



В. В. Джинджоян, Н. А. Горожанкіна,
І. Л. Сазонець, М. В. Корнеєв, К. М. Горб

ОСНОВИ ТУРИЗМОЗНАВСТВА ТА РЕКРЕАЛОГІЇ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

*2-ге видання,
розширене та доповнене*



Київ — 2026

УДК 338.48:379.85(075.8)

О-75

*Рекомендовано до друку
Вченою радою Університету митної справи та фінансів
(протокол №9 від 23.02.2026 року)*

Рецензенти:

Торяник Володимир Миколайович — д.політ.н., проф., професор кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Дніпровського гуманітарного університету;

Суматохіна Ірина Миколаївна — к.геогр.н., доц., доцент кафедри географії Дніпровського національного університету ім. Олеся Гончара;

Коротун Сергій Ігорович — к.геогр.н., доц., завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Національного університету водного господарства та природокористування (м. Рівне).

О-75 **Основи туризмознавства та рекреаології:** навчальний посібник: 2-ге видання, розширене та доповнене / Джинджоян В. В., Горожанкіна Н. А., Сазонець І. Л., Корнєєв М. В., Горб К. М. Київ: Вид-во «SBA Print», 2026. 214 с.

ISBN 978-617-8829-79-7

Розглянуто питання щодо різноманіття туризму та рекреаології як унікальних соціальних явищ і соціального інституту, місця та ролі туризмознавства та рекреаології як концептуального розуміння цивілізаційної природи, ціннісної і смислової основи, культурного значення, а також економічного, правового, етико-психологічного, освітнього, педагогічного та інших сутнісно-функціональних аспектів людського життя. Наведені матеріали ґрунтовно розкривають теоретичні основи та практичний інструментарій функціонування індустрії туризму з урахуванням національного та світового досвіду. Уміщені основні поняття туризмознавства та рекреаології, питання для оцінювання рівня засвоєння матеріалу, словник туристичних термінів, додатки та список рекомендованої літератури.

Призначено для викладачів, молодих вчених, здобувачів вищої освіти, слухачів шкіл бізнесу та масового читача.

УДК 338.48:379.85(075.8)

ISBN 978-617-8829-79-7

© Джинджоян В.В., Горожанкіна Н.А.,
Сазонець І.Л., Корнєєв М.В., Горб К.М., , 2026.
© Видавництво «SBA Print,» 2026.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
ЧАСТИНА I. ОСНОВИ ТУРИЗМОЗНАВСТВА	7
ТЕМА 1. СУТНІСТЬ, ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ОСНОВНІ КАТЕГОРІЇ ТУРИЗМУ	7
1.1. Туризм як суспільне явище	7
1.2. Сутність, критерії та функції туризму	10
1.3. Класифікації в туризмі	13
1.4. Суб'єкти туризму. Турпродукт і турпослуга	19
1.5. Фактори впливу на туризм	21
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	26
ТЕМА 2. ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ ТА ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ ..	27
2.1. Виробники туристичних послуг	27
2.2. Транспортні підприємства, засоби розміщення, об'єкти громадського харчування та розваг	28
2.3. Структура туру. Система маршрутів	42
2.4. Характеристики та структура туристичного продукту	45
2.5. Додаткові туристично-екскурсійні послуги	52
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	53
ТЕМА 3. СВІТОВА І НАЦІОНАЛЬНА ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА. МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИЗМУ	54
3.1. Туристична політика: визначення та значення	54
3.2. Інтеграційні та глобалізаційні процеси в туризмі	55
3.3. Управління туризмом в Україні: структура управління, установи та організації	57
3.4. Механізм регулювання туристичної діяльності	61
3.5. Забезпечення безпеки життя та здоров'я туристів	64
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	70
ТЕМА 4. ПОРЯДОК ЛІЦЕНЗУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СЕРТИФІКАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	71
4.1. Ліцензування в туризмі	71
4.2. Сертифікація та стандартизація в туризмі	72
4.3. Порядок надання туристичних послуг. Правила проведення екскурсійної діяльності	73
4.4. Ліцензування та сертифікація транспортних перевезень	75
4.5. Категорії закладів готельного та ресторанного господарства	76
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	76

ЧАСТИНА II. ОСНОВИ РЕКРЕАЛОГІЇ	77
ТЕМА 5. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕКРЕАЛОГІЇ	77
5.1. Рекреалогія як наука	77
5.2. Підходи до вивчення рекреалогії	81
5.3. Фактори формування рекреалогії.....	82
5.4. Етапи розвитку рекреалогії.....	83
5.5. Основні категорії рекреалогії	84
5.6. Концепції рекреалогії	89
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	<i>97</i>
ТЕМА 6. РЕКРЕАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ	98
6.1. Види рекреаційної діяльності	98
6.2. Рекреаційні заняття	102
6.3. Цикли рекреаційних занять.....	105
6.4. Рекреаційні потреби.....	106
6.5. Сутність і характеристика рекреаційного попиту	108
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	<i>108</i>
ТЕМА 7. РЕКРЕАЦІЙНА СИСТЕМА ЯК ОБ'ЄКТ ВИВЧЕННЯ РЕКРЕАЛОГІЇ	110
7.1. Поняття рекреаційної системи	110
7.2. Закономірності та принципи розвитку рекреаційної системи	111
7.3. Функції рекреаційної системи	115
7.4. Територіальний рекреаційний комплекс як основа функціонування рекреаційного господарства на певній території.....	116
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	<i>121</i>
ТЕМА 8. РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ ТА РЕКРЕАЦІЙНЕ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ	123
8.1. Природні рекреаційні ресурси.....	123
8.2. Історико–культурні рекреаційні ресурси	131
8.3. Інфраструктурні рекреаційні ресурси.....	135
8.4. Методологія оцінки рекреаційних ресурсів	143
8.5. Рекреаційне природокористування й охорона природи	145
<i>Завдання для самостійного контролю</i>	<i>150</i>
ПИТАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ	151
ПІСЛЯМОВА.....	154
СЛОВНИК ТУРИСТИЧНИХ ТЕРМІНІВ.....	155
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	165
ДОДАТКИ.....	169

ПЕРЕДМОВА

Сучасний туризм дуже відрізняється від своїх попередників: подорожі далекого минулого і перші туристичні подорожі (в сучасному розумінні цього слова). Те, що колись було елітарною формою розваг для невеликої групи заможних людей, спочатку організованою невеликою групою ентузіастів–аматорів, поступово перетворилося на величезну індустрію з десятками мільйонів професіоналів, які обслуговують сотні мільйонів споживачів по всьому світу. Діяльність обраних стала масовим явищем, настільки масовим і всеохоплюючим, що перетворилася на соціальний феномен. Для більшості людей туризм є звичайною частиною життя, а для багатьох – способом життя.

Сьогодні в більшості країн світу туристичний сектор відіграє важливу роль у розвитку національних економік, оскільки здатен забезпечити робочі місця економічного, соціального та гуманітарного характеру і створити умови для прискореного зростання суміжних галузей. Внаслідок глобалізації світової економіки, просторової дифузії інновацій, поступової інтеграції туристичних ринків, залучення туризму в єдиний відтворювальний процес, що характеризується поглибленням міжнародного поділу праці, інтернаціоналізацією капіталу та впровадженням єдиних стандартів і технологій обслуговування, національний ринок туристичних послуг стрімко розвивається, а туристична діяльність переоцінюється у світлі її довгострокового економічного та соціального впливу.

Друге видання цього навчального посібника є розширеною версією попереднього видання «Основи туризмознавства» з додаванням розділу «Основи рекреації». У навчальному посібнику розглядається багатогранність туризму як унікального суспільного явища та соціального інституту, місце і роль туризму та дозвілля як цивілізаційного, ціннісного, смислового, культурного явища, а також коло питань, пов'язаних з концептуальним осмисленням економічних, правових, етичних, моральних, літературознавчих, психологічних, освітніх та інших фундаментальних і функціональних аспектів людської життєдіяльності. Ці курси поглиблено вивчають теоретичні засади та практичні інструменти туристичної діяльності з урахуванням національного та міжнародного досвіду. Вони містять ключові поняття дисципліни, питання для оцінювання поточного та підсумкового рівнів засвоєння матеріалу, глосарій туристичних термінів, додатки та список рекомендованої літератури.

Метою даного навчального посібника є ознайомлення з основними поняттями та визначеннями туризму та дозвілля, історією туризму, сучасним рівнем його розвитку.

Автори висловлюють подяку рецензентам навчального посібника за всебічний аналіз теоретичних, практичних і методичних питань та цінні рекомендації: Володимирі Торянику, доктору політичних наук, професору, професору кафедри туристичного та готельно–ресторанного бізнесу Дніпровського гуманітарного університету; Ірині Суматохіної, кандидату географічних наук, доценту, доценту кафедри географії Дніпровського

національного університету імені Олеся Гончара; Сергію Коротуну, кандидату географічних наук, доценту, завідувачу кафедри туризму та готельно-ресторанного Національного університету водного господарства та природокористування, президенту Рівненського відділення Українського географічного товариства. Особлива подяка Л.Алексенко, В.Бабрицькій, Т. Божук, З.Бойко, В.Прич, Т.Дворова, О.Любіцевій, О.Любжчик, М.Мальській, Г.Михайличенко, В.Редько, Т.Сокол, Н. Тейлор, В. Торяник, Л.Остеменко, В.Федорченко, Ж.Холлоуей, В.Худо, які надихнули авторів навчального посібника на розробку змісту та наповнення навчального посібника.

Сподіваємося, що навчальний посібник буде корисним для фахівців, науковців та здобувачів вищої освіти, які цікавляться сферою послуг, менеджментом, регіональною та глобальною економікою.

ЧАСТИНА I.

ОСНОВИ ТУРИЗМОЗНАВСТВА

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ ТУРИЗМУ ТА ЙОГО ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

План:

- 1.1. Туризм як суспільне явище
- 1.2. Сутність, критерії та функції туризму
- 1.3. Класифікації в туризмі
- 1.4. Суб'єкти туризму. Турпродукт і турпослуга
- 1.5. Фактори впливу на туризм

1.1. Етапи розвитку світового туризму

У 21 столітті необхідно розглянути крізь призму часу, як розгорталися історичні процеси зародження, становлення, розвитку та формування туризму. Всю відому історію розвитку туризму можна умовно поділити на *чотири основні етапи* (див. табл. 1.1):

- від античності до 1841 року – перший етап розвитку туризму;
- з 1841 до 1914 року – етап розвитку організованого туризму;
- з 1914 по 1945 рік – розвиток туристичної індустрії;
- від 1945 року до наших днів – етап масового туризму та глобалізації туристичної індустрії.

Зрозуміло, що прабадьком сучасної туристичної подорожі, як ми її розуміємо сьогодні, була будь-яка *подорож*, яку здійснювали наші предки.

Основними факторами, які спонукали наших предків до подорожей, були:

- потреба у відкритті нових територій та видів діяльності;
- людська допитливість;
- бажання досліджувати навколишній світ.

Основними *мотивами* для подорожей у стародавньому світі були:

- торгівля;
- завоювання нових територій;
- паломництво;
- пізнавальні потреби;
- медична допомога;
- розваги.

Манільська декларація.

У 1980 році 107 національних делегацій і 91 делегація спостерігачів взяли участь у Всесвітній туристичній конференції, скликаній Всесвітньою туристичною організацією для з'ясування справжньої природи туризму в усіх його аспектах і його ролі в динамічному і мінливому світі. Всесвітня туристична конференція, що проходила в Манілі, Філіппіни, з 27 вересня по 10

жовтня 1980 року, прийняла Манільську декларацію зі світового туризму, що складається з 25 пунктів.

Таблиця 1.1 – Етапи розвитку світового туризму

Назва етапу	Період дії етапу	Характерні риси етапу
Початковий етап туризму	З найдавніших часів до 1841 року	Розвиток торгівлі Розвиток різних релігій Розвиток культури і мистецтва Пізнання людиною природи Збільшення частки вільного часу в суспільстві
Етап становлення організованого туризму	З 1841 до 1914 року	Поява перших туристичних організацій Розвиток науково-технічного прогресу Туризм формується як окремий елітний вид відпочинку Створюється туристична інфраструктура З'являються перші туристичні кадри Створюються нові туристичні центри, курорти, розвивались старі
Формування індустрії туризму	З 1914 до 1945 року	Туризм як галузь економіки вже існує Швидко формується туристична індустрія З'являються державні та міжнародні туристичні організації; що свідчить про вихід туризму на державний та міжнародний рівні Офіційно встановлюється відпустки для працюючих, що дозволяє здійснювати подорожі людям, зайнятим на виробництві Розширюється географія туристичних подорожей
Етап масового туризму та глобалізації туристичної індустрії	З 1945 року до наших часів	Значне зростання добробуту населення Збільшення частки вільного часу На державному рівні встановлені обов'язкові оплачувані відпустки для працюючих Активно функціонує та розвивається туристична індустрія Туризм стає головною галуззю економіки багатьох країн Створені та функціонують

Документ визнає туризм як вид діяльності, що відіграє важливу роль у житті людей, як основний сектор глобальної економічної діяльності, як позитивний і тривалий фактор, що сприяє взаємному пізнанню і розумінню, а також як основу для досягнення більш високого рівня поваги і довіри між усіма народами світу. У зв'язку з цим у Декларації зазначається, що суспільство зобов'язане забезпечити своїм громадянам справжній, ефективний і недискримінаційний доступ до туризму і, що міжнародне співробітництво в галузі туризму повинно здійснюватися на основі поваги до індивідуальних особливостей народів і фундаментальних інтересів держав. Ці тези визначають принципи розвитку іноземного (в'їзного та виїзного) та внутрішнього туризму.

Мета: визначити сучасну сутність туризму, окреслити роль туризму в динамічному і мінливому світі та розглянути відповідальність держав за розвиток туризму. На конференції були розглянуті нові концепції туризму (насамперед як форми відпочинку, дозвілля, подорожей і пересування людей з будь-якою метою, а не тільки як прибуткової галузі економіки), нові принципи і основні напрямки розвитку.

Конференція прийняла Манільську декларацію зі світового туризму, яка визначає туризм як важливий вид діяльності, що впливає на соціальне, культурне, освітнє та економічне життя країн і має гуманітарний характер.

Декларація приділяє особливу увагу розвитку внутрішнього, соціального та молодіжного туризму. У ній підкреслюється, що внутрішній туризм сприяє більш збалансованій національній економіці, соціальний туризм має бути суспільною метою для малозабезпечених громадян, а молодіжний туризм потребує особливої уваги та максимальних можливостей і підгв для цієї групи громадян.

У декларації зазначається, що держави повинні заохочувати створення кращих умов праці для працівників сфери туризму, вивчати перешкоди на шляху розвитку туризму і вживати необхідних заходів для їх усунення. Визнається провідна і координуюча роль Всесвітньої туристичної організації в міжнародному туристичному співробітництві.

Сучасний туризм дуже відрізняється від своїх попередників – подорожей далекого минулого і перших туристичних мандрівок (у сучасному розумінні). Те, що колись було елітною формою відпочинку для невеликої групи заможних людей, спочатку організованою невеликою групою ентузіастів–аматорів, поступово перетворилося на величезну індустрію з десятками мільйонів професіоналів, які обслуговують сотні мільйонів споживачів у всьому світі. Таким чином, те, що колись було елітарною діяльністю, стало масовим явищем. Настільки масовим і повсюдним, що перетворилося на соціальний феномен. Для значної частини людства туризм став звичайною частиною життя, а для багатьох – нормою. Зі світового населення, що становить понад 7 мільярдів, понад 1 мільярд людей безпосередньо пов'язані з туризмом. Близько 1 мільярда міжнародних туристів і 266 мільйонів внутрішніх туристів працюють у туристичному секторі (кожне 11–те робоче місце у світі), надаючи всілякі послуги мандрівникам. Якщо врахувати внутрішніх туристів, то кількість людей, які працюють у сфері туризму, буде набагато більшою. Адже щороку туристи здійснюють близько 5–6 мільярдів поїздок у межах власної країни.

Слід також зазначити, що люди не завжди включаються в туристичну статистику. З кожним роком все більше людей з усього світу приєднуються до категорії туристів. Тому кількість людей, які називають себе туристами або працевлаштовані через туризм, набагато більша, ніж офіційна статистика.

Ще одна особливість туризму, яка свідчить про його соціальну важливість, – це його віковий агностицизм. Діти, підлітки, дорослі та люди похилого віку беруть участь у туризмі. Соціальний статус людини не впливає на можливість участі в туристичній подорожі. Так само не перешкоджають туризму погане здоров'я, фізичні вади, коротка відпустка, брак грошей або,

навпаки, високі доходи і, як наслідок, надмірні вимоги до комфорту. Все це не має великого значення, оскільки сучасний туристичний ринок дуже чутливо реагує на потреби споживачів і готовий задовольнити будь-яке бажання і навіть примху потенційних туристів.

Таким чином, туризм охоплює широкий спектр суспільства. Водночас туризм застосовує високоіндивідуалізований підхід до кожного потенційного клієнта. Однак специфіка туризму полягає не лише в його включеності в соціальні процеси. Більш важливою є унікальна різноманітність туризму, яка значною мірою сприяє його надзвичайній популярності та стрімкому розвитку. Більше того, ця різноманітність очевидна для всіх, хто так чи інакше залучений до туризму.

