючи економічне стимулювання розвитку перспективних видів туризму, а також розробку правил функціонування туристичних підприємств;
- розробка антикризових програм, які дають змогу пом'якшити несприятливі наслідки нерівномірного розвитку світових економічних процесів;
- створення умов, які сприяють залученню інвестицій у туризм;
- вирівнювання економічного розвитку регіонів за допомогою визначення пріоритетів і розмірів державної підтримки;
- координація темпів розвитку туристичної галузі й суміжних галузей;
- регулювання туристичних потоків шляхом формування попиту й розширення пропозиції у сфері туристичних послуг.

У творенні туристичного законодавства провідну роль відіграють парламентські структури, туристична адміністрація може виступити з законодавчою ініціативою.

Туристична діяльність регламентується як прямо, так і опосередковано.

У *першому випадку* йдеться про створення спеціального туристичного законодавства, у *другому* – туристичне законодавство включається в блок законодавчих актів, які стосуються як туризму, так і інших галузей економіки. В *останньому випадку* національна туристична адміністрація повинна

відстоювати інтереси туристичного сектору, доводячи рівне значення туристичних проблем і проблем, які постають в інших секторах економіки.

Головні завдання, які стоять перед країнами у сфері туристичного законодавства, – визначення сфери діяльності, яка підлягає регламентації і відпрацьовування юридичних механізмів впливу на неї. Переходячи до практичного вирішення питань, пов'язаних із розробкою туристичного законодавства, потрібно окреслити коло питань, які підлягають регламентації.

Виходячи зі світової практики, туристичне законодавство регламентує такі аспекти діяльності:

- роботу об'єктів туристичної індустрії, передусім засобів розміщення;
- професійну діяльність у туризмі, умови, за яких стає можливим професійне заняття туристичною діяльністю;
- права та обов'язки учасників туристичної діяльності, заходи щодо захисту прав споживача в туризмі;
- допомогу туризму з боку держави.

Іспанія

Основними в іспанському законодавстві з туризму є Закон від 8 липня 1963 р. № 48/63 про компетенцію в сфері туризму й королівський Указ від 14 січня 1965 р. № 231/65, який регламентує діяльність приватних туристичних підприємств. Ці законодавчі акти визнають права з регламентації туристичної діяльності винятково за центральними органами. Чинними є королівські укази про передання повноважень від центральних органів управління органам управління автономних співтовариств у компетенцію яких входить, крім іншого, сертифікація туристичних об'єктів.

Франція

Указом від 14 лютого 1985 р. № 85/249 створена Комісія при Міністерстві туризму, висновок якої є обов'язковим для присвоєння розряду засобам розміщення й ресторанам. Указом від 14 лютого 1986 р. скасовано попередній Указ від 16 грудня 1964 р. і визначені норми та процедура класифікації готелів і туристичних резиденцій. Відповідно до цього Указу, всі готелі поділяють на шість категорій (без зірок, від 1-ї до 4-х зірок і 4 зірки «люкс»), а туристичні резиденції мають чотири категорії (від 1-ї до 4-х зірок). Клас готелю або резиденції треба обов'язково вказувати у його рекламі. Указом від 29 квітня 1963 р. закріплені норми класифікації ресторанів, а Указом від 8 жовтня 1965 р. ресторанам присвоєно п'ять категорій (від 1-ї до 5ти зірок «люкс»). Сучасне законодавство стосовно кемпінгів і караванінгів, початок якому покладено Указом від 7 лютого 1959 р., базується на Кодексі міського устрою й Указі від 11 січня 1993 р. № 93-39 про кемпінги. Ділянки, призначені під кемпінги й караванінги, поділяють на чотири категорії, які позначають зірками: чим їх більше, тим вищий клас кемпінгу.

Португалія

Правила ведення готельного й близького до нього бізнесу визначені Постановою від 30 вересня 1986 р. № 328/86. У ній зафіксовані мінімальні

норми, яких повинні дотримуватися засоби розміщення кожної з визначених категорій. Готелі поділені на вісім категорій: готелі, пансіони, пусадас (малі готелі, які перебувають у власності держави й мають спеціальне управління), малі готелі, мотелі, апартготелі, туристичні села й будинки для приїжджих. Споріднена сфера представлена ресторанами, барами й дискотеками. Усі питання, пов'язані з відкриттям, класифікацією й контролем функціонування засобів розміщення (включаючи приватні квартири й кімнати, які призначаються для туристичних цілей), вирішує Головне управління з туризму.

ТЕМА 7. МІЖНАРОДНІ ТУРИСТИЧНІ ОРГАНІЗАЦІЇ

План лекції:

1. Міжнародні туристичні організації та напрямки їх діяльності.
2. Регіональні туристичні організації та їх роль у розвитку світового туризму.
3. Національні туристичні організації та їх роль у розвитку міжнародного та внутрішнього туризму.

1. Міжнародні туристичні організації

У зв'язку з тим, що міжнародний туризм є відображенням соціально-економічних відносин у житті окремих країн і одночасно складовою частиною міжнародних економічних відносин, виникають необхідні передумови організації й управління усім комплексом туристично-рекреаційної та екскурсійної діяльності як в межах держави, так і на міждержавному рівні. Ці передумови реалізуються у створенні туристичних організацій.

Туристичні організації можна класифікувати за такими ознаками:

- національно-територіальна: міжнародні, регіональні та національні туристичні організації; їх діяльність має світовий, регіональний та національний характер;
- суспільно-державна: урядові, громадські, приватні;
- вид діяльності: регулюючі, постачальники, ринкові агенти, розробники, консультанти, проектні організації, навчальні організації, видавці, професійні асоціації, торгівельні та споживацькі організації;
- сфера діяльності: транспортні (авіаційні, автобусні, залізничні, автомобільні і круїзні), туристичні агенти, туроператори, локальні профспілки.

Постійне розширення і розвиток міжнародного туристичного обміну викликало необхідність його міжнародно-правової регламентації: вироблення різноманітних правових інститутів і створення спеціалізованих міжнародних туристичних організацій.

Міжнародні туристичні організації: світові міжнародні туристичні організації загального і галузевого характеру: Всесвітня туристична організація (ЮНВТО); Всесвітня рада по подорожах і туризму (ВТТС); Міжнародна асоціація світового туризму (МТ); Міжнародний туристичний союз (ТУІ); Міжнародний туристичний альянс (АІТ); Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку (ВАРА) тощо.

Міжнародні туристичні організації загального характеру: представляють і захищають інтереси організацій і компаній туристичної індустрії; визначають політику в сфері туризму; формують основні напрямки розвитку світового туризму; забезпечують взаємовигідне співробітництво між країнами - членами цих організацій і практичне сприяння їм у вирішенні проблем розвитку туристичної й економічного зростання країни.

1. Всесвітня туристична організація – ВТО
(World Tourism Organization).

Всесвітня туристична організація сьогодні найвідоміша і найбільш визнана у туристичному світі. Вона була заснована 2 січня 1975 року шляхом перетворення неурядового Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій (МСОТО) в Міжурядову організацію, діючу під патронатом ООН.

На сьогодні її дійсними членами є більш як 105 країн, декілька асоційованих і більш як 150 приєднаних членів (туристичні фірми, авіакомпанії, міжнародні організації тощо).

Статут ВТО було прийнято 27 вересня 1975 року. Починаючи з 1980 р., ця дата відзначається як Всесвітній день туризму. Щорічно Всесвітній день туризму проводиться за визначеним девізом. Кожні чотири роки ВТО скликає Генеральні асамблеї, між якими працює виконком Генеральної асамблеї ВТО. Штаб-квартира ВТО знаходиться у місті Мадрид (Іспанія).

ВТО є основним представником туризму в ООН і діє як найавторитетніший орган у світовому туризмі. Крім того, ВТО розробляє міжнародні документи (акти) і стежить за їхнім дотриманням, а також за реалізацією вже існуючих правил, сприяючи розв'язанню міжнародних туристичних розбіжностей.