Для туристів туризм є способом задоволення їхніх найважливіших потреб і реалізації права людини на відпочинок та релаксацію. Досить сказати, що сучасний міжнародний турист в першу чергу подорожує заради дозвілля, релаксації та відпочинку. Не менш важливим є те, що туризм сприяє задоволенню таких людських потреб і прав, як свобода пересування – в межах країни та з однієї країни в іншу. Туризм також сприяє задоволенню духовних потреб туристів, таких як пізнання світу та самовдосконалення.

Для тих, хто працює в сфері туризму, туризм – це, перш за все, засіб реалізації права людини на працю, а також професія і прибуткова діяльність в сучасних ринкових умовах. Для держави туризм – це форма міжнародних відносин, яка сприяє розвитку політичних і культурних зв'язків. Це також економічна діяльність і потужний сектор економіки. Отже, туризм є предметом адміністративного управління для державних службовців. Водночас, туризм є предметом дослідження для науковців з різних дисциплін.

1.2 Сутність, критерії та функції туризму

Основні підходи до визначення сутності туризму ґрунтуються на мобільному характері туризму, роді занять або меті подорожі, тривалості подорожі та організаційних принципах.

Таким чином, туризм розглядається як:

- форма тимчасової міграції, що має переважно сезонний характер;
- елемент дозвілля, активна форма відпочинку, розваг, зміцнення здоров'я, пізнання природи, культури та побуту жителів інших регіонів тощо;
- форма виховання фізичних і розумових здібностей людини через поширення набутих під час подорожі знань з місцевої та національної історії, географії та культури; розвиток системи рухової активності, загальної фізичної підготовки, знань, умінь і навичок виживання в природних умовах та подолання природних перешкод тощо;
- вид міжнародних відносин, «що здійснюються на основі міжнародних договорів з урахуванням чинних міжнародних норм»;
- вид економічної діяльності, спрямований на задоволення потреб подорожуючих в умовах безпеки та комфорту для проведення дозвілля за межами місця постійного проживання;

– сектор економіки, складова світового ринку послуг, розвиток якого базується на певному типі споживання.

Туризм пройшов шлях від стихійного явища до організованої діяльності та однієї з найкращих форм дозвілля, доступної для більшості населення розвинених країн. Сьогодні поняття туризму, згідно з чинним законодавством, визначається наступним чином.

Туризм – це туристична подорож, що здійснюється з метою відпочинку за межами основного місця проживання на термін більше одного дня, але не більше одного року, без права зайняття оплачуваною діяльністю та без зобов'язання про зворотне повернення до основного місця проживання, з метою повернення в зазначений термін до основного місця проживання в рекреаційних, оздоровчих, пізнавальних чи інших цілях.

Еволюція поняття «туризм» відповідає еволюції соціальних функцій, які виконує туризм. Це призвело до появи цілої низки тлумачень цього поняття, які зосереджуються, головним чином, на його визначенні:

- соціально–економічна сутність;
- соціально–економічний статус у міжнародних правових відносинах;
- статистичний розрахунок різних етапів соціально–економічного розвитку суспільства.

Туризм – це історично сформоване соціально–економічне явище, що складається з самодіяльної рекреаційної діяльності людини та діяльності підприємств туристичної індустрії з організації подорожей і споживання туристичного продукту, що визначається масовим і організованим процесом узгодження попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг.

Найбільш загальне визначення туризму було запропоновано фахівцями В. Хунзікером та К. Крапфом з Бернського університету (Німеччина).

Крапф з Бернського університету (Швейцарія): «Туризм – це сукупність явищ і відносин, що виникають у результаті подорожей людей, за умови, що вони не призводять до постійного перебування в певному місці і не пов'язані з отриманням прибутку».

Турист – це особа, яка здійснює подорож в межах України або в іншу країну з метою перебування від 24 годин до одного року, без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності, із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін, що не забороняється законодавством країни.

Закон України «Про туризм» визначає, що «туризм – це тимчасовий виїзд особи з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно–ділових, комерційних та інших цілях, без зайняття оплачуваною діяльністю в місці перебування», а «турист – це особа, яка здійснює подорож в межах України або до іншої країни, з перебуванням, не забороненим законодавством країни перебування, на термін від 24 годин до одного року, без здійснення оплачуваної діяльності, із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін».

Виходячи з цього, можна виділити чотири концептуальні характеристики (критерії) туризму:

– *тимчасова* – мобільність, обмежена певним періодом часу, від 24 годин до півроку або року;

– *просторова* – просторове переміщення громадян з постійного місця проживання (або країни) в місце (або країну), що не є місцем їх постійного проживання;

– *цільова (мотиваційна)* – у туризмі громадяни подорожують з чітко визначеною метою;

– *діяльність* – виключає можливість оплачуваної зайнятості за рахунок місцевого бюджету в місці тимчасового перебування.

Ці критерії дають змогу не лише визначити сферу туризму, а й провести межу між туризмом та іншими видами діяльності, такими як рекреація, подорожі, дозвілля та міграція. Однак, якщо питання про зв'язок між подорожами і туризмом можна вважати вирішеним, то питання про зв'язок між рекреацією і туризмом все ще потребує вирішення і застосування інноваційних підходів та інших критеріїв.

Враховуючи тривалий і досить складний процес розвитку туризму, його подвійний зміст і зростаючу роль у міжнародних відносинах, туризм виконує низку функцій у сучасному суспільстві. Однак, перш за все, слід підкреслити, що роль туризму в сучасному суспільстві зростає, а його функції урізноманітнюються.

Туризм є багатофункціональним явищем. До основних функцій туризму належать рекреаційна (відпочинок, оздоровлення та реабілітація), медична, соціальна, культурна, екологічна, економічна, освітня, спортивна, релігійна та інші функції:

– *рекреаційна функція* пов'язана із задоволенням фізичних і духовних потреб у відпочинку;

– *функція зміцнення здоров'я* пов'язана з покращенням здоров'я в результаті туристичних подорожей та відвідування санаторіїв;

– *атракційна функція* являє собою сукупність впливів і дій, спрямованих на формування розвитку людини (туриста) під час туристичної подорожі;

– *економічна функція* впливає з того, що туризм є фактором економічного розвитку туристичних та рекреаційних територій зокрема;

– *освітня функція* (наприклад, пізнавальна та виховна) пов'язана з пізнанням світу та набуттям досвіду;

– *природоохоронна функція* впливає з охорони об'єктів природної спадщини для розвитку туризму (наприклад, національних парків) та розвитку екологічної свідомості серед туристів;

– *політична функція*, наприклад, це формування іміджу країни за кордоном;

– *урбаністична функція* є результатом процесу туристичної урбанізації та розвитку міст;

– *етнічна функція* супроводжує приїзд людей (мігрантів або їхніх нащадків) на батьківщину предків.

У статистиці туризм можна розуміти як форму міграції населення, не пов'язану зі зміною місця проживання або роду занять. Потреба в його

визначенні виникла в першій половині 20-го століття у зв'язку з повсюдним збільшенням туристичних потоків, зростанням економічного значення туризму і, як наслідок, спробами статистичного обліку мандрівників.

Запропоноване визначення дозволило точніше визначити ту частину подорожуючих, яка є об'єктом статистичних досліджень у сфері туризму. У заключних документах Оттавської конференції та технічних посібниках, опублікованих Всесвітньою туристичною організацією (ЮНВТО), турист визначається як відвідувач. Рекомендується використовувати це поняття як основне в статистиці туризму. Крім туристів, це поняття також включає відвідувачів зі спільними характеристиками. Відмінності між ними не впливають на суть явища, тому туристичні поїздки все частіше розглядаються як окремі випадок туризму і включаються в статистику туризму.

Існують три основні характеристики, які дозволяють класифікувати туристів і відвідувачів як відвідувачів, одночасно відрізняючи їх від інших мандрівників: подорож за межі звичайного середовища, тривалість перебування в місці призначення і мета поїздки.

Подорож за межі звичайного середовища є першим критерієм класифікації мандрівників. Термін «звичайне середовище» було введено на Оттавській конференції, щоб виключити з числа відвідувачів тих, хто щодня їздить з дому на роботу (навчання) і назад. Вони не залишають свого звичного середовища і не вважаються туристами.

У рекомендаціях ЮНВТО зі статистики туризму критерій звичайного середовища характеризується двома показниками: частотою відвідування місця призначення та відстанню.

Тривалість перебування є другим критерієм статистичної класифікації відвідувачів. Він був запроваджений, коли була розроблена концепція резидентства, і дозволяє відрізнити туристів і відпочиваючих від резидентів. Тривалість перебування обмежена 12 місяцями, після чого відвідувач стає постійним резидентом і не включається до статистики туризму. Якщо особа повертається до попереднього місця проживання з короткостроковим візитом (наприклад, для відвідування родичів та друзів), вона реєструється як відвідувач даної місцевості.

Мета (мотивація) поїздки є третьою характеристикою відвідувачів. На відміну від інших мандрівників, їхньою мотивацією є туристичні мотиви, які в офіційних документах та науковій літературі трактуються дуже широко. Для полегшення статистичного підрахунку відвідувачів ЮНВТО запропонувала класифікувати цілі туристів за кількома категоріями: дозвілля, відпочинок і релаксація; відвідування родичів і друзів; ділові та професійні цілі (відвідування ділових зустрічей, конференцій, конгресів тощо); лікування; поклоніння релігійним святиням (паломництво); інші туристичні цілі.

1.3 Класифікація туризму

Класифікація туризму має велике практичне значення. Вона дає можливість:

- визначати попит і формувати туристичний ринок;
- вирішувати проблеми територіальної організації;
- планувати розвиток матеріальної бази;
- розробляти та просувати на ринок туристичні продукти.

Класифікація в туризмі передбачає поділ кожного виду туризму за основним показником – критерієм.

Як правило, всі види туризму взаємопов'язані між собою і чітко розмежувати їх практично неможливо. Завдання туристичних компаній – запропонувати клієнту максимальну можливість поєднання різних видів туризму в одній подорожі, задовольняючи таким чином різні мотивації.

Критерій поділу туристичних подорожей за основною метою є дуже важливим, оскільки мета подорожі має найбільший вплив на планування подорожі, вибір маршруту і, відповідно, на організацію туристичного обслуговування.

У туриста може бути кілька цілей подорожі, але одна з них буде головною і домінуючою, яка визначає вид туризму. Дуже важко чітко і однозначно розділити всі туристичні напрямки на окремі типи, тому в світі не існує єдиної класифікації. Ті, що зустрічаються в літературі, різняться в більшій чи меншій мірі, але в цілому збігаються.

Отже, залежно від *мети подорожі* можна виділити наступні види туризму:

- пізнавальний (експедиційний) – подорож з метою ознайомлення з природними, історичними та культурними пам'ятками, музеями, театрами, побутом і традиціями народу тієї чи іншої країни;

- рекреаційний – подорож з метою відновлення сил, яку часто називають оздоровчою подорожжю;

- подорожі з метою відпочинку – подорожі, що здійснюються для задоволення та релаксації;

- релігійний – поїздки з метою відвідування релігійних центрів і святинь (оскільки цей вид туризму пов'язаний з певними характеристиками організації, він також є спеціалізованим);

- освітній – поїздки з освітніми цілями, зараз вважається спеціалізованим видом туризму;

- етнічний туризм – подорожі з метою відвідування родичів та могил предків;

- екзотичний туризм – пов'язаний з відвідуванням екзотичних природних територій та місць проживання народів з нетиповими для туристів культурою та способом життя;

- екстремальний туризм – подорожі з метою пошуку гострих відчуттів. Елементи екстремального туризму можуть включати такі види туризму, як альпінізм, спортивний, пригодницький туризм, спелеотуризм, гірськолижний, сафари тощо;

- подієвий туризм – подорожі з метою відвідування певних подій, таких як фестивалі, карнавали, спортивні змагання або інші заходи;

– гірський туризм – подорожі в гірські райони. Вважається різновидом екстремального спортивного туризму;

– пригодницький туризм передбачає не лише перебування в незвичній місцевості, а й участь у незвичних видах діяльності, таких як полювання, подолання перешкод, риболовля, вітрильний спорт тощо.

Залежно від тривалості подорожі:

– тури вихідного дня, зазвичай у вихідні та святкові дні, тривалістю не більше 2–3 днів;

– поїздки середньої тривалості, тривалістю від одного тижня до одного місяця, є найбільш популярними серед туристів;

– довгострокові поїздки – до 6 місяців (зазвичай це освітні, паломницькі або лікувальні поїздки).

Залежно від способу та виду транспорту:

– піші – вся подорож здійснюється пішки;

– верхи на конях – подорож відбувається за допомогою коней;

– на лижах – туристи проходять більшу частину маршруту на лижах за допомогою коней, собак та оленів;

– велосипедні – основними засобами пересування є велосипеди, моторолери та мотоцикли; ці транспортні засоби використовуються у вихідні та святкові дні в багатьох країнах світу;

– автотуризм – це подорожі автомобілем. Цей вид туризму характеризується високим ступенем мобільності та відносною свободою пересування. Розвиток автотуризму призвів до значних змін у проєктуванні засобів розміщення туристів і до створення специфічних видів послуг – мотелів, кемпінгів, придорожніх магазинів і ресторанів;

– повітряний туризм полягає в тому, що більшу частину маршруту турист подорожує повітряним транспортом. Основною перевагою використання повітряного транспорту для організації туризму є висока швидкість пересування, що дозволяє долати великі відстані за короткий час. Для країн, віддалених від основних туристичних зон, характерне абсолютне домінування повітряного транспорту в пасажирських перевезеннях. Наприклад, на Австралію припадає 99,5% туристичних авіаперевезень, на Нову Зеландію – 98,6%, на Японію – 97,5%;

– залізничний транспорт активно розвивався в 19 столітті і є одним з найдешевших і найбезпечніших видів транспорту, і ці переваги зберігаються і сьогодні. Перспективи розвитку цього виду подорожей відображаються в розробці більш спеціалізованих і комфортабельних вагонів туристичних поїздів;

– морський (річковий) туризм – це подорожі водою. Річковий і морський туризм пропонують різні можливості. У той час як круїзний туризм (також відомий як нішевий туризм) активно розвивається. Для його подальшого розвитку створена потужна індустрія, річкові круїзи є менш популярною формою туризму у світі. Популярність круїзів можна пояснити тим, що в одній подорожі турист може досягти кількох цілей, наприклад, поєднати відпочинок, екскурсії, експедиції, екстремальні ситуації тощо. Круїз – це, як правило,

круговий маршрут, де, крім транспортних послуг, туристу пропонують проживання, харчування, музику, фільми, басейни, спортзали, ковзанки і казино;

– екскурсії на повітряній кулі слідує за фіксованим маршрутом і розкладом, як правило, на невеликі відстані.

За порогом року розрізняють:

– зимовий туризм – це подорожі протягом зимового сезону;

– літній туризм – це подорожі протягом літнього сезону;

– міжсезонний туризм (восени та навесні).

У багатьох країнах світу прагнення туристичної індустрії мати єдине корисне навантаження призвело до популяризації міжсезонних подорожей. Наприклад, освітній туризм, конференції, корпоративний, пізнавальний туризм, події та етнічний туризм можуть бути організовані в міжсезоння, головним чином тому, що ціни на туристичні послуги в цей період нижчі, що робить загальну вартість більш привабливою для споживачів.

За рівнем організації:

– самодіяльний туризм – це туризм, що здійснюється туристами, які не пов'язані з туристичним агентством і самостійно розробляють свій маршрут і програму подорожі;

– організований (запланований) туризм – це подорож, яку здійснює окремий турист або група туристів за програмою, заздалегідь розробленою туристичною агенцією. Організований турист отримує необхідні туристичні послуги, які зазначені в заздалегідь придбаних турах.

За демографічним та соціальним складом учасників подорожі:

– діти;

– школярі;

– молодь;

– поїздки для людей похилого віку;

– поїздки для людей з інвалідністю;

– сімейні.

За напрямками туристичних потоків виділяють іноземні прибуття (активні), іноземні прибуття (пасивні) та внутрішній в'їзний туризм.

За принципом оплати розрізняють:

– комерційний туризм, де турист оплачує поїздку самостійно;

– соціальний туризм, який базується на частковій або повній оплаті туристичної подорожі установами чи організаціями, де турист, як правило, сплачує певний відсоток від вартості подорожі. Яскравим прикладом соціального туризму є радянська туристична організація, що діяла в рамках профспілкової структури, яка оплачувала 90–70% вартості путівок;

– інсентив-туризм – це оплата частини вартості поїздки, організованої туристичною компанією для працівника, що також може розглядатися як спосіб заохочення працівників компанії до роботи.

Спеціалізованою організацією:

– альпінізм;

– релігійний (паломництво);

- спортивний туризм;
- освітній туризм;
- оздоровчий туризм;
- подієвий туризм;
- печерний туризм;
- екологічний туризм;
- етнографічний;
- конференц–туризм;
- круїзи;
- сафарі.

Пізнавальний і діловий туризм, або *спеціалізований* туризм, охоплює групи людей, об'єднаних спільною метою або професійними інтересами. Сюди входять інженери, лікарі, вчителі, фахівці сільського господарства та інші, які подорожують за спеціальними програмами та маршрутами. Це також можуть бути туристи, які встановлюють ділові контакти, науковці та фахівці, які відвідують конференції, з'їзди, конгреси, зустрічі, семінари та наради, а також люди, які відвідують родичів у відпустці.