Знаменною подією діяльності ВТО стало проведення Всесвітньої конференції з туризму (ВКТ), яка відбулася в Манілі (Філіппіни) з 27 вересня по 10 квітня 1980 року. Рішення про скликання ВКТ прийняла II сесія Генеральної асамблеї ВТО (травень 1977 р.). На конференції були розглянуті питання відповідальності держав за розвиток туризму (соціально-економічні умови, цілі і завдання, стримуючі чинники) та такі актуальні проблеми: людина - організатор свого відпочинку; регулювання попиту і пропозиції; науково-технічне співробітництво у галузі туризму; підготовка кадрів для індустрії туризму тощо. В заключному документі знайшли відображення спільно напрацьовані під час обговорення рекомендації. Цей документ отримав назву Манільської декларації з світового туризму. У конференції взяло участь більше як 100 держав.

II. Міжнародна асоціація повітряного транспорту (International Air Transport Association - IATA).

IATA це всесвітня організація для всіх міжнародних авіаперевезень, заснована в 1919 р. і реорганізована після закінчення II світової війни у 1945р. IATA представляє собою професійну асоціацію авіаційних компаній, які здійснюють міжнародні рейси. Головна її функція - упорядкування міжнародного комерційного авіаційного сполучення, введення єдиних для всіх членів правил і процедур та встановлення погоджених тарифів, пасажирські авіаперевезення на міжнародних маршрутах.

Вищий орган IATA - це щорічна Генеральна асамблея, на якій обирається президент і виконавчий комітет. Мета IATA - реалізація політики міжнародної організації цивільної авіації (ICAO).

IATA - це сприяння переміщенню людей, пошти і вантажів з однієї точки світу в іншу, використовуючи різноманітні комбінації маршрутів повітряної мережі. Резолюції, прийняті на транспортних конференціях IATA, стосуються не тільки квитків, а й шляхових листів, документів на вантаж, а також інших

подібних паперів. Ці резолюції уніфікують та координують процедури розрахунків і дозволяють прискорити бронювання й зв'язок між авіакомпаніями. Організація також створила та опрацювала жорсткий список тарифів і маршрутів. При її сприянні стало можливим з'єднання повітряних мереж багатьох приватних авіакомпаній в єдину систему, яка функціонує на користь подорожуючих.

Членами ІАТА сьогодні є 259 авіакомпаній, які здійснюють міжнародні перельоти. На долю цих авіакомпаній припадає близько 95% міжнародного регулярного сполучення.

Під час своєї діяльності ІАТА умовно поділяє всю територію земної кулі на три великих регіони, або конференції, і намагається досягти встановлення погоджених тарифів на перевезення та єдиних стандартів сервісу як в межах кожної конференції, так і між ними:

1. Північна і Південна Америка та частина Тихоокеанського регіону на схід від міжнародної лінії поділу дат.
2. Європа, Африка і Близький Схід.
3. Азія, Австралія і частина Тихоокеанського регіону на захід від міжнародної лінії поділу дат.

Туристичні агентства беруть участь в діяльності ІАТА через її спеціальний відділ - Міжнародну організацію агентств авіакомпаній (International Airlines Travel Agents Network - IATAN). Кожному турагентству, що пройшло процедуру акредитації та відповідає заданим вимогам, присвоюється номер, який служить візитною картою при здійсненні розрахунків з авіакомпанією та іншими учасниками галузі.

IATAN стежить за дотриманням правил і стандартів діяльності, єдиних вимог до фінансового стану туристичних агентств, які продають авіаквитки на міжнародні рейси і виконує функції зв'язного ланцюга між туристичними агентствами та авіакомпаніями-членами ІАТА.

III. Міжнародна організація цивільної авіації (International Civil Aviation Organization - ICAO).

Організація створена Чиказькою конвенцією у 1944 р. і функціонує під патронажем ООН. Діяльність ІСАО базується на рівності націй відносно функціонування індустрії повітряного транспорту. Головною метою ІСАО є розвиток і забезпечення безпечного, спеціалізованого і економічно ефективного міжнародного ринку авіаперевезень згідно з міжнародними стандартами і нормами.

На сьогоднішній день членами ІСАО є 183 держави. ІСАО співпрацює з такими організаціями: Міжнародний інформаційний союз; Всесвітня методологічна організація; Міжнародний союз електричних сполучень (комунікацій); Всесвітній поштовий союз; Всесвітня організація охорони здоров'я; Міжнародна морська організація.

2. Регіональні туристичні організації

Цілями і завданнями регіональних міжнародних туристичних організацій загального характеру є: представництво і захист інтересів туристичної індустрії свого регіону на міжнародному рівні; визначення тенденцій і шляхів розвитку

туризму; просування в'їзного туризму; маркетингова діяльність, сприяння об'єднанню і координації зусиль усіх секторів і компаній туристичної індустрії; фінансування цільових програм розвитку туризму в регіоні; впровадження нових технологій; розробка єдиних норм і стандартів туристичного обслуговування, інформаційна і видавнича діяльність.

До регіональних міжнародних туристичних організацій загального характеру відносяться: Європейська комісія з туризму (КЕТ); Європейська туристська група (ЕТАГ); Бюро організацій - членів ЛІТ у Європейському союзі (АІТ-ЕС); Асоціація з розвитку і координації європейських туристичних обмінів (АДСЕТЕ); Туристична асоціація країн Азії і Тихого океану (ПАТА); Туристична асоціація країн Східної Азії (ЕАТА); Федерація туристичних асоціацій країн - членів АСЕАН (ФАТА); Асоціація туристичної індустрії Америки (ТІАА); Конфедерація туристичних організацій Латинської Америки (КОТАЛ); Карибська туристська організація (КТО); Арабський туристичний союз (ЮАТ); Панафриканська туристична організація (ПАТО); Африканська асоціація подорожей (АТА) тощо.

I. Організація економічного співробітництва та розвитку - ОЕСР (Organization for Economic Cooperation and Development - OECD).

ОЕСР була створена згідно з постановою від 14 грудня 1960р., затвердженої у Парижі. Відповідно до постанови ця організація має реалізувати цілі, що спрямовані на:

- досягнення високих темпів безперервного економічного розвитку і зростання, а також зайнятості населення, росту рівня життя країн-членів ОЕСР шляхом контролю над фінансовою стабільністю і, як наслідок цієї діяльності, - вклад у розвиток світової економіки;
- сприятливий вплив на цілісність економічного розвитку як в країнах-членах ОЕСР, так і в країнах-нечленах цієї організації, а також на сам процес цього розвитку;
- розвиток світової торгівлі на багатосторонній, недискримінаційній основі у відповідності з міжнародними зобов'язаннями.

Членами ОЕСР є: Австралія, Австрія, Бельгія, Канада, Данія, Фінляндія, Франція, Німеччина, Греція, Ісландія, Ірландія, Італія, Японія, Люксембург, Нідерланди, Нова Зеландія, Норвегія, Португалія, Іспанія, Швеція, Швейцарія, Туреччина, Великобританія, США. Туристичний комітет при ОЕСР сприяє розвитку туризму в країнах-членах організації шляхом вивчення проблем туризму, а також активно сприяє виконанню стандартних визначень і методів для складання статистики та щорічних звітів "Туристична політика і міжнародний туризм в країнах-членах ОЕСР".

II. Азіатсько-Тихоокеанська туристична організація (Pacific Asia Travel Association - ПАТА).

Асоціація була створена в 1951 р. для розвитку, просування та сприяння Азіатсько-Тихоокеанським напрямкам. Ця організація представляє 34 країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону, які об'єдналися для реалізації однієї мети: досягти успіху в розвитку туризму і подорожей у цьому великому регіоні. Робота, що проводиться цією організацією, спрямована на просування туризму

за допомогою програм з дослідження, розвитку, освіти та маркетингу. РАТА має репутацію найкращого виконавця серед подібних міжнародних організацій.

Члени організації обмінюються ідеями, шукають вирішення спільних проблем, беруть участь в роботі над майбутнім туризму в Азіатському та Тихоокеанському регіонах. Членів в Асоціації нараховується біля 2 тисяч. Починаючи з дня заснування, Асоціація стала важливим джерелом точної і своєчасної інформації для своїх членів з сфери маркетингу, досліджень, розробки, освіти та інших видів діяльності, пов'язаних з туризмом. Діяльність РАТА та її довгострокові плани перевіряються і оцінюються на щорічних конференціях Асоціації.

Організаційні комітети з менеджменту, маркетингу, розробці і дослідженням реалізують програми Асоціації. Видавниче відділення оприлюднює безліч звітів, матеріалів досліджень і періодичних видань. Основне видання - "Тихоокеанські туристичні новини", щомісячний журнал з трьома регіональними виданнями, виходить тиражами 58 тис. екземплярів. Серед друкованих матеріалів 80% складають аналітичні цифрові дані та фотографії.

Маркетингові зусилля РАТА спрямовані на індивідуальних туристів, подорожуючих в регіоні. Комітет також намагається розширити маркетингові навички з продажу привабливих маршрутів. Дослідницька робота РАТА знаходить своє відображення на щорічних конференціях з досліджень туризму, а також в публікаціях щорічних статистичних звітів по Тихоокеанському регіону.

Секретаріат РАТА розташований в Сан-Франциско (Каліфорнія), основні офіси для обслуговування Азіатського регіону - в Сінгапурі, Тихоокеанського регіону - в Сідней, Американсько-європейської частини - в Сан-Франциско.

3. Національні туристичні організації

З метою підтримки економічної стабільності розвитку туристичної індустрії та збільшення надходжень іноземної валюти створюються національні туристичні організації.

Оскільки важливість туризму для національної економіки і задоволення соціальних потреб очевидна, то його розвиток є важливою справою як для туристичної індустрії, так і для подорожуючих. Тому основними видами діяльності національних туристичних організацій є просування туризму в Україні, а також бажання розширити співробітництво уряду і приватної індустрії туризму. Управління цією діяльністю в широкому плані представляє собою процес вироблення і здійснення управлінських рішень. Управління туризмом на регіональному рівні означає вплив суб'єкта управління на об'єкт управління.

Національна туристична організація України

Місія НТОУ - це консолідація національної туристичної сфери, органів державної влади, місцевого самоврядування та академії, створення і розвиток мережі ДМО з метою сталого розвитку туризму в Україні.

Головною запорукою успіху України, як туристичної дестинації, є всебічна консолідація, координація, кооперація та колаборація бізнесу, громадськості та органів державної влади.

НТО України створює умови та інструменти для ефективної співпраці всіх зацікавлених сторін національного туристичного сектора.

Маркетингова стратегія НТО України спрямована на сталий розвиток національного туристичного сектору і просування регіональних турпродуктів.

Статистика та аналітика туризму є однією з фундаментальних умов розвитку сталого туризму, визначеного Державною стратегією розвитку туризму та курортів України до 2026 року і є одним з основних напрямків діяльності Національної туристичної організації України.

Туристичний барометр України - є детальним аналітичним дослідженням динаміки розвитку туристичного сектору, яке формується відповідно методології Національній системі туристичної статистики (НСТС), розробленій Національною туристичною організацією України відповідно до міжнародних рекомендацій ООН, щодо статистики туризму International Recommendations for Industrial Statistics 2008.

*Структури управління туризмом в областях та регіонах України
різноманітні.*

Так, наприклад, в квітні 2000 р. у рамках проекту TASIC "Підтримка місцевого розвитку та туризму в Карпатському регіоні" - PRUK-9802, що фінансується Європейським Союзом, обласні державні адміністрації Львівської, Закарпатської, Чернівецької та Івано-Франківської областей підписали спільний протокол про поєднання зусиль для популяризації Карпатського регіону України як туристичного. Згідно з цією угодою чотири облдержадміністрації спільно випускатимуть рекламні матеріали про регіон, сприятимуть покращенню якості туристичних інформаційних послуг та представлятимуть регіон на виставках й інших подібних акціях.

У липні 2000 року в Києві було створено Всеукраїнський союз асоціацій підприємств та організацій туристичної галузі України (Укрсоюзтур), в який увійшло 46 ініціативних груп з 21 області України. Основними цілями створеного союзу є вплив на зміну податкової політики держави відносно сфери туризму, питання сертифікації готелів та пунктів харчування, курортна сфера, її проблеми та перспективи розвитку, цінова політика і створення пільгових тур пакетів під час несезонного часу відпочинку, спрощення процедури отримання візи на в'їзд в Україну, питання рекламно-інформаційної діяльності тощо.

У Львові в 2000 році створено Львівську туристичну агенцію (ЛТА) за підтримки приватного сектору та Львівської міської ради з метою просування туристичного продукту Львова на міжнародному та українському ринках, а також управління новим туристично-інформаційним центром. У цей же час започатковано асоціацію музеїв та галерей Карпатського регіону, завданням якої є сприяння співпраці між музеями в інформаційній та рекламній сферах, представляти інтереси її членів перед органами влади, реалізовувати спільні проекти.

На виконання доручень Кабінету Міністрів України створена Державна акціонерна компанія "Україна туристична" та створено автоматизований інформаційно-рекламний центр "Українська Туристична Інформаційна система" (УТІС), що увійшов до мережі Інтернет з регіональними представництвами у містах Одесі та Львові. Всі наведені приклади, крім ілюстрації про різноманітність структур управління, розвитком туризм) в Україні, свідчать про активізацію діяльності туристичної індустрії.

ТЕМА 8. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

План лекції:

1. Туристичний потенціал України.
2. Закон України «Про туризм» – основний документ професіоналу турбізнесу
3. Розподіл видів туризму залежно від критеріїв
4. Класифікація видів туризму за метою подорожей
5. Сталий розвиток туризму – орієнтир для інших видів туризму
6. Систематизація видів турів та їх характеристика
7. Туристичний сленг: спеціальна термінологія для розуміння представників турбізнесу

1. Туристичний потенціал України

Україна – дуже приваблива країна з туристичної точки зору. Це пояснюється наявністю на її туристичних дестинаціях різноманітних туристичних ресурсів – природно-рекреаційних, історико-культурних та соціально-економічних.

Найголовнішим компонентом природно-рекреаційних ресурсів країни є курорти. За інформаційними даними науково-практичного довідника «Курорти та санаторії України» (Київ, 2009) перелік курортних дестинацій в Україні чималий: узбережжя Азовського моря; гірські та передгірські райони Закарпатської, Івано-Франківської та Львівської областей; курортні зони Вінницької, Донецької, Київської, Полтавської та Харківської областей; чорноморське узбережжя Миколаївської, Одеської та Херсонської областей та Узбережжя Криму.

Водночас неоцінними є бальнеологічні рекреації, повітря і кліматичні умови на площах українських лісів та гір.

До *історико-культурних туристичних ресурсів* України можна віднести численні пам'ятки історії та культури. Їх понад 70 тис. і сьогодні вони перебувають під охороною держави. Серед них понад 12 тис. особливо цінних у туристичному плані, оскільки вони які є зразками монументальних витворів мистецтва, починаючи від 3 ст. до н. е. Більшість історико-культурних пам'яток розташовано в західних регіонах України, а також у Київській, Хмельницькій, Вінницькій, Чернігівській, Сумській областях та в Республіці Крим. Східні й південні області не є настільки багатими на пам'ятки архітектури. Найбільше пам'яток історії та архітектури розміщено у Львові (2500) та Львівській області. Другим містом в Україні за кількістю пам'яток архітектури є Київ (понад 1500). Передусім це споруди епохи Київської Русі. Кам'янець-Подільський – місто-заповідник, що за кількістю пам'яток архітектури (понад 150) посідає третє місце в Україні. В Україні існують пам'ятки, що залишилися з часів колонізації Причорномор'я. Через регулярні напади на землі України іноземних загарбників на її території споруджено

чимало замків і фортець, які мають європейське значення. До найцінніших варто віднести замки в Ужгороді, Кременці, Луцьку, Острозі та ін.