Точніше кажучи, спеціалізовані види туризму відрізняються від традиційних видів туризму підвищеним попитом на туроператорів і потребою в специфічних туристичних ресурсах. З огляду на вищесказане, ми можемо дати наступне визначення цього поняття: *нішевий* туризм – це система видів туризму, визначена як окремий сектор, що базується на специфічній меті подорожі, а сама подорож вимагає специфічної організації та відповідних туристичних ресурсів.

Усі відомі сьогодні види нішевого туризму можна поділити на *традиційні* та *сучасні*. До традиційних видів належать релігійний, спортивний, оздоровчий, пізнавальний та гірський туризм. Сучасні види включають екотуризм, екстремальний та етнографічний туризм, конференц–туризм та подієвий туризм, спелеотуризм та інші види туризму, кількість яких з часом зростає.

Туристичний менеджмент є основним ринковим продуктом туристичних агентств. Це набір туристичних послуг, згрупованих у певну програму, метою якої є забезпечення подорожі, що відповідає побажанням клієнта. З точки зору туристичної логістики, подорож – це організоване туристичним агентством переміщення туристів (груп або окремих осіб) за задальгідь визначеним маршрутом до певних пунктів призначення, де туристи отримують певні послуги відповідно до вартості подорожі (путівки).

Існує загальноприйнята класифікація турів, а саме їх поділ на види за наступними критеріями:

- мотивація: культурно–пізнавальні, спортивні, ділові, конференц–тури, релігійні, етнічні;
- організаційні засоби: туристичні (комплексні), комплексні (індивідуальні);
- форма організації: організована, самодіяльна;
- кількість учасників: груповий, індивідуальний;
- сезонність: цілорічний, сезонний;

– тривалість: (1–2 дні), короткостроковий (1 тиждень), середньостроковий (2–3 тижні), довгостроковий (круїз – бл. 6 місяців, 1 рік);

– клас обслуговування: VIP–тур, апартаменти, перший клас, туристичний, кемпінг;

– спектр послуг: Ночівля та сніданок (В&В, В&В), Напівпансіон, Повний пансіон, Все включено, Все включено плюс;

– схема маршруту: загальний, кільцевий, радіальний, спільний;

– транспорт: громадський транспорт, пішки, наземний (автомобіль, автобус, поїзд), водний (річка, море, океан), повітряний (літак, дирижабль), космічний;

– територія: міжнародна, місцева.

Кожен тур обов’язково включає такі складові: маршрут, програму, пакет послуг.

Існують різні види категоризації туристів. Найпоширенішими є категоризація за статтю, віком, рівнем доходу, освітою та етнічною приналежністю.

Категоризація туристів за віком. При розробці програм відпочинку туроператори повинні враховувати вікові особливості туристичних груп:

– 0–2 роки – діти грудного віку (немовлята);

– 3–8 років – діти дошкільного віку;

– 9–18 років – діти шкільного віку;

– 18–25 років – молодь та студенти;

– 26–64 роки – дорослі;

– 65 років і старші – люди похилого віку та пенсіонери.

У готелях зупиняється велика кількість молоді (школярів, студентів та спортивних команд). Це дуже активні люди і для них найголовніше – зробити свій відпочинок максимально цікавим і приємним. Саме на цю групу туристів орієнтується команда розваг при організації заходів.

Молодь можна розділити на дві вікові групи: 18–24 роки, 25–34 роки.

Ця група характеризується високою динамічністю та життєвою активністю і є найчисельнішою. Загальні тенденції в цій групі такі:

– шлюб укладається відносно пізно;

– перша дитина в сім’ї;

– перший шлюб укладається на дуже ранньому етапі створення сім’ї;

– важливість кар’єри для кожного дорослого члена сім’ї.

Всі ці фактори можна врахувати при виборі правильної роботи. Найпродуктивніший спосіб – поєднувати активне і пасивне дозвілля, роблячи його цікавим і таким, що приносить задоволення.

У низький сезон і взимку готель часто відвідують люди похилого віку та пенсіонери. Для них це найкращий час, коли сонце не таке пекуче, як влітку. Для цієї категорії туристів розважальна програма пропонує різноманітні інтелектуальні ігри та нескладні спортивні змагання. Кількість людей старшого віку (60–65 років і старше) збільшується. Цю категорію називають зрілою віковою групою, пенсіонерами, літніми людьми або «третім віком». Цей сегмент ринку слід вивчати тим, хто відповідає за розваги, оскільки він

поступово зростає і є не менш важливим, ніж інші вікові групи в сегменті туристичного ринку.

Можна виділити чотири основні підгрупи з точки зору ставлення цих вікових груп до туризму і подорожей:

- вікова група 55–64 роки;
- вікова група 65–74 роки;
- вікова група 75–84 роки;
- люди у віці 85 років і старше.

Вікова група 55–64 років характеризується високим наявним доходом, невеликими сім'ями і свободою від фінансових витрат на освіту, догляд за дітьми та утримання.

Вікова група 65–74 роки вважається активною пенсіонерською групою. Це важливий сегмент туристичного ринку.

Третю групу складають люди у віці 75–84 років. У порівнянні з першою групою, вони менш активні і подорожують не так часто.

Четверта група – люди у віці 85 років і старші.

Туристичні комплекси не бачать потенціалу цього сегменту ринку. Проте важливо знати, які розважальні програми можуть бути цікавими для цієї вікової групи.

Категоризація за етнічною приналежністю. При розробці розважальних програм для людей різних країн і національностей слід враховувати етнічну приналежність і приділяти особливу увагу національним традиціям відпочинку, щоб ненароком не образити гостей.

Категоризація за статтю. Туристам можуть бути запропоновані різні програми. Можна розробити спеціальні розважальні програми для жінок і чоловіків.

1.4 Туристична тематика. Туристичний продукт і туристична послуга

Туристичні організації, незалежно від форми власності, – це підприємства, установи та організації, а також фізичні особи, зареєстровані в порядку, встановленому чинним законодавством України, та уповноважені здійснювати діяльність, пов'язану з наданням туристичних послуг. До цієї категорії належать туристичні агентства, туроператори, туристичні комплекси, а також готелі, кемпінги, мотелі, ресторани, транспортні, культурні та спортивні заклади та інші об'єкти, що займаються прийомом, обслуговуванням та перевезенням туристів.

Існують різні підходи до визначення туристичної території, які стосуються таких питань: як визначити, який регіон обирає турист для відвідування і наскільки великий регіон розглядається як дестинація різними сегментами ринку?

Всесвітня туристична організація визначає туристичний регіон як територію, що містить розгалужену мережу спеціалізованих закладів та послуг для відпочинку, освіти чи рекреації. З цього визначення випливає, що для того,

щоб вважатися повноцінним туристичним регіоном, він повинен мати всі умови, необхідні для перебування туристів.

Як бачимо, ЮНВТО визначає туристичний регіон як місце, яке містить будь-які атракції, туристичні об'єкти та адаптовані послуги, обрані туристами або туристичними групами і продані постачальником послуг. Таким чином, туристичний регіон – це дестинація і туристичний продукт. Це узагальнене визначення можна застосувати до всіх видів подорожей. При цьому необхідно врахувати наступне:

1. Це визначення має ґрунтуватися на інтересах споживачів. Ключовим моментом є те, що географічна територія, яку обирає турист, повинна бути корисною. Часто ці регіони порушують історично встановлені політичні кордони.

2. Значення туристичного регіону для конкретного туриста залежить від його потреб і сприйняття. Для спортивного та гольф-туриста туристичний регіон може означати спортивний центр з полем для гольфу. Для іноземних туристів (наприклад, американців), які хочуть побачити всю Європу за шість днів, туристичним регіоном буде весь європейський континент.

3. Регіон як «місце з набором туристичних атракцій та пов'язаних з ними туристичних об'єктів і послуг»: туристичний продукт, що складається з набору послуг. Туристичний регіон є конкуруючою одиницею в'їзного туризму.

Термін «туристична зона» визначається як географічна територія (місце, регіон), обрана відвідувачем або туристичною індустрією як туристична дестинація. Ця територія включає всі об'єкти, необхідні для розміщення, проживання, харчування та дозвілля туристів. Залежно від досвіду, мети подорожі та віддаленості від місця проживання, турист визначає наступні критерії: проживання, місце розташування, ландшафт та екскурсії.

Туристичні організації є третім важливим елементом, який створює туристичну пропозицію в підсистемі об'єктів туризму. У туристичному секторі діють різні туристичні організації. Деякі з них надають туристичні послуги лише споживачам, тоді як для інших туризм є однією з кількох сфер їхнього бізнесу. Організації, які покладаються виключно на туризм, називаються туристичними підприємствами первинного обслуговування, тоді як ті, що отримують свій дохід не тільки від туристичної діяльності, називаються туристичними підприємствами вторинного обслуговування. Послуги, що надаються першими, обслуговують виключно туризм і є основою їхнього існування, тоді як послуги, що надаються другими, задовольняють лише частину попиту на туристичні послуги, оскільки туризм для них є лише одним з багатьох джерел існування, а їхніми послугами користуються не лише туристи.

Ця класифікація ґрунтується на таких характеристиках, як колективний попит споживачів, функціональна роль підприємств у системі туризму, а також обсяг і питома вага туристичних послуг, що надаються підприємствами.

Відповідно до Закону України «Про туризм», туристичний продукт – це попередньо визначений комплекс туристичних послуг, що поєднує не менш як дві з них, реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною та включає транспортні послуги, послуги розміщення та інші туристичні послуги,

не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги, пов'язані з організацією відвідування об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізацією сувенірної продукції тощо).

Існує три *рівні розробки туристичного продукту*:

1. Туристичний продукт призначений для задоволення мінімальних потреб туристів, які пов'язані з їхніми конкретними намірами щодо подорожі. Можна сказати, що це базовий рівень підготовки туристичного продукту, тобто він має низьку якість. Фактично продається не послуга, а можливість задовольнити потребу.

2. Власне туристичний продукт вже включає певний набір туристичних послуг за маршрутом і передбачає безпеку, економічність, комфорт, зручність, престижність і якість подорожі, що дає можливість реалізувати ідею продукту з урахуванням сучасних вимог туристичної діяльності.

3. Інші складові включають: максимальна швидкість обслуговування, широка інформаційна та рекламна діяльність, консультування клієнтів, висока якість обслуговування.

Іноді з туристичним продуктом пов'язують поняття «туристичний пакет» – основний (обов'язковий) набір послуг, пропонованих під час подорожі, індивідуально або в групах, послідовно.

Інше визначення – «круз» – подорож, що продається в певний час, за певним розкладом, з певним пакетом послуг.

Туристична послуга – послуга з тимчасового розміщення туриста в готелі, хостелі, кемпінгу або іншому місці тимчасового проживання, а також послуги з харчування, транспортного, екскурсійного, інформаційного та іншого туристичного обслуговування, у тому числі забезпечення страхування життя або здоров'я такого туриста чи його відповідальності перед третіми особами, що входять у вартість послуги з тимчасового розміщення туриста або у вартість туристичної путівки.

Туристична послуга – це не що інше, як корисна (утилітарна) діяльність туристичного агентства, спрямована на задоволення потреб туриста. Оскільки туристичні послуги, як правило, не надаються в одиничній кількості, правомірно говорити про туристичний продукт як про пакет туристичних послуг. Лише придбавши цей пакет, турист набуває право на здійснення подорожі.

1.5 Фактори, що впливають на туризм

Зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на туризм.

Основні фактори, що впливають на розвиток туризму, поділяються на статичні та динамічні.

Статичні фактори – це сукупність природно-географічних факторів, що мають фіксоване значення. Людина просто пристосовує їх до потреб туристів і робить більш доступними.

До динамічних факторів відносяться: демографічні, соціальні, економічні, логістичні та політичні фактори, які можуть мати різні оціночні судження і значення, що змінюються в часі і просторі.

На додаток до вищезазначених, фактори, що впливають на розвиток туризму, включають зовнішні (екзогенні) фактори та внутрішні фактори (ендогенні).

Зовнішні фактори впливають на туризм через:

- демографічні та соціальні зміни;
- економічний та фінансовий розвиток;
- зміни в політичній та правовій організації;
- технологічні зміни;
- розвиток торгівлі;
- транспортну інфраструктуру;
- безпеку подорожей.

Демографічні та соціальні фактори:

- старіння населення;
- збільшення кількості працюючих жінок та доходів домогосподарств;
- збільшення кількості бездітних пар серед населення;
- тенденція до більш пізнього вступу в шлюб;
- зменшення міграції;
- підвищення обізнаності про можливості туризму.

Економічні та фінансові фактори:

- покращення (погіршення) економічної та фінансової ситуації;
- збільшення (зменшення) доходів на одиницю населення;
- збільшення (зменшення) в туристичній діяльності частки доходів, що виділяються на відпочинок;
- збільшення або зменшення частки державних ресурсів, що виділяються на покриття витрат на туризм та розвиток подорожей.

Внутрішні фактори – це переважно ринкові фактори:

- тенденції попиту та пропозиції;
- сегментація ринку, на якому розробляється туристичний продукт;
- власне маркетинг;
- приватний туристичний сектор;
- людський фактор.

Характеристика сучасних ринкових факторів:

- попит став постійною потребою, а не привілеєм;
- більше уваги приділяється індивідуальному туризму;
- зростає частка відпусток, особливо за кордоном.

Вищезазначені фактори, в свою чергу, поділяються на інтенсивні, посилюючі та обмежуючі (негативні) фактори.

До інтенсивних факторів належать:

- збільшення чисельності працівників;
- збільшення кількості залучених в обіг матеріальних ресурсів;
- будівництво нових туристичних об'єктів, технічний рівень яких не поступається існуючим.

Інтенсифікуючі фактори:

– підготовка кадрів, розвиток структури професійно–кваліфікаційного складу;

– технічний розвиток матеріальної бази за рахунок впровадження досягнень і результатів науково–технічного прогресу, в тому числі реалізації цільових програм підвищення культури та якості обслуговування, індустріалізації, технологізації та комп'ютеризації туризму, раціонального використання наявних матеріальних ресурсів, споруд, доріг тощо.

Фактори, що негативно впливають на розвиток туризму: криза, мілітаризація економіки, збільшення зовнішнього боргу, політична нестабільність, зростання цін на споживчі товари, безробіття, фінансова нестабільність, низький рівень споживання, несприятлива екологічна ситуація, банкрутство туристичних компаній, невиконання туристичними фірмами своїх зобов'язань тощо.

Серед факторів, які впливають на розвиток туризму, сезонність є ключовим фактором. Залежно від сезону обсяг туристичної діяльності може зазнавати значних коливань.

Природно–географічні фактори. Природно–географічні фактори та умови завжди були і залишатимуться дуже важливими в туризмі. Природно–географічні фактори значною мірою визначаються природно–географічним положенням території (області, країни, регіону тощо) – її положенням на земній поверхні, яке визначає природні умови та ресурси території з якісними та кількісними параметрами, сприятливими для туристичної діяльності. Ці природні ресурси прийнято називати туристично–рекреаційними. Вони включають всі об'єкти або явища природного походження, що використовуються для відпочинку, оздоровлення та лікування. Ці ресурси включають море, гори, ліси, річки, ландшафти або пам'ятки природи, свіже повітря, мінеральні води, лікувальні грязі тощо.

Деякі країни мають дуже важливий для туризму клімат як сприятливе людське середовище, що зумовлено їхнім вигідним природно–географічним розташуванням. Туристи, які живуть у холодному кліматі, іноді долають тисячі кілометрів, щоб покращити своє здоров'я і відпочити в такому кліматі.

Наприклад, зона змішаних лісів помірнього поясу є більш привабливою для відпочинку та оздоровлення, ніж пустеля, напівпустеля або вологий тропічний ліс. Тоді як пустелі і тропічні ліси Африки або Південної Америки більше підходять для екзотичних і екстремальних мандрівників.

Загалом, у всіх кліматичних і природних зонах наявність теплих вод є природним фактором, що сприяє розвитку туризму. Моря, річки, озера (особливо з лікувальними водами), водосховища і навіть ставки – ці водойми завжди приваблюють туристів. Природні джерела мінеральної води та місця з концентрацією лікувальних грязей також користуються популярністю серед туристів.

Рельєф місцевості часто є не менш привабливим для туристів. Наприклад, наявність значних гір приваблює любителів спортивного туризму в

Гімалаї, на Кавказ, в Альпи та інші регіони. Водночас рівнинна або пересічена місцевість приваблює автотуристів.

Мальовничі ландшафти («красиві пейзажі») відіграють важливу роль, справляючи сильне психологічне враження на людей. Вони позитивно впливають на емоційний стан людей, які відчувають почуття ейфорії. Існує також термін «ландшафтна терапія», який стосується впливу краси ландшафту і навколишньої природи на людину. Найбільш привабливими є не монотонні ландшафти, а мозаїчні. Особливо привабливими для туристів є ландшафти, які поєднують на обмеженій території різні типи рельєфу, ліси, відкриті простори, гори, водойми, прибережні зони тощо.

Загалом, привабливість ландшафту або певного природного об'єкта чи явища має велике значення для розвитку туризму. Великий інтерес для туристів становлять знаменитий Великий каньйон річки Колорадо, метеоритний кратер в Арізоні в США, скеля Айерс–Рок посеред австралійської пустелі, сумчасті тварини Австралії, вражаючий клімат схилів гори Демірідзе в Криму, карстові порожнини Альп і Кавказу, велика африканська пустеля, хвилясті бархани Центральної і Західної Азії, північне сьйво крайньої півночі тощо. Навіть небезпечні для життя природні явища можуть викликати інтерес.