Щодо *соціально-економічних туристичних ресурсів України*, то слід відмітити, що як туристична дестинація вона має вигідне географічне положення, зручне транспортне сполучення і морські шляхи, достатню кількість працездатного населення, зайнятого в соціально-культурному сервісі та сфері туризму, наявну туристичну інфраструктуру в межах туристичної індустрії. До того ж обслуговування туристів відбувається за міжнародними стандартами, а рівні добробуту та розвитку господарства в країні дозволяють приймати як вітчизняних, так і іноземних гостей на достойному рівні, що не використовується ефективно та раціонально.

Туристична індустрія в Україні на сучасному етапі характеризується розвитком відповідних подій та зростанням більшості показників.

Молода туристична індустрія України сьогодні стрімко розвивається та має шанси на удосконалення з огляду на наявний туристичний потенціал, до якого відносять природно-рекреаційні, історико-культурні, соціально-економічні, нормативно-правові складові.

2. Закон України «Про туризм» – основний документ професіоналу турбізнесу

Введення в дію Закону України «Про туризм» від 15 вересня 1995 року відкрило нові перспективи для подальшої роботи щодо реформування галузі туризму.

Метою Закону є створення правової бази для становлення туризму як галузі економіки та важливого засобу забезпечення зайнятості населення, збільшення валютних надходжень, захист законних прав та інтересів туристів і суб'єктів туристичної діяльності, визначення їх обов'язків і відповідальності.

Закон України «Про туризм» є спеціальним нормативно-правовим актом, який регулює відносини в галузі туризму в цілому та відносини використання природних ресурсів у цій сфері зокрема, а також встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України, про що прямо вказано у преамбулі Закону.

Закон України «Про туризм» став правовим підґрунтям для розробки цілого комплексу галузевих нормативно-інструктивних документів, що регламентують конкретні аспекти туристичної діяльності.

Закон України «Про туризм» складається з восьми розділів:

- 1) Загальні положення;
- 2) Державна політика та державне регулювання в галузі туризму;
- 3) Безпека туризму;
- 4) Організація туристичної діяльності;
- 5) Професійна підготовка фахівців та наукове забезпечення туризму.

Об'єднання підприємств та неприбуткові організації в галузі туризму;

- 6) Контроль за діяльністю в галузі туризму. Відповідальність за порушення законодавства України про туризм;
- 7) Міжнародне співробітництво в галузі туризму;
- 8) Прикінцеві та перехідні положення.

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

Для забезпечення охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, раціонального використання, забезпечення безпеки туризму, конституційних прав громадян на відпочинок та інших прав громадян, патріотичного виховання органами державної влади та органами місцевого самоврядування в межах їх повноважень *затверджуються державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму.*

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

- інформувати туристів про можливі небезпеки під час подорожі, необхідність виконання загальнообов'язкових вимог та запобіжних чи попереджувальних заходів (медичних щеплень тощо);
- створювати безпечні умови в місцях надання туристичних послуг, забезпечувати належне облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій тощо;
- забезпечувати спеціальні вимоги безпеки під час надання туристичних послуг з підвищеним ризиком (автомобільний, гірський, лижний, велосипедний, водний, мотоциклетний, пішохідний туризм, спелеотуризм тощо);
- забезпечувати туристів кваліфікованими фахівцями туристичного супроводу, спеціальним спорядженням та інвентарем;
- забезпечувати навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм, попередження нещасних випадків та надання першої медичної допомоги;
- забезпечувати надання оперативної допомоги особам, які постраждали під час подорожі, транспортування потерпілих;
- оперативно інформувати органи місцевої влади та відповідальних осіб про надзвичайні ситуації, в яких опинилися туристи, подавати відомості про зниклих осіб.

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

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

- 1) місце надання туристичних послуг, програму туристичного обслуговування;
- 2) характеристики транспортних засобів, що здійснюють перевезення, зокрема їх вид і категорію;
- 3) характеристику готелів та інших об'єктів, призначених для надання послуг з тимчасового розміщення, у тому числі місце їх розташування, категорію, строки й порядок оплати готельного обслуговування;
- 4) види та способи забезпечення харчування під час туристичної подорожі;
- 5) мінімальну кількість туристів у групі, а також інформування туриста про те, що туристична подорож не відбудеться через недобір групи, не пізніше ніж за три дні до початку туристичної подорожі;
- 6) ціну туристичних послуг. Зміна ціни туру після укладення договору на туристичне обслуговування допускається лише у разі необхідності врахування зміни тарифів на транспортні послуги, запровадження нових або підвищення чинних ставок податків і зборів та інших обов'язкових платежів, зміни курсу гривні до іноземної валюти, в якій виражена вартість туру. Зміна ціни туру можлива *не пізніше як за 20 днів до початку туристичної подорожі*. При цьому збільшення ціни туру не може перевищувати *п'яти відсотків* його початкової ціни. У разі якщо ціна туру вища за початкову ціну на п'ять відсотків, турист має право відмовитися від виконання договору, а туроператор (турагент) зобов'язаний повернути йому раніше сплачену суму. Туроператор (турагент) зобов'язаний не пізніше як *через один день* з дня, коли йому стало відомо про зміну обставин, якими сторони керувалися під час укладення договору на туристичне обслуговування, та не пізніше як за три дні до початку туристичної подорожі повідомити туриста про таку зміну обставин з метою надання йому можливості відмовитися від виконання договору без відшкодування шкоди туроператору (турагенту) або внести зміни до договору, змінивши ціну туристичного обслуговування.

Туроператор або турагент вправі відмовитися від виконання договору лише за умови повного відшкодування замовникові збитків, підтверджених у встановленому порядку та заподіяних внаслідок розірвання договору, крім випадку, якщо це відбулося з вини туриста. Турист вправі відмовитися від виконання договору на туристичне обслуговування до початку туристичної подорожі за умови відшкодування туроператору (турагенту) фактично здійснених ним документально підтверджених витрат, пов'язаних із відмовою. За неналежне виконання своїх зобов'язань туроператор, турагент, інші суб'єкти туристичної діяльності несуть майнову та іншу відповідальність, визначену в договорі відповідно до чинного законодавства.

3. Розподіл видів туризму залежно від критеріїв

В Законі України «Про туризм» залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі, їх цілей, об'єктів, що відвідуються, перелічено 16 видів туризму, після якого зазначено – тощо. Що означає це «тощо»? А це свідчить, що видів туризму є безмежна кількість. Кожен суб'єкт туристичної діяльності може знайти свою нішу, знайти свого клієнта.

Наприклад, є такий вид туризму як екстремальне прасування або айронінг, *метою якого прасування речей на дощі в незвичайному місці. Для прихильників цього виду туризму організовуються змагання, вони забезпечуються розміщенням та харчуванням, тобто є джерелом доходу для представників туристичної індустрії.*

Більшість авторів у класифікацію туризму включають усі можливі характеристики: використувані ресурси, організаційні форми туризму, тривалість туру, вік туристів, використуваний транспорт, місце проживання, мотиви поїздки.

За організаційними формами (спрямованістю туристичних потоків) туризм поділяється на внутрішній, в'їзний та виїзний.

1. Внутрішній туризм (domestic tourism) є подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території.
2. В'їзний (англ. Inbound tourism) – подорожі нерезидентів всередині кордонів будь-якої країни.
3. Виїзний (англ. Outbound tourism) – подорожі громадян за межами своєї країни.

Ці три основні форми туризму можуть комбінуватися утворюючи такі види або категорії:

Локальний туризм або туризм в межах країни (англ. Internal tourism) – об'єднує внутрішній і в'їзний туризм;

Національний (англ. National tourism) – включає внутрішній і виїзний туризм;

Міжнародний (англ. International tourism) – враховує в'їзний та виїзний туризм.

За демографічним та соціальним складом учасників подорожей виділяють молодіжний, дитячий, туризм третього віку.

За джерелами фінансування туризм може бути комерційний та соціальний.

Комерційний туризм – це індивідуальний або груповий туризм, при якому послуги оплачує сам клієнт.

Соціальний туризм – (груповий або індивідуальний) повністю або частково оплачується державою, профспілками або із соціальних фондів.

Різновидом соціального туризму є інтенсив-туризм. Це заохочувальні поїздки співробітників підприємств їхнім коштом, протягом яких, крім

відпочинку, передбачається й ділова частина (наприклад, відвідування профільних виставок, конференцій, підприємств і т.п.).

За способом пересування туризм може бути пішохідний, річковий, автотуризм, залізничний, велосипедний, авіаційний, комбінований.

За кількістю учасників туризм буває індивідуальний, сімейний, груповий.

За ритмічністю туристичних потоків виокремлюють сезонний та цілорічний туризм.

За характером організації туризм поділяють на плановий (організований) та самодіяльний (неорганізований).

Плановий туризм – це внутрішній туризм за маршрутами, розробленими і організованими відповідними туристичними організаціями, з наданням певного комплексу послуг (екскурсійне обслуговування, транспортне перевезення, забезпечення місцем проживання, харчування тощо).

Подорожі груп або окремих туристів, що здійснюються не за планом, передбаченим туристичними організаціями і підприємствами, є самодіяльним (неорганізованим) туризмом. Туристи самі вибирають і розробляють маршрути своїх подорожей.

Туризм також поділяють на активний і пасивний.

Суть такого поділу – визначення видів пересування та інтенсивності діяльності людини під час подорожування.

Активні види туризму передбачають види відпочинку і подорожей, розваг, спорту (скелелазіння, спортивні ігри, плавання на плотах по бурхливих річках, підводний туризм тощо), які потребують значного фізичного навантаження і доступні не всім категоріям туристів.

Пасивні види туризму орієнтовані на спокійнішу і менш напружену щодо фізичних навантажень програму туру або туристської подорожі. Вони розраховані на людей, схильних до розміреного відпочинку, пізнавальних турів, що потребують менш напруженого циклу переміщень і фізичних навантажень. Це відпочинок на морських, гірських, водолікувальних курортах, оздоровчі тури.

Залежно від впливу на зовнішнє середовище туризм поділяють м'який (soft) та жорсткий (hard). Яскравим представником м'якого виду туризму є екологічний. Масовий рекреаційний туризм є жорстким, тому що його розвиток обумовлює суттєву зміну навколишнього середовища під потреби туристів.

Поряд з масовими видами туризмом вартим уваги є туризм спеціального інтересу.

Спеціалізований (нішевий) туризм – це сукупність видів туризму, орієнтованих на чітко окреслені й відносно сталі групи туристів (об'єднані за мотивами подорожі, спеціальними потребами туристів чи особливостями туристичної дестинації), що формують певний вузький цільовий сегмент ринку (мікронішу), достатній за величиною для створення окремих туристичних продуктів.

Розвиток нішевих видів туризму дає чимало переваг для менеджменту туристичних дестинацій. Їх характеризують стійкішим попитом, вони є сприятливішими для місцевих спільнот і, що важливо, дозволяють залучити заможніших туристів. Для туристів нішевий туризм надає новий цікавий досвід. Тому Всесвітня організація туризму (UNWTO) і Всесвітня рада з питань подорожей та туризму (WTTC) рекомендують територіальним громадам розвивати саме нішевий туризм.

Серед спеціалізованого туризму варто відзначити пригодницький туризм – це головним чином індивідуальні (в складі нечисленних груп) подорожі в малодосліджені, незаймані нашою цивілізацією природні куточки, в дивовижні місця планети, вид туризму, який об'єднує всі подорожі, пов'язані з активними способами пересування і відпочинку на природі, що мають на меті отримання нових відчуттів, вражень, поліпшення туристом фізичної форми. З пригодницьким часто ототожнюють екстремальний, але на відміну від пригодницького туризму основна мета екстремального – отримання максимального адреналіну шляхом ризику.

Гастрономічний туризм – різновид туризму, взаємопов'язаний з пересуваннями по різних країнах з метою ознайомлення з національними стравами, продуктами, напоями. Під час таких турів споживач відвідує ресторани з національною кухнею, бере участь в гастрономічних заходах і приготуванні місцевих страв, знайомиться з історією та рецептурою національної їжі та напоїв, дегустує напої й подорожує по місцях вирощування, збору й виробництва продуктів, які його цікавлять.

MICE (від англ. Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) – область індустрії ділового туризму, пов'язана з організацією та проведенням різних корпоративних заходів.

Поняття MICE утворюють чотири базові напрями:

meetings – корпоративні зустрічі, презентації, переговори і т. д.,

Incentives – заохочувальні чи мотиваційні тури і програми, тимбілдинги, навчання персоналу, корпоративні свята,

conferences – конференції, конгреси, з'їзди, форуми, семінари та т. д.,

exhibitions – виставки, іміджеві заходи (фестивалі, благодійні концерти і т. д.), PR-події й прес-тури.

Ключовими гравцями ринку є спеціалізовані MICE- і event-агентства, конгрес-бюро, виставкові центри і різні майданчики для проведення корпоративних заходів.

Наступним видом туризму, вартим уваги є **сільський зелений туризм**, який може розв'язати проблему необхідності реабілітації, психічного оздоровлення шляхом впливу на здоров'я людини природних, екологічних факторів. Популярність сільського зеленого туризму як виду відпочинку пов'язана з тим, що він найбільшою мірою відповідає рекреаційним потребам людей, які мешкають в умовах урбанізованого середовища, у районах зі

складною екологічною ситуацією і страждають від постійного нервового перенапруження.

Наостанок треба зазначити, що види туризму можуть комбінуватися між собою. Наприклад, до водних видів екстремального туризму відносять дайвінг, каякінг, рафтинг, зорбінг, до повітряних – віндсерфінг, парашутизм, BASE jumping, парасейлінг, дельтапланеризм; до гірських – альпінізм.

4. Класифікація видів туризму за метою подорожей

Інформація про мету туристської поїздки корисна для визначення поведінкових моделей туристських витрат. Класифікація поїздки з точки зору її основної мети повинна бути пов'язана з основними видами діяльності, що здійснюються в ході поїздки.

1. Дозвілля, рекреація й відпочинок. Ця категорія включає, наприклад, огляд визначних пам'яток, відвідування природних чи антропогенних об'єктів, відвідування спортивних чи культурних заходів, заняття спортом (лижі, верхова їзда, гольф, гра в теніс, дайвінг, серфінг, піші прогулянки, трекінг, альпінізм тощо), які не пов'язані з професійною діяльністю; користування пляжами, басейнами та будь-якими закладами дозвілля та відпочинку, круїзи, азартні ігри, відвідування літніх таборів для молоді, медовий місяць, відвідування wellness-закладів (наприклад, wellness-готелів), фітнес, за винятком медичного лікування, тощо.

Варто зауважити, що таке wellness та wellnessзаклади.

Wellness – концепція здорового способу життя, заснована на поєднанні фізичного і духовного здоров'я, здорового харчування, вдало підібраних та розумно спланованих фізичних навантажень і відмови від шкідливих звичок. Головне завдання велнес – запобігання і профілактика хвороб, а також ознак старіння, як зовнішніх, так і внутрішніх. Велнес, як поняттям в ширшому сенсі, включає фітнес. Велнес є комплексним використанням методик оздоровлення, що складаються з дієтології, реабілітаційних програм, психологічного оздоровлення, функціонального тренінгу, СПА-процедур тощо.

2. Відвідування знайомих і родичів (VFR-туризм). Ця категорія включає, наприклад, такі заходи, як відвідування родичів або друзів; відвідування весіль, похоронних процесій чи будь-яких інших сімейних заходів; короткостроковий догляд за хворими чи старими тощо.

VFR-туризм може бути як внутрішнім, так і виїзним. Як одна з причин вибору пункту подорожі за кордон є етнічні зв'язки. Сучасний VFR-туризм є відображенням тих історичних імміграційних процесів, які відбувалися в минулому. Також важливим є той факт, що певна група туристів визначають головною метою відвідування родичів і друзів, але для проживання обирають готелі, часто відвідують ресторани і кафе. Багато VFR-туристів не обмежуються виключно соціальними контактами, а активно оглядають околиці, місцеві визначні пам'ятки, беруть участь в культурно-масових заходах, витрачаючи кошти.