Про привабливість природного ресурсу – об'єкта, ландшафту чи явища – можна судити за кількістю людей, яких він приваблює протягом певного періоду часу. Критеріями привабливості є екзотичність, унікальність, естетичність, зручності тощо.

Екзотичність території визначається ступенем контрасту між територією, яку відвідують туристи, і територією постійного проживання. Слід підкреслити, що важлива не країна проживання, а саме природне середовище рідної країни потенційного туриста. Адже навіть у межах однієї країни природні умови часто суттєво відрізняються. Тому сприйняття екзотичності однієї і тієї ж місцевості може суттєво відрізнятись навіть у городян.

Для мешканців Карпат більш екзотичним видається степовий ландшафт, тоді як для мешканців степової частини України екзотичними є карпатські вершини, вкриті смереками. Так само для киян купання в теплих водах Чорного моря восени може бути справді екзотичним досвідом.

З іншого боку, для мешканців тропічних островів Тихого океану білі пляжі, вкриті кокосовими пальмами, і блакитні океанські хвилі – це, м'яко кажучи, не екзотика. Ці пейзажі настільки типові, що зображені на багатьох банкнотах (Тонга, Західне Самоа тощо). Але білий ведмідь посеред полярних льодів може бути дивним. Слоно не є екзотикою в Таїланді, верблюд здається екзотикою місцевим жителям, які не вважають його таким у Туркменістані, де цих тварин спеціально розводять, тощо.

Таким чином, універсальної екзотики для кожного туриста у світі не існує. Однак важливість природного фактору екзотичного колориту настільки велика, що його часто створюють штучно. Прикладом можуть слугувати численні зоопарки, дендропарки, тропічні сади, аквапарки тощо.

Критерій унікальності тісно пов'язаний з критерієм незвичайності. Унікальність – це ступінь неповторності або надмірності, якою ландшафт,

ізолюваний природний об'єкт або природне явище приваблює туристів. На відміну від незвичайності, критерій унікальності може зробити природний об'єкт привабливим для будь-якого туриста. Саме тому унікальні природні об'єкти дуже активно використовуються в сучасному туризмі.

Наступним критерієм, який визначає привабливість території, є її естетична цінність. В даному випадку мова йде про те, що прийнято називати «красивими ландшафтами». Такий ландшафт є не лише тлом для подорожі. Він також має велике значення сам по собі, оскільки позитивно впливає на емоційний стан людини, яка відчуває почуття ейфорії («естетичний» від грецького «чуттєвий»).

Естетичну привабливість місцевості можуть підвищити такі особливості, як різноманітність рельєфу та ландшафту в цілому. Особливо вражає наявність височин з панорамними краєвидами. Естетичну цінність також підвищує ступінь і характер лісового покриву – чергування типів лісу і відкритих ділянок, лісу і води. Крім того, мальовничі озера, річки, водоспади тощо мають велику естетичну цінність самі по собі.

Культурно-історичні фактори. Культурні фактори та умови традиційно визначали і продовжують визначати привабливість туристичної дестинації. Саме загальновизнане визнання ролі культури в сучасному туризмі вже давно призвело до насичення туристичних подорожей культурною тематикою. Фактично, існує особливий вид туризму, який називається культурним туризмом.

У більш широкому розумінні культура – це сукупність цінностей, створених людством для характеристики суспільства на певному рівні розвитку. Крім широкого розуміння культури, її часто розглядають як відображення певного історичного періоду, звідси такі поняття, як антична культура, середньовічна культура, культура Відродження тощо.

Традиційно культуру поділяють на матеріальну та духовну. До першої належать усі цінності, які задовольняють наші матеріальні потреби, такі як житло, одяг, їжа, ремесла тощо. Наприклад, традиційні народні житла викликають такий інтерес, що в деяких місцях, таких як Пирогово або Мамаєва Слобода (Київ), створені спеціальні музеї під відкритим небом. Оригінальна архітектура минулого і сьогодення однаково важлива для туристів. Оскільки вони часто розташовані на великій відстані одна від одної і в різних країнах, моделі найвідоміших архітектурних споруд іноді відтворюють у зменшених версіях, щоб привабити туристів. Одним із прикладів є відомий парк мініатюр «Мініатюрна Європа», який містить репліки найвідоміших будівель Європи у масштабі 1:25 у столиці Бельгії, Брюсселі.

Так само туристів дуже цікавлять костюми інших народів та/або одяг минулого. Більш захоплююче знайомство з цим елементом культури відбувається під час туристичних подорожей з метою відпочинку.

Серед різних культурних елементів, які цінують туристи, є традиційна їжа народів світу. Відвідувачі зацікавлені не лише в тому, щоб скуштувати найкращі зразки гастрономії, а й у тому, щоб навчитися готувати автентичні страви. Саме це бажання породило так званий кулінарний туризм.

До елементів матеріальної культури, які є важливими чинниками розвитку туризму, належать історичні міста в цілому, окремі культові споруди, релігійні та архітектурні будівлі, статуї, національні музеї, картинні галереї, кращі зразки живопису, літератури, пам'ятники, театри, виняткові мистецькі комплекси, промислове виробництво тощо.

Значення образотворчого мистецтва в туризмі настільки велике, що популярні туристичні курорти, а іноді навіть готелі, виставляють національні твори мистецтва спеціально для того, щоб ознайомити туристів з культурою країни або регіону.

Важливість цих культурних елементів у розвитку туризму демонструють численні види пізнавального туризму, популярні серед туристів: театральний, літературний, художній, культурно-історичний, етнічний, релігійний, промисловий тощо.

Інтелектуальна культура включає цінності, в яких виділяються нематеріальні якості – міфи і легенди, прислів'я та афоризми, побут і традиції тощо.

Її представляють туристам у різних формах, включаючи організацію розважальних програм зі спеціальними звуковими та світловими ефектами. Великою популярністю користуються фестивалі: кіно, театру, музики, естради, цирку, молодіжні та студентські фестивалі, народні гуляння і карнавали, танці, бали-маскаради, концерти великих артистів тощо.

Завдання для самостійного контролю

1. Охарактеризувати основні етапи розвитку світового туризму.
2. Ознайомитися з Манільською декларацією зі світового туризму та виділити її основні принципи.
3. Назвати концептуальні характеристики (критерії) туризму.
4. Перерахувати види туризму залежно від мети подорожі.
5. Розглянути основні терміни, що характеризують туристичну діяльність.
6. Дослідити динаміку світових туристичних потоків за останні 5 років.
7. Розглянути класифікацію туристичних регіонів та туристичних підприємств.
8. Дати визначення основних функцій туризму.
9. Навести приклади зовнішніх та внутрішніх чинників, що впливають на туризм.
10. Перерахувати критерії привабливості території.
11. Зробити огляд періодичної літератури за темою «Природно-географічні та культурно-історичні фактори розвитку туризму в Україні».

ТЕМА 2. ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ ТА ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ

План:

- 2.1. Виробники туристичних послуг
- 2.2. Транспортні підприємства, засоби розміщення, об'єкти громадського харчування та розваг
- 2.3. Структура туру. Система маршрутів
- 2.4. Характеристики та структура туристичного продукту
- 2.5. Додаткові туристично–екскурсійні послуги

2.1. Виробники туристичних послуг

Деякі автори класифікують всі організації туристичної індустрії на 3 типи відповідно до критерію приналежності до туристичної послуги: первинні, вторинні та третинні.

Первинні підприємства працюють безпосередньо для обслуговування туристів (туроператори, спеціалізовані транспортні компанії, готельні підприємства, пансіонати, санаторії, будинки відпочинку тощо).

Вторинні підприємства переважно обслуговують потреби туристів, але також надають послуги місцевому населенню (заклади харчування, торгівлі, побутового та комунального обслуговування в курортних зонах тощо).

Третинні підприємства обслуговують все населення країни, але також надають послуги туристам (міжміські транспортні компанії тощо). Туристичні організації включають первинні та третинні організації, які в першу чергу надають послуги туристам.

Туристичні агентства – це юридичні особи, створені відповідно до законодавства України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які виступають посередниками з продажу туристичних продуктів туроператорам та туристичних послуг іншим суб'єктам туристичної діяльності, а також посередниками з продажу специфічних та супутніх послуг.

Туроператори часто організують комунікацію зі споживачами через турагентства. Останні отримують від туроператорів право на реалізацію розробленого ними туристичного продукту на договірних засадах. Завдання туристичної агенції ґрунтуються на угоді з туроператором. Існує дві основні функції: надання інформаційних послуг потенційним клієнтам та продаж туристичних послуг, що пропонуються різними компаніями туристичної індустрії.

Туристичні агентства – це фактично невеликі компанії з невеликим капіталом і обмеженим ринком збуту, які виступають в ролі посередника і залежать від діяльності великих туроператорів і транспортних компаній. Однак вони відіграють важливу роль на ринку, оскільки є посередниками, через яких переважна більшість турів продається і доставляється кінцевому споживачеві як туристичний продукт, розроблений туроператором. На туроператорів припадає до 5% туристичного бізнесу, порівняно з 95% туристичних агентств.

Тому активна туристична агенція є важливим елементом агентської мережі туроператора.

Взаємодія між туроператором і турагентством відбувається наступним чином:

- публічна презентація туроператора;
- укладення договору між туроператором і турагентством;
- розповсюдження пропозиції туроператором у вигляді прайс-листів та рекламних матеріалів;
- здійснення турагентом замовлення на бронювання туристичного продукту;
- підтвердження замовлення туроператором та виставлення рахунку;
- оплата рахунку турагентом та передача документів туриста туроператору (у разі наявності віз до країни подорожі).

Туристичні агенції виконують дві основні функції:

- надання інформаційних послуг;
- продаж туристичних послуг.

Ринок туристичних агентств характеризується великою кількістю учасників ділових операцій і є прикладом сильної конкуренції.

2.2 Транспортні компанії, підприємства розміщення, харчування та організації дозвілля

Успішний туристичний бізнес неможливий без належної матеріально-технічної бази туристичної індустрії. Різноманітність цих об'єктів зумовлена багатогранним характером туризму, а їх якість безпосередньо впливає на ефективність туристичної діяльності.

До ключових об'єктів туристичної індустрії та туристичної діяльності належать транспортні об'єкти, об'єкти розміщення, об'єкти харчування, об'єкти дозвілля та відпочинку, банківські та фінансові послуги, а також об'єкти та обладнання, що надають інформаційні послуги.

Транспортні об'єкти.

Без надійних, зручних, швидких, легких і комфортних засобів пересування сучасний туризм не може успішно розвиватися. Адже доступність місця визначається не лише вартістю відпочинку, але й часом, витраченим на дорогу. З огляду на це, вибір транспорту часто відіграє важливу роль у подорожі туриста.

Для однієї і тієї ж подорожі можна використовувати кілька видів транспорту. Однак завжди можна визначити основний вид транспорту. Це може бути:

- той, який долає найбільшу кількість кілометрів;
- той, який охоплює найдовшу відстань;
- той, який вносить найбільший внесок у загальні транспортні витрати.

Всесвітня туристична організація ООН (ЮНВТО) рекомендує стандартизовану класифікацію транспортних засобів у випадках, коли поїздки

необхідно класифікувати відповідно до типу транспорту, що використовується під час подорожі.

Слід зазначити, що така важлива складова туристичної індустрії, як транспорт, включає в себе не тільки власне транспорт, але й інфраструктуру для його забезпечення – комплекси спеціалізованих об'єктів для прийому, відправлення та обслуговування транспортних засобів (аеропорти, морські порти, термінали, депо, локомотиви, автобусні станції тощо), а також пасажирські перевезення.

Повітряний транспорт. Авіаційна транспортна галузь складається в основному з авіаційного транспортного обладнання. Основною характеристикою цього виду транспорту є швидкість. Повітряний транспорт, як відомо, є найшвидшим видом транспорту на великі відстані на даний момент. Швидкість цивільних літаків зараз становить близько 1000 км/год і більше (Таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 – Стандартна класифікація транспортних засобів за UNWTO

Основна група	Другорядна група
1. Повітряний транспорт	1.1. Заплановані польоти. 1.2. Незаплановані польоти. 1.3. Приватні польоти. 1.4. Інші засоби повітряного транспорту.
2. Водний транспорт	1.1. Пасажирські перевезення і паром. 1.2. Круїзне судно. 1.3. Яхта. 1.4. Інші види водного транспорту.
3. Сухопутний транспорт	3.1. Залізниця. 3.2. Автомобіль, автобус та інші громадські дорожні види транспорту. 3.3. Орендовані транспортні засоби з водієм: – таксі, лімузини та приватні автомобілі; – гужові транспортні засоби. 3.4. Власні автомобілі (розраховані на 8 осіб). 3.5. Орендовані транспортні засоби (розраховані на 8 осіб). 3.6. Інші види сухопутного транспорту: їзда верхи, велосипедом, мопедом тощо. 3.7. Пішки.

Донедавна два надзвукових пасажирських літаки (понад 330 м/с) були одними з найшвидших видів транспорту. Першим був Ту–144, побудований в Радянському Союзі (1968 рік). Цей літак пройшов усі випробування і навіть деякий час експлуатувався на маршруті Москва–Алма–Ата. Його максимальна швидкість польоту становила 2587 км/год. Однак комерційна кар'єра Ту–144 була недовгою, оскільки його використання виявилось нерентабельним. Через неминуче високі ціни на квитки, які були майже в півтора рази вищими за звичайні, коефіцієнт використання літака був надзвичайно низьким. До того ж, у 1973 році під час авіашоу у Франції Ту–144 зазнав аварії, що призвело до

людських жертв. У 1978 році друга (також смертельна) аварія призвела до зняття цього літака з пасажирських рейсів «Аерофлоту».

У той же час над надзвуковими пасажирськими літаками працювали і в інших країнах. Результатом став англо–французький Concorde («Конкорд»), який почав комерційні польоти в 1976 році. За максимальною швидкістю «Конкорд» дещо поступався Ту–144, розвиваючи максимальну швидкість 2125 км/год. Однак його швидкість все одно була вдвічі більшою за швидкість звуку. В результаті, час польоту Конкорда з Лондона до Барбадосу (Малі Антильські острови) становив лише 5 годин.

Однак Concorde мав ті ж самі недоліки: високі ціни на квитки і, відповідно, низьку рентабельність. Крім того, у 2000 році літак Concorde розбився під час зльоту в аеропорту Шарля де Голля в Парижі, в результаті чого загинули 100 туристів, які летіли трансатлантичним рейсом до Сполучених Штатів. Це була перша аварія за участю «Конкорду», який вважався найбезпечнішим літаком за 25 років його експлуатації. Ця катастрофа, разом зі зменшенням обсягів авіаперевезень після подій 11 вересня 2001 року, призвела до того, що комерційні авіакомпанії припинили польоти «Конкордів» у 2003 році.

За кількістю пасажирів на один літак найбільшим пасажирським літаком, коли–небудь побудованим у світі, є Airbus A–380, створений європейською компанією Airbus. Цей літак представляє абсолютно новий рівень комфорту, який змінює традиційне уявлення про авіаперельоти. Це вже не швидка подорож у космос, а круїз. На борту двоповерхового літака є магазини, спальні каюти і навіть казино. Гігантський літак вміщує понад 850 пасажирів і може безпечно подолати понад 15 000 кілометрів. І це ще не межа. Планується створення літака Airbus місткістю 800–1000 пасажирів.

Салон багатопасажирського літака розділений на відсіки відповідно до класу обслуговування пасажирів. У міжнародних авіалініях різні класи мають свої правила і звичаї, але є і спільні характеристики. Існують різні *класи*, кожен з яких позначається своєю літерою у квитку: F – перший клас, Р – преміум–клас, С, J – клубний клас, бізнес–клас, М або Y – економ–клас.

Перший клас – найдорожчий, а економ–клас – найдешевший. Основні відмінності між класами полягають у комфорті літака, якості крісел, розмірі безкоштовної ручної поклажі, пріоритетності посадки та висадки тощо. У той час як крісла економ–класу вузькі і розташовані близько один до одного, крісла бізнес–класу і першого класу більш комфортні і мають більшу відстань між собою. Однак сьогодні багато авіакомпаній встановлюють зручні крісла, що розкладаються, не тільки в першому і бізнес–класі, а й в економ–класі.

Окрім традиційних пасажирських літаків, туристична індустрія також використовує *бізнес–літаки*. Це приватні турбореактивні літаки, обладнані для перевезення VIP–пасажирів. У світі експлуатується понад 2 000 великих бізнес–джетів. Однак багато сучасних західних бізнесменів також використовують для коротких перельотів невеликі надзвукові військові літаки, які вони купують для приватного використання. Наприклад, надзвуковий винищувач Су–27 дозволяє

бізнесмену, який керує ним особисто, долетіти з одного узбережжя США до іншого менш ніж за годину.

Гідролітаки. Гідролітаки мають закритий фюзеляж і крило, яке плаває на воді, що дозволяє їм злітати з поверхні і приземлятися на воду. Вони широко використовуються для перевезення туристів на невеликі острови і для польотів над водною поверхнею, під час яких туристи можуть не тільки оглянути місцевість з висоти пташиного польоту, а й зробити унікальні фотографії.

Окрім власне транспортних засобів, сектор повітряного транспорту складається з двох основних компонентів: повітряного простору та повітряного транспорту.

Повітряний простір – це комплекс споруд і будівель, призначених для обслуговування авіації. Цей комплекс включає в себе аеропорт та аеровокзал. Перший, власне, призначений для обслуговування повітряних суден, а другий – для обслуговування пасажирів.