3. Ділові й професійні цілі. Ця категорія включає, наприклад, проходження коротких курсів, які оплачують роботодавці (за винятком навчання на робочому місці), або інші особи, що слід визначити окремо, якщо це доречно; проходження певних програм навчання (офіційних чи неформальних) або набуття конкретних навичок за допомогою формальних курсів, включаючи платне навчання, мовні, професійні чи інші спеціальні курси, академічні відпустки та ін.

4. Лікування, відвідування курортів і клінік. Ця категорія включає, наприклад, отримання послуг лікарень, клінік, оздоровчих закладів і, загалом, медичних та соціальних установ, відвідування таласотерапевтичних процедур на їх базі, санаторнокурортних та інших спеціалізованих закладів для отримання медичних процедур, що обумовлені медичними консультаціями, у тому числі косметичні операції з використанням медичних установ та послуг.

Нині чимало пацієнтів із високорозвинених країн їдуть, щоб отримати медичну допомогу туди, де гарантовано якісні медичні послуги за значно нижчою ціною і без кількомісячного очікування в черзі.

До таких привабливих з огляду медичного туризму країн можна віднести й Україну через низькі (порівняно з більшістю європейських держав) ціни на медичні послуги, їх належну якість (і не лише в приватному секторі), доступність медичної допомоги (відсутність черг, листів очікування), сприятливу законодавчу базу для окремих напрямків (наприклад, репродуктології), наявність професійних кадрів, частина з яких отримувала практичні навички в зарубіжних клініках. Слід зазначити, що ця категорія туристів включає лише короткочасне лікування, оскільки довготривале, яке вимагає перебування рік і більше, не є складовою туризму.

5. Релігійні цілі та паломництво. Релігійний туризм (сакральний туризм, паломницький туризм, езотеричний туризм) – різновид туризму, пов'язаний з наданням послуг і задоволенням потреб туристів, які прямують до святих місць і релігійних центрів, що знаходяться за межами місця їх постійного проживання і звичного середовища.

Релігійний туризм поділяється на такі різновиди:

паломницький туризм;

езотеричний – метою його є розширення традиційного релігійного світосприйняття, і відповідно з цією метою ведеться філософський пошук під час подорожі;

релігійний туризм екскурсійнопізнавальної спрямованості – відвідання місць пов'язаних з історією релігій;

сакральний – різновид туризму, під час якого турист, відвідуючи певні місця, створює, відновлює або підкреслює зв'язок з уявним потойбічним світом. Сакральне в широкому сенсі – це все, що має відношення до божественного, релігійного, небесного, потойбічного, ірраціонального, містичного, те, що відрізняється від повсякденних речей, понять та явищ.

6. Шопінг. До цієї категорії відноситься, наприклад, покупка споживчих товарів для особистого споживання або подарунків, за винятком покупки товарів для перепродажу або майбутнього використання в будь-якому виробничому процесі (в цьому випадку можемо говорити про ділові і професійні цілі), і т.д.

7. Транзит. До цієї категорії відноситься зупинка в будь-якому місці без певної мети, окрім як продовження шляху до іншого місця призначення.

8. Інші цілі. До цієї категорії відносяться, наприклад, робота в якості добровольців (не включена в інші категорії), вивчення можливостей працевлаштування і міграції, здійснення будь-яких інших видів тимчасової неоплачуваної діяльності, які не включені до інших категорій, і т.д.

9. Ділові та професійні цілі. До цієї категорії відносяться діяльність самозайнятих осіб та найманих працівників, якщо вона не має ознак наявності трудових відносин або йдеться про відносини трудового найму з виробником-резидентом у країні або місці відвідування, діяльність інвесторів, бізнесменів і т.д. Ця категорія також включає, наприклад, участь в нарадах, конференціях або конгресах, торгових ярмарках і виставках; проведення лекцій, виступ з концертами, виставами і спектаклями; рекламування, закупівлю, продаж або купівлю товарів і послуг від імені виробників-нерезидентів (країни або місця відвідування); участь в місіях іноземних урядів дипломатів, військовослужбовців або співробітників міжнародних організацій, за винятком випадків, коли вони знаходяться у довгостроковому відрядженні в країні відвідування; участь в місіях неурядових організацій; участь в науково-прикладних або фундаментальних дослідженнях; складання програм туристичних подорожей, укладання договорів щодо надання послуг з розміщення та транспортних послуг, послуг гідів або інших працівників сфери туризму в інтересах агентств-нерезидентів (країни або місця відвідування); участь в професійних спортивних заходах; відвідування офіційних або неофіційних курсів професійної підготовки без відриву від виробництва; роботу в складі екіпажу / команди на приватних транспортних засобах (корпоративний літак, яхта і т.д.) тощо.

5. Сталий розвиток туризму – орієнтир для інших видів туризму

Глобалізація і збільшення доходів населення створили сприятливі умови для швидкого зростання сектора туризму. Починаючи з Конференції з питань сталого розвитку туризму в Лансароте в 1995 р., поняття «сталий розвиток туризму» і «сталий туризм» безперервно з'являлися в політичному дискурсі порядку денного ООН і Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), приводячи в результаті до створення всесвітніх декларацій, управлінської документації та ініціатив, і стаючи, фактично, пріоритетним напрямком діяльності ЮНВТО. При цьому, в документах ЮНВТО згадані вище поняття часто стали використовуватися як синоніми. При сталому розвитку задоволення поточних потреб здійснюється без шкоди для майбутніх поколінь.

Концепція сталого розвитку розглядається як передумова довгострокового прогресу людства, що супроводжується збільшенням капіталу і поліпшенням екологічних умов. Концепція сталого розвитку має на меті розвиток регіону через самоорганізацію за умови рамкової зовнішньої підтримки, що попереджає можливість його переходу в стан незворотної деградації середовища. Фактично мова може йти не про негайне припинення економічного зростання взагалі, а про припинення, на першому етапі, нерационального зростання використання ресурсів навколишнього середовища. Останнє важко здійснити в світі конкуренції, що постійно зростає, та підвищення таких показників результативності поточної економічної діяльності як продуктивність і прибуток. У той же час перехід до «інформаційного суспільства» призводить до так званої «дематеріалізації» господарської діяльності. Нову економіку рухають вперед не тільки дефіцит матеріальних (і природних) ресурсів, але у все більшій мірі достаток ресурсів інформації і знань.

В цілому рекомендації щодо розвитку сталого туризму і практика управління сталим розвитком застосовні до всіх форм туризму у всіх типах туристичних дестинацій, включаючи різні сегменти туризму, в тому числі масовий.

Принципи сталості відносяться до екологічних, економічних і соціокультурних аспектів розвитку туризму, і для гарантії довгострокової стійкості необхідно встановити баланс між цими трьома напрямками.

Таким чином, сталий туризм повинен:

- 1) забезпечувати оптимальне використання природних ресурсів, які є основним елементом розвитку туризму, підтримуючи важливі екологічні процеси і допомагаючи зберегти природні ресурси та біорізноманіття;
- 2) поважати соціокультурні особливості спільнот країн відвідування, зберігати їх культурну спадщину і традиційні цінності і сприяти міжкультурному розумінню, повазі та терпимості;
- 3) гарантувати існуючі, довгострокові економічні процеси, надаючи і справедливо розподіляючи соціально-економічні переваги для всіх учасників – постійну зайнятість і можливості отримання доходу, соціальне забезпечення населення, сприяючи тим самим зниженню рівня бідності.

Розвиток стійкого туризму вимагає як інформованої участі всіх відповідних зацікавлених осіб, так і сильного політичного керівництва для розширення кола учасників і досягнення згоди.

Економічна ЮНВТО сформулювала такі пріоритетні цілі сталого розвитку туризму.

1. життєздатність – гарантувати життєздатність і конкурентоспроможність туристських дестинацій і підприємств таким чином, щоб вони були в змозі продовжувати своє процвітання і забезпечувати вигоду в довгостроковій перспективі.

2. Місцеве процвітання – максимізувати внесок туризму в процвітання дестинацій, включаючи збереження пропорцій туристського навантаження на регіон.

3. Якість зайнятості – збільшувати кількість і якість місцевих робочих місць, що створюються та підтримуються за рахунок туризму, включаючи рівень оплати праці, умови обслуговування і доступності всім без дискримінації за статевими, расовими ознаками, за наявністю інвалідності або через інші причини.

4. Соціальна справедливість – сприяти широкому поширенню принципу розподілу економічних і соціальних благ туризму всюди серед спільнот дестинацій, включаючи можливості покращення, дохід і послуги, доступні бідним.

5. Доступний туризм – забезпечувати безпечний і комфортний туризм для всіх відвідувачів незалежно від статі, раси, фізичних можливостей і т.д.

6. Місцевий контроль – залучати місцеві громади до планування і надання їм повноважень для ухвалення рішень щодо управління і майбутнього розвитку туризму в області (після консультацій з іншими стейкхолдерами).

7. Добробут суспільства – підтримувати і підвищувати якість життя місцевих громад, включаючи соціальні структури і доступ до ресурсів, зручностей і системам підтримки життєдіяльності, уникаючи будь-якої форми соціальної деградації або експлуатації.

8. Культурне багатство – поважати і примножувати історичну спадщину, унікальну культуру, традиції і особливості спільнот.

9. Фізична цілісність – зберігати і покращувати як міські, так і природні ландшафти, не допускати їх візуального або фізичного руйнування.

10. Біологічне різноманіття – підтримувати збереження природних територій, середовищ існування суспільства і дикої природи та мінімізувати збиток, що наноситься.

11. Ефективність ресурсу – мінімізувати використання вичерпних і невідновлюваних ресурсів в розвитку туризму і туристичної діяльності.

12. Екологічна чистота – мінімізувати виробництво відходів та забруднення повітря, води і землі туристичними підприємствами і відвідувачами.

У розвитку сталого туризму планується виділення ролі туризму в п'яти ключових областях:

- інклюзивне і стійке економічне зростання;
- соціальна інклюзивність, працевлаштування та скорочення рівня бідності;
- ефективне використання ресурсів, охорона навколишнього середовища і процесів зміни клімату;
- культурні цінності, різноманітність, культурна спадщина,
- взаєморозуміння і безпека.

У зв'язку з розвитком туризму, рекреаційне навантаження на деякі території дуже сильно збільшується, і, відповідно, необхідний не просто виважений розподіл потоків туристів, а й своєчасна охорона об'єктів, раціональне використання водних ресурсів, організація своєчасної санітарії.

6. Систематизація видів турів та їх характеристика

Класифікація турів безумовно пов'язана з класифікацією туризму. Наприклад, тури поділяють за засобом пересування, метою подорожі, демографічним та соціальним складом учасників подорожі та іншими схожими ознаками. Але окрім цих, є і свої відмінні ознаки. Групові тури для людей третього віку (Senior Group Tours). Багато пенсіонерів насолоджуються цим видом відпочинку. Він ідеально підходить для людей, які люблять подорожувати, але не хочуть подорожувати на самоті. Вони хочуть познайомитися з новими людьми із спільними інтересами та мати вільний час протягом тижня. Оскільки багато пенсіонерів мають фіксований дохід, подорожі в непіковий час є більш економними. Групові спортивні тури (Sports Group Tours). Шанувальники спорту – одні з найбільш пристрасних та ідейних мандрівників. Такі типи турів чудово підходять для тих, хто любить споглядати спортивні події, але не хоче клопоту. Туристичні компанії, які пропонують такий тип подорожей, як правило, мають більше послуг, ніж приватні особи, оскільки вони гарантують придбання значної кількості квитків. Це дозволяє їм мати доступ до найбільш популярних місць для відпочинку, які можуть бути недоступні для широкої громадськості.

За сезонністю тури бувають цілорічні та сезонні.

За схемою маршруту тури можуть бути: лінійні; кільцеві; радіальні; комбіновані. Лінійні тури – тури з відвідуванням декількох пунктів обслуговування, в яких не збігаються пункти початку та завершення подорожі. Радіальні (стаціонарні) тури – тури з відвідуванням одного пункту (міста) обслуговування, звідки можливі екскурсії, але за умови повернення на місце основного обслуговування. Кільцеві тури – тури з відвідуванням декількох пунктів (міст) обслуговування, де пункт початку та закінчення подорожі збігаються.

За формою організації подорожі тури поділяють на стандартні економічні тури та тури «Каскад». Останні – це групові тури, в яких склад формується безпосередньо в країні (чи місці) відвідування, а подорож відбувається за заздалегідь спланованим маршрутом, за визначеною (фіксованою) програмою перебування та з певним комплексом послуг.

За класом обслуговування тури поділяють на чотири групи:

1. Тури «люкс» (ексклюзивні) з наданням послуг найвищого класу. Це можуть бути готелі вищої категорії або навіть позакатегорійні. Харчування в розкішних ресторанах з обов'язковим індивідуальним обслуговуванням, перельоти першим або бізнесом-класом, індивідуальний трансфер на машинах типу «лімузин», індивідуальний гід-перекладач і т.д.

2. Перший клас (фірмові) передбачає розміщення в готелях 4-5-зіркової категорії, переліт бізнесом-класом, відмінну кухню й широкий вибір страв, індивідуальний трансфер і супровід гіда.

3. Туристичний клас (стандартні) – наймасовіший варіант обслуговування. Передбачає розміщення туристів у готелях 2-3-зіркової категорії, переліт класом «Економ» регулярних авіарейсів, харчування за типом шведського стола, трансфер – груповий.

4. Клас «Економ» – найдешевший варіант обслуговування. Йому відповідає розміщення туристів у готелях 1-2-зіркової категорії; у готелях, гуртожитках, у малих приватних готелях, що передбачають сервіс по типу самообслуговування; харчування може не надаватися або надаватися сніданок за типом шведського столу; переліт, як правило, чартерними рейсами; зустрічі з рейсу й супровід на рейс можуть бути організовані на громадському транспорті.

За формою побудови туру виділяють інклюзив-тури та ексклюзив-тури. Тури на замовлення.

7. Туристичний сленг: спеціальна термінологія для розуміння представників турбізнесу

Неможливо бути частиною туристичного бізнесу, якщо ти не знаєш його мови. Туристичний сленг, тобто набір слів або нових значень слів, що існують та вживаються серед працівників туризму, найчастіше знаходить відображення у чітко зафіксованих термінах. Однак, існують слова та вирази, які активно використовуються працівниками туризму, більш того, розвивають своє значення і не відображені у фаховій літературі. Розуміння цих термінів допомагає швидко зрозуміти партнера по бізнесу, а також, що є більш приємним, дозволяє відчувати себе частиною чогось особливого, закритого для інших, клубу обраних.

Найбільше спеціальних термінів використовується під час комунікацій туристичних підприємств з готелями. Кожен варіант розміщення в номері має свою назву й в світовій практиці загальноприйнятою є така:

Standard Room – найзвичайніший номер, свого роду «точка відліку». У ньому обов'язково будуть ліжка і санвузол, а антураж і технічна оснащеність залежать від рівня готелю.

Family Room – сімейний номер, дві суміжні кімнати (за розміром – півтори), в кожній з яких зазвичай стоять два ліжка (у «дитячій» ліжко може бути двоповерховим). При бронюванні варто уточнити, чи є між кімнатами двері (іноді там просто великий отвір). Коштує дорожче за стандартний номер, в який поставили два додаткові ліжка.

Junior Suite – кімната більшої, в порівнянні зі стандартним номером, площі, поділена на дві зони: спальну і гостину, які іноді відділяються один від одного декоративними ґратами або полицею, а іноді – лише рівнем підлоги. Меблі тут краще, ніж в стандартних номерах.

Suite – наступна сходинка поліпшених номерів. Просторий двокімнатний номер (хоча кімнати можуть розділятися символічною аркою), гарно оброблений, з багатими меблями, часто з двома санвузлами (але навіть якщо санвузол один, там можуть бути ванна і душова кабіна одночасно або, наприклад, дві раковини).

Deluxe Suite, Excellence Suite – наступний ступінь сьютів. Кімнат дві або три, причому їх розміри дуже великі. Джакузі у ванній – майже норма, тераса або балкон величезні. Коштують майже у два рази дорожче за стандартний номер.