Аеродром (аеропорт) – це ділянка землі, повітряний простір якої використовується переважно для повітряних перевезень. Він включає в себе аеродром, різні служби управління повітряним рухом (метеорологічні та інші) та авіаремонтні підприємства.

Аеродром призначений для обслуговування повітряних перевезень пасажирів і вантажів. З цієї метою він має низку служб, які служать інтересам мандрівників, таких як транспорт, безпека, багаж, прикордонний контроль, митниця тощо. Крім того, в будівлі аеропорту розміщено низку організацій та установ для розваг і відпочинку пасажирів, а також ресторани, кафе, магазини, відділення банків, культові споруди, туристичні агенції тощо.

Для зручності мандрівників та ефективності транспорту аеропортові термінали іноді з'єднуються з автомобільними та залізничними шляхами, а іноді – з лініями метрополітену. У Великій Британії, наприклад, таку інфраструктуру має термінал в аеропорту Хітроу.

Інфраструктура повітряного транспорту також включає транспортні маршрути. Вони відомі як *повітряні коридори*, тобто шляхи польотів у повітряному просторі обмеженої ширини і висоти.

Лоукост–перевізники. Сильна цінова конкуренція на ринку авіаперевезень призвела до появи *бюджетних* авіакомпаній або просто дешевих авіаперевезень. Лоукости пропонують низькі тарифи переважно за рахунок відмови від більшості традиційних послуг для пасажирів, таких як безкоштовне харчування та напої в польоті, доступ до газет і радіо, зменшення кількості пасажирів, яких потрібно переносити вручну, обмеження ваги багажу, обмеження кількості персоналу, орієнтація на певну категорію пасажирів з низьким рівнем доходу, таких як студенти тощо.

Автомобільний транспорт. Для подорожей туристи зазвичай обирають між двома типами транспортних засобів: автомобілями та автобусами. В обох випадках нині існує необхідна інфраструктура для подорожей автомобілем, зокрема, шляхом організації спеціальних місць відпочинку для таких туристів. До них відносяться, зокрема, кемпінги та караван–парки.

Кемпінг – це сезонний (переважно літній) караван–парк. Використовується для короткочасного проживання в наметах або інших легких спорудах літнього типу.

Назва «*караван–парк*» походить від слова «трейлер» (trailer – буксирувати). Так називають пересувні будинки, які можуть бути різних типів – від простого фургона до добре обладнаної квартири з кількома спальними місцями, ванною кімнатою, плитою і вбудованими меблями. Вперше їх почали використовувати наприкінці 1950–х років у США, Великій Британії та Франції для літнього відпочинку.

Каравани призначені для ночівлі та для туристів, які використовують будинки на колесах для своїх подорожей. Вони являють собою комфортний і повністю обладнаний житловий простір з ванною кімнатою, кухнею, ліжками і шафами, з житловою площею до 17 квадратних метрів. Каравани також виробляються як окремі причепа та як повноцінні будинки на колесах.

Останнім часом в Європі все більшої популярності набуває ще один дуже популярний термін – *караван* (кемпер), від слова «караван» (караванний причіп або самохідна вантажівка). Іноді під караваном розуміють форму подорожі в автокемпери або будинку на колесах зі спеціально обладнаним шасі або автофургоні. Каравани – це «дикий» відпочинок, але більш цивілізований.

Каравани часто обладнані як готельні номери. Караванами користуються ті, хто не може дозволити собі провести щорічну відпустку в дорогих готелях, але віддає перевагу комфортній подорожі. Крім того, перевага караванів полягає в тому, що вони дозволяють вільно обирати власний маршрут і самостійно пересуватися. Мобільність, незалежність і комфорт – це переваги цього виду туризму.

Місця, відведені для караванів, називаються караван–парками. У таких караван–парках є не лише місця для паркування, а й сервісні зони з різноманітним технологічним обладнанням. Парк обладнаний водопостачанням, побутовою каналізацією та електричним освітленням. Для обслуговування будинків на колесах створюється спеціалізована інфраструктура: бази для оренди, зберігання та ремонту караванів, електропостачання тощо.

Elrotel (скорочено від *das rollende Hotel*) – це готель на колесах німецького виробництва. Він був винайдений у 1959 році німцем Георгом Холтелем, власником компанії, яка організовує далекі світові тури та різноманітні заходи на свіжому повітрі.

Існує чотири моделі. Дві для неспішних подорожей: 24 місця та 40 місць з причепом. Дві інші моделі (на 20 і 34 місць) підходять для будь–якого типу поїздок і призначені для подорожей до екзотичних країн. Цей мобільний готель пропонує обмежений спектр послуг. Однак переваги *Rotel* очевидні: компанія покриває витрати на ліжко, кухню (мікрохвильову піч), туалети, роздягальні та харчування. Крім водія, до штату входить гід.

Туристи також можуть обрати подорож *автобусом*. Сучасні *автобуси–експреси* подорожують з високою швидкістю на великі відстані. Вони обладнані великими (панорамними) вікнами, кондиціонерами, підставками для

ніг, відкидними сидіннями, туалетами та аудіовізуальним обладнанням. Під час подорожі в таких автобусах туристам за окрему плату пропонують гарячі бутерброди (сосиски), чай, каву, воду тощо. Деякі з них мають відкриті верхні поверхи з низькими боковими стінками – популярні для огляду визначних пам'яток.

В останні роки підвищення комфорту пасажирських автобусів дозволило їм успішно конкурувати із залізницею у міжміських перевезеннях.

Але ефективність туристичних автомобільних перевезень залежить не лише від самих транспортних засобів. Важливу роль відіграє також інфраструктура автомобільного транспорту, включаючи транспортні компанії та автовокзали.

Залізничний транспорт. Залізничні пасажирські перевезення в основному здійснюються спеціалізованими транспортними засобами. Самі транспортні засоби включають тягові транспортні засоби (локомотиви, такі як дизельні та електричні локомотиви тощо) та нетягові транспортні засоби (вагони).

Окрім звичайних поїздів, що курсують на регулярних або чартерних рейсах, існують також приватні туристичні поїзди. Сучасні та дуже комфортні туристичні поїзди – це, по суті, багатозіркові готелі на колесах. Кожне купе, зазвичай для двох пасажирів, обладнане кондиціонером, письмовим столом, телефоном і телевізором. VIP-пасажери мають окрему ванну кімнату, душ з підігрівом підлоги, аудіовізуальне обладнання, гаряче харчування, включене у вартість квитка, тощо. У поїзді є кілька вагонів-ресторанів, лаунж-вагон (використовується як бібліотека, картковий зал, кімната для переговорів або зона відпочинку), конференц-вагон (також відомий як конференц-зал, дискотека або кінотеатр), а також «дитячий вагон» або «мобільна ігрова кімната».

Залізничні перевезення можливі лише за наявності залізничної колії, яка є досить складною конструкцією, що складається з рейок, балок, мостів, шляхопроводів тощо. Особливу нішу займають залізниці, призначені для перевезення швидкісних пасажирських поїздів. До них відносяться швидкісні монорельсові дороги та поїзди на магнітній подушці.

Основна перевага монорейок полягає в тому, що вони не займають місця на жвавих міських магістралях. Монорейковий транспорт також може долати крутіші вертикальні підйоми, ніж двоколіїний транспорт. Швидкість монорейкового транспорту може значно перевищувати швидкість звичайних поїздів. Наразі монорейковий транспорт використовується в багатьох країнах світу, включаючи Австралію, Канаду, Китай, Єгипет, Німеччину, Італію, Ірландію, Об'єднані Арабські Емірати, Об'єднане Королівство, Сполучені Штати Америки та Японію.

Маглев – це абревіатура від «магнітна левітація» (англ. *Magnetic Levitation*): стабільне положення об'єкта в гравітаційному полі без прямого контакту з іншими об'єктами. Цей потяг (іноді його називають магнітним літаком) спрямовується і контролюється магнітними силами. На відміну від звичайних поїздів, він не торкається поверхні колії під час руху. Потяг на магнітній подушці може розвивати найвищу швидкість серед усіх наземних

видів громадського транспорту – близько 580 км/год – і тому може конкурувати з авіаперевезеннями на відстані до 1 000 км. Сьогодні маглеви можна зустріти в таких країнах, як Німеччина, Великобританія, Китай, Японія та Південна Корея.

Водний транспорт. Для обслуговування внутрішніх водних шляхів використовуються сучасні багаторівневі річкові катери та швидкісні судна (на підводних крилах та на повітряній подушці). Останні можуть розвивати швидкість до 80 км/год, але характеризуються високими транспортними витратами. Крім того, спеціальні судна використовуються для перетину водно-болотних угідь під час туристичних подорожей. Середня місткість таких суден зазвичай становить від 100 до 150 пасажирів. На внутрішніх водних шляхах для перевезення туристів також використовуються приватні човни місткістю 250–400 пасажирів. Ці річкові судна, по суті, є дуже комфортабельними чотири- або п'ятизірковими готелями, що пропонують розміщення, триразове харчування і чудові розваги, а також можуть висаджувати на берег для екскурсій. Крім того, річкові круїзи дуже корисні і зручні для огляду визначних пам'яток і насолоди красивими.

Сучасні та комфортабельні круїзні судна нагадують плавучі міста і можуть вмістити тисячі пасажирів. Круїзи на міжнародних маршрутах зазвичай вміщують від 2 000 до 2 500 пасажирів. Однак найбільші сучасні круїзні лайнери, такі як Oasis of the Seas і Allure of the Seas, мають понад 2 500 кают і можуть вмістити понад 6 000 пасажирів. Ці гігантські кораблі можуть розвивати швидкість понад 40 кілометрів на годину.

Пороми також є одними з суден, що використовуються для круїзів. Ці судна подорожують між двома берегами водної перешкоди – річками, озерами, протоками або навіть морем. Деякі пороми подорожують уздовж узбережжя, таким чином діючи як круїзні лінії. Хоча подорож на такому типі поромів довша, ніж наземним транспортом, вона дуже зручна для пасажирів на автомобілях. Вони мають можливість взяти з собою власний автомобіль під час перетину води. Більші пороми мають більше палуб для автомобілів. Крім того, пороми іноді допомагають уникнути формальностей при перетині третій країн (наприклад, пором Калінінград – Санкт-Петербург). Пороми, які перетинають річки, можуть бути безкоштовними (але за автомобілі та великі вантажі стягується плата). Наприклад, пором Манхеттен–Стейтен–Айленд з Нью-Йорка – безкоштовна послуга, особливо популярна серед туристів, які хочуть побачити Статую Свободи і знамените місто з води.

Яхти – ще один приватний плавзасіб, який користується великою популярністю серед туристів. Це можуть бути вітрильні або моторні яхти. Найбільші яхти мають довжину понад 100–150 метрів, оснащені найсучаснішим навігаційним обладнанням і мають розкішні каюти, басейни, вертолітні майданчики і навіть гаражі.

Варіанти розміщення.

Відпочинок – це природна потреба для всіх людей, в тому числі і для туристів, які проводять ніч далеко від звичного оточення. Проживання є фізичним проявом цієї потреби. Багато країн визнають, що послуги

короткострокового розміщення так само важливі для туризму, як і інші послуги, пропоновані туристичним бізнесом, такі як їжа, напої, екскурсії, розваги тощо.

Послуги розміщення туристів, як правило, надаються на комерційній основі. Однак питання категоризації засобів розміщення є дуже важливим, оскільки дозволяє здійснювати належний облік та планування подальшого розвитку туристичної індустрії та туризму в цілому (див. Таблицю 2.2). Адже якщо немає ночівлі під час подорожі, то немає і туризму.

Таблиця 2.2 – Класифікація засобів розміщення в Україні

Готелі та аналогічні засоби розміщення	Спеціалізовані засоби розміщення
Готелі; Мотелі; Готельно-офісні центри; Кемпінги; Гуртожитки для приїжджих; Туристські бази, гірські притулки, студентські літні табори.	Санаторії; Дитячі санаторії; Пансіонати з лікуванням; Дитячі заклади оздоровлення цілорічної дії, дитячі центри; Санаторії-профілакторії; Бальнеологічні лікарні, грязелікарні, бальнеогрязелікарні (включно з дитячими); Будинки відпочинку; Пансіонати відпочинку; Бази відпочинку, інші заклади відпочинку (крім турбаз); Оздоровчі заклади 1-2 денного перебування.

Однак створення стандартизованої міжнародної системи категорій розміщення стикається з серйозними проблемами. Насправді, термінологія, що використовується для цих засобів розміщення, часто відрізняється не тільки між країнами, але, іноді, навіть в межах однієї країни. Тому на практиці заклади розміщення з такими позначками не обов'язково пропонують однакові послуги. Навпаки, однакові послуги можуть пропонуватися різними категоріями закладів розміщення. Крім того, житло, яке є поширеним в одних країнах, може бути недоступним в інших країнах.

У світлі вищесказаного, сучасні класифікації засобів розміщення можна вважати дещо умовними. Вони мають здебільшого рекомендаційний характер. Одним із прикладів є *класифікація засобів розміщення Всесвітньої туристичної організації*, яка рекомендована для всіх країн світу.

1. **Короткострокове проживання.** Такі засоби розміщення розраховані на кілька днів або тижнів. Вони мають комфортабельні номери, автономні блоки, кухню, з регулярним прибиранням або без нього, і часто пропонують ряд додаткових послуг, таких як харчування, автостоянка, пральня, басейн, тренажерний зал, приміщення для проведення дозвілля та конференцій. До цієї категорії належать такі типи розміщення:

- готелі;

- курортні готелі;
- розкішні готелі/апартаменти;
- мотелі;
- готелі типу «ліжко та сніданок»;
- ночівлі та сніданки;
- гостьові квартири;
- апарт-готелі;
- житлові готелі паркового типу (таймшер);
- будинки для відпочинку;
- шале та будинки для відпочинку;
- молодіжні хостели та гірські помешкання.

2. Кемпінги, караван-парки та будинки на колесах. До цієї категорії належать:

- наметові містечка, бази відпочинку, караван-парки, мисливські та рибальські табори;
- притулки або місця для розміщення наметів та/або спальних мішків.

3. Інше розміщення. Тимчасове або довгострокове проживання в одномісних або спільних кімнатах чи гуртожитках. Проживання в цій категорії включає:

- студентські гуртожитки;
- шкільні гуртожитки;
- молодіжні гуртожитки;
- мебльовані кімнати та пансіонати;
- хостели, гуртожитки, молодіжні гуртожитки.

В Україні всі колективні засоби розміщення поділяються на дві групи:

- готелі та аналогічні засоби розміщення;
- колективні засоби розміщування та аналогічні заклади.

У 2014 році в Україні налічувалося понад 4,5 тис. колективних засобів розміщування. Більшість з них були готелями та аналогічними засобами розміщення – 2 644; кількість спеціалізованих засобів розміщення становила 1 928. До анексії Криму більшість засобів розміщення були розташовані в Криму, зараз – в Одеській області.

Готель – це колективний засіб розміщення з більш ніж сімома номерами. Це найпоширеніший тип засобів розміщення, але готелі дуже різняться між собою, як і критерії, за якими вони класифікуються.

Перш за все, вони враховують рівень комфорту, на який може розраховувати турист. Для позначення рівня комфорту в усьому світі використовується кілька специфічних систем маркування. Найпоширенішими є «зірки» (від 1 до 5), літери (А, В, С, D), «корони» або «ключі», бали та система категорій. Однак у деяких місцях, особливо в сільській місцевості, часто зустрічаються так звані «позакатегорійні готелі».

Готель також можна класифікувати за розміром (кількістю ліжок або номерів): до 100 ліжок – малі готелі; 101–250 – середні готелі; 251–500 – великі готелі; 501–1000 – дуже великі готелі. Багатомісні готелі – це готельні

комплекси. Вони займають велику площу і характеризуються певним ступенем децентралізації організації роботи та управління.

Готель-люкс – готель, що складається лише з люксів та/або апартаментів, тобто велика будівля, що зазвичай містить кілька номерів.

Апарт-готель – готель, у якому всі номери є житловими кімнатами з кухнею або функціональною зоною для самообслуговування.

Палацовий готель – готель у будівлі, що представляє собою історико-архітектурну пам'ятку, палац або замок. У деяких країнах цей тип готелів має спеціальну назву, наприклад, у Франції – Palais, в Іспанії – Parador.

Конференц-готель – готель, який має необхідні умови для організації та проведення конференц-заходів, таких як конференції, наради, семінари, симпозіуми, виставки, конгреси, ділові зустрічі та переговори. Готелі такого типу розташовані в центрі великих ділових міст і в першу чергу задовольняють потреби ділових людей, пропонуючи їм максимальний комфорт для професійної діяльності та повний спектр бізнес-послуг, включаючи телеконференції, міжнародний телефон, факс, послуги перекладачів з різних мов тощо. Однак багато туристичних груп і навіть індивідуальних мандрівників вважають ці готелі привабливими.

Курортний готель – це готель, розташований у туристичній зоні, який пропонує рекреаційні та оздоровчі послуги. Важливою особливістю курортних готелів є те, що, на відміну від звичайних готелів, вони включають комплекс спеціалізованих медичних послуг та дієтичне харчування. З цієї причини в курортному готелі є приміщення для медичного обслуговування, занять спортом і відпочинку: кімната цілодобового медичного нагляду, кабінети інгаляційної терапії, масажні кабінети, тренажерний зал для лікувальної фізкультури і басейн для рекреаційного та лікувального плавання.

Хостел, *молодіжний хостел* – готель гуртожиткового типу. номери зазвичай розташовані в коридорах або блоках. Харчування подається в кафетеріях або недорогих їдальнях, але також може подаватися в ресторанах. Хостели призначені для молодіжного туризму.

Плаваючий готель – це великий комфортабельний готель на воді, який іноді називають «водним курортом». Він пропонує такі види активного відпочинку: водні лижі, мотоцикли, човни, рибальське спорядження, дайвінг, спорядження для підводного полювання тощо. Флот може бути обладнаний різними засобами зв'язку, такими як телефон, факс, копіювальна техніка тощо.

Ботель – судно з причальними спорудами, наприклад, балкер, понтон або невеликий готель на борту спеціально переобладнаного і тимчасово виведеного з експлуатації судна, що функціонує цілий рік. Часто використовується в прибережних районах, де особливості ландшафту не дозволяють будувати постійні будівлі.

Мотель – готель для туристів, які подорожують *на автомобілі*. Зазвичай розташований за межами міст, уздовж автомагістралей. Має станцію технічного обслуговування, заправну станцію, гараж, автостоянку та інші послуги, необхідні автомобілістам. Ці готелі пропонують середній рівень

обслуговування з невеликим персоналом, за середньою ціною, з послугами харчування, як правило, в барі або їдальні.

Готельно-офісний центр – готель, частина якого не є блоком номерів, а спеціально обладнана для використання в якості офісу.

Кемпінг – об'єкт розміщення на закритій земельній ділянці, де надається житло в хатинах, каютах та/або бунгало та/або місця для розміщення наметів, караванів і кемперів; ділянка обладнана громадськими туалетами. Кемпінг повинен мати парковку та спеціально обладнані місця для приготування їжі. Кемпінг – це сезонний об'єкт, який функціонує переважно влітку.

Гуртожиток – засіб розміщення, як правило, у складі адміністрації, що має житлові приміщення, розташовані за коридорною (блочною) системою, з кімнатами для самообслуговування та загальною кухнею на верхньому поверсі.

Туристичний центр – комплекс будівель готельного типу для розміщення, харчування та обслуговування туристів. Розташовується на туристичному маршруті з активними видами відпочинку (гірський, лижний, водний, пішохідний). Зазвичай має приміщення для проведення масових заходів, бібліотеку, різноманітні спортивні та ігрові майданчики тощо.

Притулок – житло для короточасного перебування (2–3 дні) та відпочинку у віддаленій гірській місцевості на активному транспортному маршруті. Зазвичай це закриті опалювальне приміщення (будинок) або стаціонарні намети, з умовами для самостійного приготування їжі (кухня та камін) і приміщенням для сушіння взуття та одягу. Притулок може охоронятися або не охоронятися. У сільській місцевості використовується термін «туристичний притулок».

Бунгало – житло з легких будівельних матеріалів, найпоширеніше в тропіках. Має одну або кілька житлових кімнат, веранду, кухню та туалет. Зазвичай розраховане на сім'ю. Облаштування варіюється від простих рибальських хатин до затишних кают. Часто проживання в бунгало обходиться дешевше, ніж у готелі, оскільки туристи перебувають на самообслуговуванні – вони самі дбають про прибирання, приготування їжі тощо.

Санаторій – це готель, розташований у муніципалітеті або курортній зоні, який надає організовані послуги з лікування. Існують різні типи санаторіїв, наприклад, санаторії для дітей віком від 6 до 18 років; для дітей, які проживають з батьками; однопрофільні санаторії; багатпрофільні; спеціалізовані.

Пансіонат (від латинського слова *pensio* – плата, внесок) – аналогічний тип засобу розміщення з організованим харчуванням і відпочинком, розташований у приміській або курортній зоні, з оздоровчою метою. Пансіонат з медичним обслуговуванням – пансіонат, який відповідає умовам надання лікувально-профілактичних послуг та лікування.

Відвідувачам надається обмежена кількість послуг, таких як проживання в номері та харчування за стандартним меню, що входить у вартість проживання. Однак багато пансіонатів також пропонують екскурсії та короткі подорожі для своїх гостей. У гостьових будинках є концертний зал, бібліотека, спортивні майданчики, ігрові кімнати тощо. Гестхауси дешевші за готелі, тому

вони дуже популярні для групового туризму. Туристи проводять тут свою відпустку з груповими путівками.

Відпочинковий будинок – готельний тип житла, призначений для відпочинку та покращення загального самопочуття.

Будинок відпочинку – готельний засіб розміщення, як правило, розташований у курортній місцевості, зазвичай працює цілий рік, забезпечує умови для відпочинку, пропонуючи оздоровчі та профілактичні послуги в організованому порядку.

«*Курорт*» – засіб розміщення готельного типу, зазвичай сезонний, розташований у курортній місцевості, що забезпечує умови для відпочинку з мінімальним набором послуг.

Заклади харчування.

Однією з основних послуг, що надаються туристам, є харчування. Тому заклади харчування є невід’ємною частиною туристичної сфери і включають заклади, що займаються виробництвом, реалізацією та організацією споживання кулінарної продукції (слово «кулінарний» походить від латинського слова *culina*, що означає «кухня»). Заклади громадського харчування можуть знаходитися в окремій будівлі або в спеціально обладнаному приміщенні в іншій будівлі, а також на залізничному, повітряному, автомобільному та морському транспорті.

Єдиної загальноприйнятої класифікації закладів громадського харчування не існує. Однак, у більшості випадків заклади ресторанного господарства розрізняють за типами, які визначаються особливостями асортименту гастрономічної продукції, контингентом споживачів та формами організації обслуговування. З огляду на це, можна виділити такі основні типи: ресторани, кафе, кафетерії, бари, паби, їдальні тощо. Крім типу, заклади громадського харчування також класифікуються за класом, який визначається якістю послуг, що надаються споживачам, та умовами, за яких реалізується їжа для споживання в приміщенні. За класом ресторани поділяються на «люкс», «преміум», «перший» та «другий». При цьому категорія закладів, сертифікованих за європейським стандартом, позначається символом – * (від однієї до п’яти зірок).

Згідно з *українським державним стандартом* (ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства – класифікація»), заклади ресторанного господарства можна поділити на такі групи:

1. Продаж їжі та напоїв, як правило, для споживання в приміщенні, з розважальними заходами або без них. До цієї групи належать: ресторани, ресторани–бари, кафе, кав’ярні, кафе–бари та банкетні бари, чайні, буфети та закусочні (паби).

2. Продаж напоїв та їжі, як правило, для споживання в приміщенні, з розважальними програмами або без них. До цієї групи належать: бар, нічний клуб, пивний сад.

3. Продаж їжі та напоїв клієнтам, класифікованим за родом діяльності. Ця група включає їдальні та буфети.

4. Постачання централізовано приготовленої їжі для споживання в інших місцях. Ця група включає: фабричне приготування їжі, домашнє приготування їжі, кейтеринг.

Ресторан (від французького слова «*restaurantes*») – ресторатор, заклад громадського харчування) – заклад, що пропонує споживачам різноманітні товари власного виробництва і закупні товари, а також організоване дозвілля та відпочинок, забезпечує високий рівень обслуговування і комфорту, характеризується оригінальним дизайном і обстановкою.

За часом обслуговування ресторани поділяються на ресторани швидкого обслуговування та ресторани звичайного обслуговування, а за методами обслуговування – на офіціантські та самообслуговування. Існують також спеціалізовані ресторани: рибні ресторани, ресторани національної кухні тощо. У відповідь на потреби туристів з'явилися також органічні та вегетаріанські ресторани.

Бар-ресторан – тип ресторану, до складу якого входить бар з торговельним залом, прилеглим до торговельного залу ресторану, або барна стійка в торговельному залі ресторану.

Кафетерій – заклад, що пропонує широкий асортимент простих страв, десертів та напоїв з самообслуговуванням або з обслуговуванням офіціантами. Існують спеціалізовані кафе: кондитерське кафе, десертне кафе, кафе-джелатерія, молочне кафе тощо.

Кафе-бар – тип кафе, що пропонує широкий асортимент кавових напоїв. Кафе-бар – це, зазвичай, кафе з баром, прилеглим до торгового залу кафе, або барною стійкою в торговельному залі кафе.

Кафе-пекарня – тип кафе, що характеризується виробництвом і продажем хлібобулочних і кондитерських виробів на місці.

Чайне кафе – тип кафе, де подають широкий асортимент чаю, а також продають кондитерські, хлібобулочні та борошняні вироби.

Кафетерій – заклад самообслуговування, що пропонує нескладний асортимент страв і напоїв, з торговельним залом, оснащеним необхідним торговельно-технологічним обладнанням для відпуску їжі. У навчальних закладах, на заводах, фабриках, фабрично-заводських підприємствах, промислових підприємствах, підприємствах роздрібної торгівлі тощо кафетерії, як правило, відпускають їжу через обідні прилавки.

Закусочна (або стерія) – це заклад самообслуговування, де подають гарячі та холодні закуски, нескладні страви та здійснюють швидке обслуговування клієнтів.

Бар – це заклад, де продаються алкогольні, безалкогольні та змішані напої, а також їжа і продукти, придбані в барі. Існують спеціалізовані бари: винні, пивні, молочні, вітамінні, коктейлі тощо.

Слід зазначити, що залежно від основних алкогольних напоїв, що продаються в барах, культури споживання, місця розташування, країни тощо, існує багато типів барів: паби (традиційно у Великобританії, Ірландії), пивні (Італія), пивні сади, рюмочні (Росія) та ін.. Однак у деяких культурах паби як такі відсутні або зустрічаються рідко. Це стосується, наприклад, багатьох

мусульманських країн, де немає барів через релігійну заборону на вживання алкоголю. Втім, сучасні бари досить різноманітні, і, крім винних або пивних барів, зараз поширені молочні бари, коктейль-бари, барбекю-бари тощо. Залежно від специфікації додаткових послуг розрізняють відео-бари, естрадні бари тощо, а за часом роботи – денні та нічні бари. Бари можуть бути частиною ресторану або готелю.

Нічний клуб – це тип бару або ресторану, який працює переважно вночі і організовує різні шоу, розважальні та танцювальні програми під музику. Деякі нічні клуби мають розважальні заклади: кабаре, більярд, дискотека тощо.

Пивоварня – тип пабу або ресторану, де подають широкий асортимент пива.

Кафетерій – заклад, що пропонує широкий асортимент домашньої продукції, яку купує широке коло споживачів. Зазвичай розташовуються на робочих місцях споживачів – у навчальних закладах, медичних та оздоровчих установах, лікарняних палатах тощо. Кафетерії можуть мати рекреаційні, лікувальні та оздоровчі приміщення. Приватні їдальні включають в себе їдальні харчування.

Закусочна – заклад, що пропонує обмежений вибір готових до вживання страв і напоїв, які зазвичай їдять стоячи або продають на виніс.

Кейтеринг – заклад, метою якого є приготування та доставка готових до вживання страв за спеціальним замовленням, а також організація обслуговування клієнтів в інших місцях. Ці заклади можуть проводити банкети, корпоративні прийомі, ділові зустрічі, весілля та інші урочистості в залах, офісах, на відкритому повітрі, під наметами тощо.

Окрім класичних ресторанів, популярними стають також бістро – невеликі заклади із затишною атмосферою, що пропонують недорогу їжу.

Фаст-фуд також стають дедалі популярнішими серед туристів. Для них характерний обмежений вибір, який зазвичай складається з кількох страв – гарячих і холодних бутербродів, напоїв, морозива, десертів тощо.

Заклади харчування класифікуються не лише за типами та категоріями, а й за іншими ознаками, такими як форма власності (власні, орендовані), розташування (незалежні, частина туристичного чи готельного комплексу, готелю, іншого закладу розміщення) та обслуговування (самообслуговування, з обслуговуванням офіціантами). Крім того, заклади харчування відрізняються за вибором пропонованих страв: комплексні (перша або основна страва, десерт), широкий вибір, попереднє замовлення, національна кухня, екзотика, спеціалізація (наприклад, тільки риба або тільки м'ясо). Заклад громадського харчування може також спеціалізуватися на одній страві, наприклад, піці.

Заклади громадського харчування також відрізняються за способом подачі їжі. Наприклад, при обслуговуванні туристів їжа подається у вигляді повноцінного харчування, яке зазвичай складається зі сніданку, обіду та вечері. Так званий «напівпансіон» пропонує сніданок і вечерю або сніданок і обід.

Триразове харчування (сніданок, обід і вечеря), включене у вартість проживання, називається *американським планом*. Цей тип харчування також відомий як «все включено»: все включено у вартість проживання. При цьому

напої місцевого виробництва (алкогольні та безалкогольні) подаються в необмеженій кількості протягом дня. Вечеря часто організовується у вигляді шведського столу, де кілька страв розташовуються поруч, і гості самі вибирають страви.

Готельний тариф з дворазовим харчуванням (сніданок і обід або сніданок і вечеря) відомий як *модифікований американський план*. Однак деякі готелі можуть працювати і за так званим *європейським* тарифом, за яким турист оплачує лише послугу проживання, а харчування обирає самостійно.

Відпочинок і розваги.

Відпочинок і розваги часто є основною метою туристичної подорожі. Для цього існує ціла індустрія відпочинку та розваг, завданням якої є створення умов для того, щоб туристи могли провести своє дозвілля, розслабившись і відчувши позитивні емоції, незабутні враження і, як наслідок, приємні спогади.

Рекреація може бути колективною, індивідуальною, спеціально організованою та спонтанною, у природному або штучному середовищі. Відпочинок у природному середовищі може включати прогулянки, походи, спостереження за природними явищами або мальовничими ландшафтами, спортивні ігри та змагання, а також концерти, дискотеки на свіжому повітрі тощо. Для такого виду відпочинку та дозвілля створюються спеціальні зони та маршрути з урахуванням вимог безпеки. Всі інші невід'ємні компоненти цієї території – це насамперед ландшафт, а також певні організми, явища або природні процеси. Багато природоохоронних територій є особливо популярними для відпочинку та дозвілля, зокрема заповідники, національні парки, дендропарки тощо.

Часто природні організми (живі та неживі) зібрані разом у спеціальному місці, щоб підсилити враження. Особливою популярністю користуються парки, що містять різні рукотворні об'єкти, наприклад, *зоопарки* (в тому числі зоопарки під відкритим небом).

Штучно створені *тематичні* парки (парки розваг та атракціони) займають особливе місце в індустрії дозвілля та відпочинку і призначені для розваг як дітей, так і дорослих. Головною особливістю тематичних парків є те, що всі їхні елементи (навколишнє середовище, атракціони, заходи, програми та шоу) присвячені певній тематиці, наприклад, «Дикий Захід» або «Піратський острів».

2.3 Структура туру. Система маршрутів

Туристичний маршрут – це сукупність туристичних товарів, послуг і товарів, представлених у вигляді програми, адаптованої до індивідуальних побажань, яка поєднує мету перебування за межами постійного місця проживання із заходами, необхідними для її досягнення на належному рівні якості. Поїздки можна поділити на види відповідно до мети подорожі та форм організації, а також класифікувати за кількістю учасників, сезоном та тривалістю перебування (табл. 2.3).

На ринку туристичних послуг основним ринковим продуктом туристичних компаній є комплексний продукт: подорож та її складові (транспортні послуги, включаючи бронювання та продаж квитків, екскурсійне обслуговування тощо).

Таблиця 2.3 – Розподіл видів турів за ознаками

Ознаки	Види турів
1. Мотивація	<ul style="list-style-type: none"> • курортно-лікувальний; • рекреаційний; • культурно-пізнавальний; • спортивний; • діловий; • науковий, конгресний; • релігійний; • етнічний та ін.
2. Організаційні засади	<ul style="list-style-type: none"> • пекідж-тур (комплексний); • інклюзив-тур (індивідуальний).
3. Форми організації	<ul style="list-style-type: none"> • організовані; • самодіяльні подорожі.
4. Кількість учасників	<ul style="list-style-type: none"> • групові; • індивідуальні.
5. Сезонність	<ul style="list-style-type: none"> • цілорічні; • сезонні.
6. Термін подорожування	<ul style="list-style-type: none"> • уїкендові (1-2 доби); • короткотермінові (тиждень); • середньотермінові (2-3 тижні); • довготермінові (крузні - майже півроку, рік).
7. Клас обслуговування	<ul style="list-style-type: none"> • VIP-тури; • люкс-апартамент; • перший клас; • туристичний; • кемпінг.
8. Набір послуг	<ul style="list-style-type: none"> • ліжко-сніданок (B&B, Bed andBreakfast); • напівпансіон; • повний пансіон; • усе включено (all inclusive); • усе включено плюс.
9. Маршрут	<ul style="list-style-type: none"> • лінійні; • кільцеві; • радіальні; • комбіновані.
10. Засоби долання	<ul style="list-style-type: none"> • транспортні; • пішохідні.
11. Види транспорту	<ul style="list-style-type: none"> • наземні: автомобільний, автобусний, залізничний, мотоциклетний, велосипедний, кінний та інші; • водні: річковий, морський, підводний; • повітряні: авіаційний, повітряні кулі; інші види.
12. Масштаби	<ul style="list-style-type: none"> • міжнародний; • внутрішній.

Туристична організація організовує споживання туристичного продукту, укладаючи партнерські угоди на обслуговування туристів. Діяльність туристичної організації спрямована на розробку та реалізацію туристичного

продукту, який задовольняє цільові рекреаційні потреби населення з точки зору якості та ціни.