Studio – студія (однокімнатний номер більше стандартного з кухнею)

Duplex – двоповерховий номер, який з'єднаний внутрішніми сходами, складається з двох і більше житлових кімнат.

Connected – розташовані поруч номери, з'єднані внутрішніми дверима.

За місткістю номери в готелях також розрізняються:

SNGL – одномісний номер;

DBL – дабл, двомісний номер з одним двоспальним ліжком;

TWIN – твін, двомісний номер з двома окремими ліжками;

TRPL – тріпл, номер на трьох, зазвичай з трьома ліжками, що окремо стоять.

Заклади розміщення часто пропонуються послуги харчування. Якщо готелі не пропонують послуги харчування, або воно додається за окрему плату, то вказується OB, RO (only bed, room only), тобто без харчування.

Основними формами харчування є:

BB (bed & breakfast) – тільки сніданок. Сніданок може бути, так званим, континентальним. Це легкий сніданок, до складу якого можуть входити гарячі напої (чай/кава), варені яйця, сир, різна випічка, нарізне м'ясо, холодні напої (сік/молоко), мюслі.

AB (American breakfast) або Англійський сніданок, являє собою доповнення асортименту континентального сніданку омлет з беконом (іноді сосисками).

Дворазове харчування, як правило, сніданок та вечеря, має назву HB (half board, напівпансіон).

FB (full board, повний пансіон) – це сніданок, обід та вечеря.

Останньою формою є AI (All inclusive). Протягом дня пропонуються напої (алкогольні й безалкогольні) в необмеженій кількості плюс додаткове живлення (другий сніданок, підвечірок, пізня вечеря, легкі закуски, барбекю в барах готелю і тому подібне).

Виділяють також UAI (Ultra all inclusive), за яким пропонується великий широкий вибір алкогольних напоїв імпортного виробництва та фрешів.

За формою обслуговування стосовно харчування туристів:

A la carte (по меню) – обслуговування по меню офіціантами. У разі, якщо харчування включене у вартість проживання або передплачено, то надається вибір страв по декількох позиціях.

Шведський стіл (буфет) – самообслуговування.

Табльдот (table d'hôte) – метод обслуговування, за яким у ресторанах накривають великі столи, які сервірують столовим наряддям, і кількість місць відповідає кількості гостей.

В готелях існує певна класифікація номерів по виду з вікна:

GV – Garden View – вид на сад або двір готелю.

SV – Sea View – вид на море.

PL – Pool View – вид на басейн.

BV – Beach View – вид на пляж.

MV – Mountain View – вид на гори.

Готель на першій лінії – готель безпосередньо біля моря, тобто між пляжем і готелем немає інших будов, але може бути дорога. Готель на стопі – усі номери в готелі заброньовані туроператорами й більше в готелі вільних місць немає.

Рулетка (фортуна, бінго) – тур, в якому турист при купівлі не знає, в якому конкретно готелі він буде розміщений. Може знати тільки категорію готелю. Дешевше за стандартні тури.

Елотмент – форма взаємодії туроператора та готельєра. Оператор заявляє про розміри і тривалість власного блоку місць, але не оплачує його попередньо, а отримує можливість вносити оплату готельєру безпосередньо перед кожним заїздом туристів.

Комітмент – це резервування місць (номерів) у закладах гостинності туроператорами на сезон / рік за умовами спеціального контракту.

Анімація – розважальна програма в готелі.

РОН (run of the house) – розміщення на розсуд готелю.

ExB (extra bed) – можливість установки додаткового ліжка.

Chld (child) – вартість проживання дитини до 12-ти років. Іноді означають великі літери CH – велика дитина, до 12-15 років; ch – маленька дитина, до 6 років, inf (infant) – дитина до 2-х років.

Окрім термінів, пов'язаних з роботою туристичних підприємств з готелями, є й інші.

Інфотур – поїздки, організовані вітчизняними ініціативними туроператорами.

Fam-тур – безкоштовний тур, що організовується іноземними інкамінговими туроператорами або владою іноземної країни, що зацікавлена у великій кількості туристів.

Workshop – захід, на якому «приймаюча сторона» проводить семінар, у рамках якого запрошує представників готелів регіону для презентації їх послуг.

Туристичний ваучер (путівка) – документ, що підтверджує статус особи або групи осіб, як туристів, оплати послуг чи її гарантію і є підставою для отримання туристом або групою туристів туристичних послуг.

Стоп-лист – документ, що містить інформацію про готелі чи тури, продаж яких на вказані числа (дати) закінчена.

Призначений для турагентів. SPO (СПО) – спеціальна пропозиція оператора; розсилка туроператора із зазначенням інформації про конкретний тур з привабливою ціною.

Ануляція – скасування туристичної поїздки, відмова від заявлених та підтверджених умов туру, що супроводжується штрафними санкціями на ініціатора відмови.

РЕКОМЕНДОВАНІ ЛІТЕРАТУРНІ ДЖЕРЕЛА ТА ЗАКОНОДАВЧО-НОРМАТИВНИХ АКТІВ

1. Kyryliuk I., Shapoval V., Povorozniuk I., Herasymenko T., Lytvyn O. Tourism during pandemic of Covid-19: analysis of the situation and ways out of the crisis. Proceedings of the 36th International Business Information Management Association (IBIMA), 4-5 November 2020, Granada, Spain. P.8888-8897. <https://ibima.org/accepted-paper/tourismduring-pandemic-of-covid-19-analysis-of-the-situation-and-ways-out-of-the-crisis/>
2. UNWTO Tourism Definitions. UNWTO, Madrid, 2019. 55p. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
3. Кирилук І.М., Чвортко Л.А. Безпекові аспекти розвитку туризму в умовах пандемії COVID-19. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2021. Вип 17. Т.2. С. 178–189. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.2.17.178-189>
4. Козловський Є. В., Булгакова Н. В. Законодавче забезпечення туристичної діяльності в іноземних державах. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2017. 4. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1061>
5. Литвин, О. (2022). Міжнародний туризм в сучасних умовах кризи і соціально-економічних потрясінь. *Економіка та суспільство*, (40). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-17>
6. Макогін З. Я. Міжнародний туризм : навч. посіб. / Центр. спілка спожив. т-в України, Львів. торг.-екон. ун-т. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2018. 395 с.
7. Подлепіна П. О. Міжнародний туризм, як рушійна сила економічного поступу країн, що розвиваються. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. 4. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2018/2018_4/jrn/pdf/52.pdf
8. Разінькова М. Ю. Міжнародний туризм і його вплив на розвиток міжнародної економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 3. С. 32–36. DOI: [10.32702/2306-6814.2020.3.32](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2020.3.32)
9. Шишпанова Н.О. Страхування як напрям гарантування економічної безпеки туристичного бізнесу. *Modern Economics*, №32. 2022. С.98-103. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V32\(2022\)-13](https://doi.org/10.31521/modecon.V32(2022)-13). URL : <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/11749>
10. Щербакова Н. О. Стан туристичної галузі України та процес її відтворення в післявоєнний період. *Економіка та суспільство*. № 39 (2022). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/39>
11. Юрченко С. О. Міжнародний туризм : навч. посіб. для студентів спец. «Туризмознавство», «Міжнародні економічні відносини». Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. - Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2016. - 327 с.

Інформаційні ресурси:

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Закон України про туризм від 15.09.1995 № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#>
3. Офіційний сайт Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC). URL: www.wttc.org
4. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: www.unwto.org
5. Сайт державного агентства з розвитку туризму. URL: www.tourism.gov.ua.
6. Туристична статистика України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2021-roci-v-ukrayini-naybilshe-vitrachali-groshey-turisti-z-oae>

Навчальне видання

Міжнародний туризм

Конспект лекцій

Укладач

Шишпанова Наталія Олександрівна

Формат 60x84 1/16 Ум. друк. арк. 4,25

Тираж 30 прим. Зам. № _____

Надруковано у видавничому відділі

Миколаївського національного аграрного університету.

54020 м. Миколаїв, вул. Георгія Гонгадзе, 9

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 490 від 20.02.2013 р.