Пакет послуг (турпакет) – це туристичний продукт, розроблений туроператором, який складається з певного набору послуг: транспорт, розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування тощо. Пакет послуг для подорожі розробляється відповідно до мети подорожі та потреб туристів в обраному виді туристичного відпочинку.

При розробці подорожі та її пакету існує два способи роботи з туристами:

– продаж індивідуальних турів;

– продаж комплексних турів.

Індивідуальні тури. У випадку з індивідуальними турами програма розробляється і конфігурується на основі вимог туриста і за його особистої участі.

Тур «все включено». Це тур, який включає конкретний, заздалегідь визначений (до контакту з клієнтом) пакет послуг, орієнтований на певний вид розваг або туризму, а також на соціальний клас і вік туристів. Склад послуг турпакету не змінюється під час його реалізації.

Вибір товарної форми туру визначається метою і видом подорожі. Відповідно, тури поділяються на мобільні – інтенсивні подорожі з максимально можливим охопленням об'єктів, що цікавлять, і статичні – більш спокійний відпочинок з обмеженою кількістю виїздів. За цим критерієм тур може бути сформульований як пересувний прогулянковий тур або статичний тур. Найпоширенішими є розважальні тури, метою яких є відпочинок у певному місці або локації, та медичні тури, коли пересування обмежене через лікування, на статичному маршруті. Вибір маршрутної схеми мобільності передбачає динамічні форми проведення дозвілля і більше підходить для освітніх та молодіжних програм.

Туристичний маршрут – це заздалегідь спланований туристами або туристичною організацією туристичний маршрут, що характеризується певною послідовністю пересування туристів у певних географічних точках.

Компонентами туристичного маршруту є початковий, проміжний і кінцевий пункти, а також дороги і шляхи, що з'єднують їх безпосередньо або через перехрестя.

Для роботи з туристами маршрути класифікуються наступним чином:

– територія, яку вони охоплюють – міжміські (міжнародні, національні та регіональні), місцеві та короткі;

– види транспорту – пішохідні, велосипедні, лижні, водні, кінні, комбіновані, пішохідні;

– тривалість – короткотривалі, багатоденні;

– мета подорожі (призначення) – навчальна, пізнавальна (екскурсійна, краєзнавча, екологічна), оздоровча (рекреаційна), спортивна, екстремальна тощо;

– тип маршруту – лінійні, радіальні, кільцеві.

Місцеві маршрути – це маршрути, які починаються і закінчуються в одній місцевості (регіоні) і тривають не більше одного дня.

Маршрути на *короткі відстані* – це ті, що тривають два–три дні і можуть охоплювати територію однієї або кількох областей.

Регіональні маршрути охоплюють територію області і тривають більше трьох днів, національні маршрути охоплюють територію країни, а міжнародні маршрути перетинають кордони країни.

Кільцева дорога – дорога, яка починається і закінчується в одній точці, наприклад, Золоте кільце Славутича.

Лінійна дорога – маршрут, який починається і закінчується в різних точках. Він проходить через низку туристичних баз у різних регіонах.

Асугарний маршрут – маршрут, на якому турист зупиняється в туристичній базі (готелі) і здійснює тур або екскурсію з туристичної бази (готелю).

Одиничний маршрут – маршрут, при якому турист використовує один і той самий вид транспорту, щоб дістатися до місця призначення і назад.

Комбінований маршрут – подорож, що поєднує в програмі обслуговування елементи тематичних маршрутів, екскурсій, фізичної культури та відпочинку.

2.4 Характеристики та структура туристичного продукту

Туристичний продукт, що має споживчі властивості і функціонує як ринкова пропозиція, повинен мати такі характеристики:

- задовольняти певні потреби людей у відпочинку та бути корисним і цінним для якомога більшої кількості людей (масових споживачів);

- відповідати потребам туристів як в цілому, так і в окремих їх елементах (товари і послуги повинні відображати деталі маршруту і відповідати меті подорожі);

- бути достовірним, тобто містити достовірну інформацію та відповідати рекламі;

- забезпечувати максимально можливий вплив на туристів при мінімально можливих витратах, викликати у туристів почуття задоволення від подорожі та забезпечувати рівень туристичного обслуговування, який є прийнятним або вищим за очікування;

- бути всеосяжним, повним і повністю відповідати програмі обслуговування;

- бути гнучким і готовим до обслуговування різних категорій туристів і не залежати від змін в обслуговуючому персоналі;

- бути чітким, прозорим, зрозумілим для клієнтів, простим у використанні і не мати недоліків у технології обслуговування.

Характеристики туристичного продукту:

- через сезонні коливання попиту виникає так зване явище насичення. В результаті можна виділити окремі туристичні регіони (наприклад, «Сонячне море» – Кіпр і Греція; «Відпочинок і лікування» – Карлові Вари, Кагул);

- туристичний продукт створюється зусиллями багатьох організацій, кожна з яких має свої власні методи роботи, специфічні потреби та бізнес-цілі;

– клієнт долає відстань між продуктом і місцем, де туристичний продукт споживається;

– туристичний продукт залежить від таких змінних, як час і місце.

Фактор сезонності має велике значення (маркетингова діяльність туристичної організації відрізняється у високий і низький сезон); у низький сезон потрібні додаткові послуги тощо.

Велике значення мають зовнішні форс–мажорні фактори, тобто ті, які не залежать від волі та дій клієнта, такі як погода, природні умови, політика, міжнародні події тощо.

Експерти виділили кілька ключових характеристик туристичного продукту для споживачів:

– доцільність – надання всіх послуг має відповідати меті подорожі туриста;

– надійність – відповідність між продуктом, який фактично пропонується туристу, і рекламою, а також достовірність інформації;

– ефективність – досягнення максимально можливого ефекту для туриста при мінімізації витрат;

– цілісність – повнота туристичного продукту;

– зрозумілість і простота – споживання та орієнтація туристичного продукту повинні бути зрозумілими як для туриста, так і для виробника;

– гнучкість – туристичний продукт повинен пропонувати можливість заміни певних послуг з метою орієнтації на різних споживачів;

– корисність – здатність служити будь–якій меті для задоволення потреб певної цільової групи споживачів.

Як відомо, туристичний продукт – це будь–яка послуга, яка задовольняє потреби туристів під час їхньої подорожі і за яку вони платять. Насправді існують поняття основних послуг та додаткових послуг. Однак суттєвих відмінностей між ними з точки зору власності споживача немає. Наприклад, екскурсії, включені в туристичний пакет, вважаються базовою послугою, але якщо турист купує їх самостійно в місці проживання, вони стають додатковою послугою.

Туристичний пакет.

Туристичний пакет – це базовий (обов’язковий) набір послуг, що надається в рамках індивідуального або групового плану подорожі і пропонується до продажу в послідовності чотирьох обов’язкових елементів: туристичний центр, послуги трансферу, послуги розміщення та транспортні послуги.

Туристичний центр.

Туристичний центр – це місце надання туристичних послуг, яке генерує комплексний інтерес і поєднує мотивації осіб щодо рекреаційно–туристичних ресурсів: природних, культурних, історичних, екологічних, етнічних, соціальних, демографічних, інфраструктурних та ін.. Цей елемент є обов’язковим, оскільки без елемента інтересу не може бути організована жодна поїздка.

Транспорт.

Транспорт є однією з найважливіших передумов туристичної подорожі. Транспортні послуги є постійним елементом у структурі туризму.

Транспорт – це сукупність транспортних засобів, шляхів сполучення, засобів управління та зв'язку, а також різних пристроїв, механізмів і технічних споруд, що забезпечують їх роботу. До транспортних засобів належать різні види транспортної техніки – локомотиви, вагони, морські та річкові судна, літаки, автобуси, автомобілі тощо.

Транспортні шляхи – це автомобільні, залізничні, водні, повітряні шляхи, монорейкові та канатні дороги, спеціально призначені для переміщення вантажів і пасажирів.

Об'єкти, що забезпечують транспортні операції, включають локомотивні та вагонні депо, гаражі, автостоянки, станції технічного обслуговування, пасажирські термінали, залізничні вокзали, аеропорти та порти.

Розвиток туризму і транспорту тісно пов'язаний і взаємозалежний. Загальновизнано, що туризм, як загальне соціально–економічне явище, є результатом виникнення і розвитку транспорту. Створення залізниць і відкриття регулярного пароплавного сполучення призвело до фундаментальних змін у транспортній системі. Пізніші види транспорту мали ще більший вплив на розвиток туризму. Високі темпи туристичних подорожей в останні десятиліття безпосередньо пов'язані з науково–технічним прогресом у сфері транспорту.

Послуги розміщення.

Туристичні засоби розміщення визначаються як будь–який заклад, де туристи залишаються на ночівлю час від часу або на регулярній основі.

Туристичні засоби розміщення включають: готелі, мотелі, кемпінги, туристичні котеджі, гостьові будинки, водні готелі та інші засоби розміщення. Згідно з міжнародними рекомендаціями (Всесвітня туристична організація), засоби розміщення туристів поділяються на чотири групи:

- готелі та аналогічні засоби розміщення;
- комерційні та соціальні засоби розміщення;
- спеціалізовані засоби розміщення;
- приватні засоби розміщення туристів.

Готелі та хостели є основними типами розміщення, тоді як всі інші типи є додатковими.

Первинне житло

Пансіонати є найпоширенішим типом постійного розміщення туристів. Вони характеризуються високим рівнем зручностей та послуг.

Готелі – це заклади, що мають щонайменше 10 номерів і не більше 20 відсотків ночівель проводяться у номерах, більших за двомісний номер (готель – це заклад, що пропонує готельні послуги, тобто тимчасове надання в оренду кімнат чи приміщень або надання послуг, пов'язаних з орендою кімнат чи приміщень).

У туристичній літературі розрізняють різні типи готелів:

– *туристичні готелі* – це специфічний тип готелів, призначений для надання туристам послуг, пов’язаних з їхньою подорожжю;

– *транзитний готель* – готель, який обслуговує людей, що тимчасово залишили своє основне місце проживання (на день, тиждень або місяць) з діловими або туристичними цілями;

– *кондомініум* – будівля, в якій розташовані квартири з додатковими послугами, що є частиною готельної програми. На відміну від транзитних готелів, житлові готелі є офіційним житлом для своїх клієнтів.

Інші засоби розміщення.

Унамотелі – це готелі для автомобілістів. Вони розташовані вздовж автомагістралей або на в’їздах до міст. Мотель – це відносно комфортабельний готель для мандрівників, які подорожують автомобілем, з парковкою, автосервісом, ресторанами чи кафе та іншими зручностями.

Готель типу «*ліжко та сніданок*» – це помешкання з щонайменше 7 номерами, готельними послугами та цілодобовим рестораном.

Комерційне розміщення.

Туристичні бази – місця надання туристичних послуг (готелі, кемпінги або молодіжні центри, мотелі, турбази тощо); об’єкти, пов’язані з активним туризмом; відправні пункти радіальних і кільцевих маршрутів; пункти зупинок лінійних маршрутів (пішохідних, водних, лижних, велосипедних тощо).

Кемпінг – літній табір для автомобілістів, обладнаний технічними засобами, зв’язком, водопостачанням, наглядом за автотранспортом і ночівлею в наметах, ліжках і караванах. Парковка є обов’язковою.

Бунгало – невелика споруда з легких матеріалів для проживання туристів. Поширене в молодіжних таборах.

Рекреаційний центр – рекреаційний об’єкт, який використовує різноманітні рекреаційні види діяльності та ресурси в цій місцевості.

Потокінг – сезонний рекреаційний об’єкт з приміщеннями та обладнанням для обслуговування човнів. Розташовується на проміжних пунктах лінійних маршрутів водного туризму. Місткість 50–200 осіб.

Моторизований кемпінг – поширений тип туристичних об’єктів, таких як цілорічні бази та літні табори.

Спеціалізовані засоби розміщення

Заклади розміщення, які переважно приймають людей, що займаються кваліфікованим активним туризмом, таким як водний, кінний, авіаційний, автомобільний тощо.

Ротель – туристичний об’єкт, призначений для літнього відпочинку в караванах.

Ботель – цілорічна туристична база, подібна до туристичного центру, розташована на березі річки або іншої водойми, з приміщеннями для обслуговування човнів. У системі водних туристичних маршрутів це початкові, кінцеві або проміжні пункти, де є численні атракції і де туристи мають зупинитися на довгий час. Човни слугують центрами для радіальних водних шляхів. У холодну пору року їх використовують як готелі, рибальські хатини, спортивні центри тощо. Вони мають місткість 100–200 ліжок.

Афлотель (плавучий готель, готель на воді) – сезонний курорт, що повністю функціонує на воді, зі спальними та громадськими приміщеннями на понтонах або старих човнах. Вміщує 200–300 місць. Причали можуть бути з'єднані, утворюючи марину для прогулянкових катерів. Флот призначений для зупинок у мальовничих місцях вздовж маршруту на 1–3 дні. Понтони можуть кидати якір на березі озера або водосховища на час круїзу і служити базою для радіальних водних маршрутів. На відміну від човнів, понтони пропонують туристам широкий спектр послуг для відпочинку на воді: водні ліжкі, рибальське спорядження тощо. Поширені в США, Іспанії та Швейцарії.

Гліостелі – заклади, що мають щонайменше 10 ліжко–місць на добу, розташовані в проміжному пункті лінійного або кільцевого туристичного маршруту, і надають готельні послуги переважно кваліфікованим фахівцям у сфері туризму.

Пансіонати – це будинки або кімнати, які власники надають туристам під час туристичного сезону для проживання; у містах з дефіцитом житла деякі приватні помешкання використовуються цілий рік.

Трансфер.

Ця послуга полягає у зустрічі людини з табличкою на її ім'я в пункті прибуття. Туриста супроводять до автомобіля і без проблем відвезуть до готелю. У цьому випадку шанси загубитися в чужому місті зводяться до нуля, і людина не пошкодує, що заплатила туристичному агентству за цю послугу.

Багато туристичних агентств також пропонують додаткові послуги, такі як букет квітів біля воріт, келих шампанського в салоні літака тощо. Однак слід пам'ятати, що навіть найменша індивідуальна послуга трансферу може коштувати щонайменше 50–100 доларів, а то й більше. Також потрібно знати, що недорогою альтернативою особистому транспорту є груповий транспорт. Ця послуга зазвичай включена у вартість групової поїздки і не вимагає додаткових витрат. Туриста зустрінуть у місці прибуття, але пересадять не на лімузин, а на звичайний автобус, та разом з десятками інших туристів відвезуть до готелю.

Слід зазначити, що в цьому випадку подорож буде довшою і менш комфортною. Практика показує, що зібрати всіх туристів і виїхати за п'ять хвилин практично неможливо. Зазвичай після прибуття одна людина виходить викурити сигарету, інша – в туалет, третя – купує сувеніри. Якщо автобус від'їжджає на півгодини пізніше запланованого – це успіх. Не факт, що всі попутники поїдуть в один і той самий готель, тому може статися так, що доведеться кілька разів зупинятися, перш ніж дістатися до готелю. Крім того, туриста можуть зовсім не чекати або не знайти. Такі реалії життя.

Але також потрібно знати, що автобус може бути альтернативою місцевому таксі. Послуга таксі коштує недешево, особливо, якщо поїздка дуже довга. Іноді вона навіть порівнянна з вартістю особистого супроводу. У цьому випадку доведеться самостійно шукати таксі і спілкуватися з водієм. Це складно, якщо не знати місцевої мови, адже наївно очікувати, що всі розуміють англійську.

Найкращий спосіб пересування – це метро або інший громадський транспорт. Їх легко можна порекомендувати в європейських країнах, де можна

дивуватися і захоплюватися трамваями: «Які швидкі!», «Які чисті!». Але якщо турист вирішить поїхати в Індію автобусом, то можна сказати, що незабутні спогади йому гарантовані, і це будуть негативні спогади. Буде добре, якщо туриста не пограбували під час подорожі, що повністю зіпсує враження від відпочинку.

Транспорт – це дуже зручно. Чим вища ціна, тим він комфортніший. Турист має право сам вирішити та обрати груповий транспорт, чи особистий транспорт класу люкс. Єдине, на що варто звернути пильну увагу, – це те, які послуги пропонує туроператор за обумовлену суму грошей. Для групових перевезень це включає точну тривалість подорожі, марку автобуса, наявність в автобусі кондиціонера і кількість зупинок між ними. Для індивідуальних трансферів – тип транспортного засобу, вартість трансферу без додаткових послуг і вартість трансферу з додатковими послугами. Обов'язково необхідно порівнювати представлені варіанти, і лише після їх аналізу дати остаточну відповідь щодо реалізації запропонованих послуг.

Успіх бізнесу на туристичному ринку в першу чергу визначається привабливим туристичним продуктом. Термін «продукт» відображає якість або сутність чогось матеріального та абстрактного (наприклад, їжі, приготованої шеф-кухарем у ресторані, або послуг екскурсовода, який знайомить туриста з певною місцевістю чи музеєм). Однак туристичний продукт – це також поєднання дуже складних різномірних елементів:

1. Природні ресурси (повітря, вода, сонце, ландшафт тощо), історичні, культурні та архітектурні пам'ятки, які можуть привабити туристів і спонукати їх до відвідування.

2. Об'єкти інфраструктури (туристичні готелі, ресторани, місця для відпочинку та спорту тощо), які самі по собі не впливають на мотивацію до подорожі, але їх відсутність є основним бар'єром для потенційних мандрівників.

3. Варіанти подорожей, які частково залежать від моди на різні види транспорту, якими користуються туристи. Ці варіанти оцінюються з точки зору доступності, а не швидкості подорожі.

У більшості випадків туристичний продукт є результатом зусиль кількох компаній. Маркетинг у туризмі спеціально спрямований на вивчення сукупного продукту різних сфер діяльності. Він передбачає передачу інформації, необхідної для пошуку компромісу між кращим задоволенням потреб споживачів і максимізацією прибутку для виробників.

Аналізуючи туристичний продукт, необхідно отримати чітку відповідь на питання «Що насправді купить турист?». До певного моменту туристичний продукт не має реальної цінності для споживача. Люди купують на ринку не товар, а його функціональну здатність задовольняти певну людську потребу. Турист, наприклад, платить не за проживання в готелі, а за нові відчуття і відкриття невідомого, не за стейк, а за задоволення. Він стає клієнтом лише тоді, коли розуміє, що продукт здатен задовольнити важливу для нього потребу. Маркетинг якраз і займається тим, щоб спрямувати товар, який потрібен людям, у конкретне місце за конкретною ціною.

Для того, щоб туристична організація досягла ринкового інтересу до свого продукту (туристичного продукту), необхідно детально вивчити характеристики продукту та особливості його споживання, а також виявити найбільш привабливі для туристів аспекти.

Як відомо, туристичний продукт – це будь-яка послуга, яка задовольняє потреби туристів під час подорожі і за яку вони платять. На практиці використовуються поняття основних і додаткових послуг. Однак суттєвих відмінностей між ними з точки зору власності споживача немає. Наприклад, екскурсії з повним обслуговуванням вважаються базовою послугою, але якщо турист купує їх самостійно в місці перебування, вони стають додатковою послугою.

Різниця між основними та додатковими послугами полягає в їхньому зв'язку з пакетом або набором туристичних послуг, які спочатку придбав турист.

На практиці основним туристичним продуктом є комплексна послуга – єдиний набір послуг, що продається туристу як єдиний «пакет».

За аналогією з матеріальними товарами, туристичний продукт має три рівні:

- продукт у дизайні;
- фактичний продукт на виході;
- продукт з акцентом.

Основою будь-якого туристичного продукту є задоволення потреби. Тому ядром продукту, сутнісним аспектом продукту є так звана ідея, тобто спрямованість продукту на вирішення певної проблеми, на задоволення певної потреби. Але що ж купує турист? Насправді, як уже згадувалося раніше, купується не сам по собі продукт, який має певні характеристики, а його здатність задовольняти певну потребу. Тому для туристичної компанії дуже важливо презентувати і просувати не характеристики продукту, а реальні вигоди і переваги, які продукт пропонує клієнту.

Якщо ідея туристичного продукту – це зміст, то форма туристичного продукту – це сукупність характеристик, які дозволяють реалізувати ідею, тобто задовольнити потребу споживача. Тому другий рівень туристичного продукту – це його якість та характеристики: якість, комфорт, престиж, економічність, безпека, враження тощо.

Третій рівень – це туристичний продукт із супроводом. Діяльність туристичної організації має бути спрямована на встановлення дружніх стосунків з клієнтом, надання йому всебічної допомоги, додаткових і символічних вигод. Цього можна досягти завдяки високій якості та швидкості обслуговування, наданню консультацій та інформації, неформальному спілкуванню тощо.

Покращення туристичного продукту робить значний внесок у залучення та утримання клієнтів. Отже, якість обслуговування визначається:

- ефективністю роботи, пов'язаної з підбором та організацією турів на основі попиту клієнтів;

– ввічливістю в обслуговуванні, що виражається в доброзичливості персоналу турфірми, увазі до запитів кожного клієнта і терплячості при обговоренні маршруту;

– відповідністю між запропонованим маршрутом та його реальним наповненням;

– злагоженістю усіх елементів комплексної послуги.

Швидкість надання послуги в цілому визначає ступінь задоволеності кожного клієнта:

– час, необхідний для визначення маршруту;

– час, витрачений на оформлення необхідних документів (паспортів, віз, квитків тощо);

– час, витрачений на отримання довідкової інформації.

Хоча інформаційні послуги надаються безкоштовно, вони значною мірою відповідають за те, як туристичні агенції продають свої туристичні продукти.

Для інформування споживачів вони, як правило, використовують каталоги, проспекти, листівки, флаєри, брошури та інформаційні бюлетені, що містять детальну інформацію про зміст та якість пакету послуг, ціни тощо, і ці матеріали мають бути розповсюджені серед усіх клієнтів, які виявили зацікавленість у придбанні конкретної подорожі. Крім того, споживач повинен отримати додаткову інформацію та консультації щодо процедур бронювання, оплати, зміни та анулювання, а також з усіх інших питань (паспортно-візові, митні та валютні правила, природно-кліматичні особливості, медичне обслуговування, страхування тощо).

Наявність інформаційних матеріалів, володіння ними персоналом туристичної організації та їх безкоштовне надання на вимогу туриста є необхідною умовою для створення та успішного просування туристичного продукту.

Ідея просування туристичного продукту змушує уважніше придивитися до поведінки клієнта, до того, як він комплексно вирішує проблему, яку хоче вирішити, купуючи туристичний продукт. З точки зору конкуренції, такий підхід дозволяє туристичній організації визначити можливості для покращення пропозиції свого продукту в найефективніший спосіб.

Нова конкуренція полягає не в тому, що туристичні компанії пропонують, а в тому, що вони додають до свого продукту у вигляді конкретних послуг, порад, інформації, особливостей обслуговування та інших елементів, які люди цінують. Тому туристичні агенції повинні постійно шукати ефективні способи покращити свою пропозицію на ринку.

2.5. Туристичні послуги та додаткові екскурсійні послуги

Додаткові туристичні послуги та екскурсії – це послуги, які не передбачені туристичною путівкою або ваучером і надаються споживачеві за його вибором, зокрема: оренда житла, телефон, побутові послуги, пошта, обмін грошей, додаткове харчування, проїзд у громадському транспорті, оренда автомобіля, зберігання багажу, розваги, бронювання місць, комерційне

телебачення, відео, бронювання квитків, користування міні-баром та ін.. Статистика показує, що більшість туристів витрачають на додаткові туристичні послуги та екскурсії набагато більше, ніж вартість самої подорожі.

Наприклад, квиток на гігантський пором Viking Line (з Гельсінкі до Стокгольма) коштує зовсім небагато, але розваги на борту цього корабля настільки різноманітні та коштовні, що туристи витрачають багато грошей за одну нічну переправу, а це означає, що вся дорога поїздка розпродана і компанія заробляє великі гроші. Пропозиція широкого спектру туристичних послуг і додаткових екскурсій є важливою концепцією в організації туризму: турист повинен прийти до місця відпочинку, і завдання туроператорів на місці – зробити так, щоб він витратив якомога більше, а успіх у цьому відношенні залежить від якості обслуговування, надійності, різноманітності та популярності активних видів відпочинку і розваг на свіжому повітрі.

Завдання для самостійного контролю

1. Охарактеризувати туристичний продукт, який наділений споживчими властивостями та виступаючий на ринку як пропозиція.
2. Проаналізувати відмінність туристичного продукту від туристичної послуги.
3. Навести приклади закладів розміщення туристів.
4. Розрахувати валовий туристичний продукт України за останні п'ять років.
5. Надати характеристику транспортних підприємств України, які пов'язані з туристичною діяльністю.
6. Розглянути класифікацію туристичних маршрутів.

ТЕМА 3. СВІТОВА І НАЦІОНАЛЬНА ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА. МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИЗМУ

План:

3.1. Туристична політика: визначення та значення

3.2. Інтеграційні та глобалізаційні процеси в туризмі

3.3. Управління туризмом в Україні: структура управління, установи та організації

3.4. Механізм регулювання туристичної діяльності

3.5. Забезпечення безпеки життя та здоров'я туристів. Класифікація факторів туристичних ризиків

3.1. Туристична політика: визначення та значення

Туристична політика – це система соціальних, економічних, правових, зовнішньополітичних, культурних та інших методів, заходів і дій, що здійснюються державними, громадськими та приватними організаціями, об'єднаннями та установами з метою створення сприятливих умов для розвитку туристичної галузі, раціонального використання туристичних ресурсів та підвищення ефективності функціонування туристичної системи.

Державна політика у сфері туризму реалізується шляхом:

– визначення та реалізації основних напрямів державної політики у сфері туризму та пріоритетних напрямів розвитку туризму;

– визначення порядку класифікації, оцінки, використання та охорони туристичних ресурсів в Україні;

– виділення бюджетних коштів на розробку та реалізацію програм розвитку туризму;

– визначення основ безпеки туризму, регулювання відносин у сфері туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);

– ліцензування у сфері туризму;

– стандартизація туристичних послуг та їх сертифікація;

– визначення кваліфікаційних вимог до робочих місць фахівців туристичного супроводу;

– видача ліцензій на надання послуг туристичного супроводу;

– створення системи бухгалтерського обліку та статистичної звітності у сфері туризму та туристично-розважальних комплексів;

– організація та загальний контроль за дотриманням законодавства у сфері туризму;

– визначення пріоритетних напрямів та координація наукових досліджень і підготовки кадрів у сфері туризму;

– участь у формуванні та реалізації міжнародних програм розвитку туризму.

3.2 Інтеграційні та глобалізаційні процеси в туризмі

Аналітики сьогодні вважають, що розвиток міжнародного туризму базується на таких *факторах*:

- економічне зростання та соціальний розвиток призвели до збільшення кількості ділових поїздок та подорожей з метою відпочинку;
- розвиток усіх видів транспорту здешевлює подорожі;
- збільшення кількості службовців і робітників у розвинених країнах та підвищення їхнього матеріального і культурного статусу;
- інтенсифікація праці та збільшення тривалості відпусток для працівників;
- розвиток міждержавних відносин і культурних обмінів між країнами призвів до посилення комунікації між регіонами;
- розвиток сфери послуг стимулював розвиток транспорту і технічний прогрес у сфері телекомунікацій;
- лібералізація валютних обмежень у багатьох країнах та спрощення прикордонних процедур.

Сучасна світова економіка характеризується складною ієрархічною структурою, багаторівневою класифікаційною моделлю, в якій за місцем розташування виділяються локальні територіальні одиниці, мікрорегіони, мезорегіони, макрорегіони, суперрегіони, метарегіони тощо (табл. 3.1).

Підтвердженням пріоритетності туризму стала успішна організація фінальної частини чемпіонату Європи з футболу 2012 року, прийняття Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року, інших заходів та нормативно–правових актів.

Термін «глобалізація» (фр. global, лат. globus) з'явився в літературі в 1970–х роках для опису нових стратегій глобального виробництва та розподілу сировини, енергії, товарів, фінансів тощо.

Зростаючий попит на туристичні послуги призвів до сильної конкуренції та збільшення кількості транснаціональних компаній у туристичній та готельній індустрії. Сучасний туризм має характеристики масового туристичного продукту зі стандартизацією та масовим виробництвом, спеціалізацією та диверсифікацією пропозиції, а також сучасним, часто віртуальним, маркетингом та рекламою.

Про важливість і роль туризму на регіональному та міжнародному рівнях свідчать обсяги туристичних поїздок, кількість людей, зайнятих у туризмі та пов'язаних з ним галузях, обсяги валютних надходжень від туризму, а також витрати на туризм і дозвілля. Нові напрямки і тенденції в міжнародному туризмі також є результатом геополітичних змін.

Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) була заснована у 1925 році як Міжнародна конференція офіційних туристичних асоціацій у Гаазі. Після Другої світової війни організацію було перейменовано на Міжнародну федерацію офіційних туристичних організацій, а потім на Всесвітню туристичну організацію. У 2003 році ЮНВТО отримала статус спеціалізованої

установи Організації Об'єднаних Націй, що підтверджує її провідну роль у міжнародному туризмі.

Таблиця 3.1 – Просторова структура світового господарства

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

Відповідно до статті 3 Статуту ЮНВТО, головною метою ЮНВТО є «сприяння розвитку туризму з метою сприяння економічному розвитку, міжнародному взаєморозумінню, миру і процвітання, а також загальній повазі і дотриманню прав людини і основних людських цінностей для всіх народів без розрізнення раси, статі, мови і релігії». Керівними органами ЮНВТО є:

1. Асамблея є вищим органом ЮНВТО.

2. Регіональні комітети. ЮНВТО має шість регіональних комітетів: Африка, Америка, Близький Схід, Східна Азія та Тихоокеанський регіон, Європа та Південна Азія.

3. Комітети. ЮНВТО має спеціальні комітети, створені членами ЮНВТО для надання рекомендацій щодо напрямку та змісту програми роботи. До таких комітетів відносяться Комітет з бюджету та фінансів, Комітет зі статистики туризму та макроекономічного аналізу та інші.

У Секретаріаті, який очолює Генеральний секретар Талеб Аль-Ріфаї (громадянин Йорданії), працює близько 90 штатних співробітників у штаб-квартирі ЮНВТО в Мадриді.

3.3 Управління туризмом в Україні: структура уряду, установи та організації

Основними завданнями державної організації в секторі туризму є:

– забезпечення права громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення та зміцнення здоров'я, безпечне для життя і здоров'я довкілля, закріпленого Конституцією України;

– задоволення духовних потреб та інших прав;

– безпека туризму, захист законних прав та інтересів туристів тощо;

– забезпечення законних прав та інтересів туристичних організацій та їх об'єднань, власників або користувачів земельних ділянок, будівель та об'єктів туристичної інфраструктури;

– збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та навколишнього природного середовища, дотримання державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;

– створення сприятливих умов для розвитку туристичної індустрії та підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

Регулювання у сфері туризму здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, який є центральним органом виконавчої влади в галузі туризму, Кабінетом Міністрів Автономної Республіки Крим, органами місцевої державної адміністрації, органами місцевого самоврядування та іншими органами в межах їх компетенції.

Міністерство інфраструктури України є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади з формування та забезпечення реалізації державної політики.

У сфері туризму центральним органом виконавчої влади є Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ), діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністерство інфраструктури, яке реалізує державну політику у сфері туризму та курортів (крім здійснення державного нагляду (контролю) у сфері туризму та курортів).

Департамент у своїй діяльності керується Конституцією та законами України, указами Президента України, постановами Верховної Ради України, прийнятими відповідно до Конституції та законів, актами Кабінету Міністрів України та іншими актами законодавства.

Основними завданнями Департаменту є:

1. Реалізація державної політики у сфері туризму та туристичних курортів (за винятком здійснення державного нагляду (контролю) у сфері туризму та туристичних курортів).

2. Внесення Міністру інфраструктури пропозицій щодо формування державної політики у сфері туризму та курортів (крім державного нагляду (контролю) у сфері туризму та курортів).

Відповідно до покладених на нього завдань Орган:

1. Узагальнює практику застосування законодавства з питань, що належать до його компетенції, готує пропозиції щодо вдосконалення

законодавства, актів Президента України та Кабінету Міністрів України, наказів міністерств та подає їх в установленому порядку Міністру інфраструктури, бере участь у погодженні проєктів законів та інших нормативно-правових актів, що подаються на погодження до інших міністерств та центральних органів виконавчої влади.

2. Бере в установленому порядку за дорученням Міністра інфраструктури участь у діяльності міжнародних організацій та забезпечує виконання зобов'язань, що випливають з членства в таких організаціях.

3. Бере участь у розробленні та реалізації програм розвитку туризму та туристичних курортів в Україні.

4. Розробляє та подає в установленому порядку пропозиції Міністру інфраструктури:

- організовує облік туристичних ресурсів України та забезпечує їх раціональне використання і охорону;

- визначає перелік посад фахівців із забезпечення туризму та кваліфікаційних вимог до них;

- визначає порядок створення та ведення Державного реєстру природних територій туристичних курортів;

- складає програми управління транспортними шляхами з туристичною інфраструктурою;

- організовує порядок видачі ваучерів на надання та використання туристичних послуг;

- складає Положення про Комісію з визначення категорій готелям та іншим об'єктам, що надають послуги з тимчасового розміщення, та Положення про Апеляційну комісію;

- визначає форму свідоцтва про встановлення готелю або іншому об'єкту з надання послуг з тимчасового розміщення певної категорії.

5. Забезпечує створення та ведення державного кадастру природних курортних територій.

6. Сприяє створенню та веденню Державного реєстру природних рекреаційних ресурсів.

7. Присвоює відповідні категорії об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим засобам розміщення, закладам харчування, санаторно-курортним закладам тощо) відповідно до законодавства, видає свідоцтва про присвоєння відповідних категорій об'єктам туристичної інфраструктури та веде облік свідоцтв про присвоєння категорій об'єктам туристичної інфраструктури.

8. Вживає заходів щодо підвищення конкурентоспроможності туристичного ринку, у тому числі заходів, пов'язаних з інтеграцією національного туристичного ринку до Єдиного європейського туристичного простору.

9. Внесення пропозицій та участь у проведенні досліджень туристичного ринку, підготовка та поширення інформації про Україну та туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині країни, зокрема, шляхом організації презентацій, ділових зустрічей, конференцій,

семінарів, симпозіумів тощо, щодо туристичних можливостей України, а також участь у виставкових заходах в Україні та за кордоном.

10. За дорученням Міністра інфраструктури в установленому порядку брати участь у підготовці проєктів міжнародних договорів України, готувати пропозиції щодо укладення та розірвання таких договорів, укладати міжнародні договори та забезпечувати виконання зобов'язань України за міжнародними договорами з питань, що належать до його компетенції.

11. Бере в установленому порядку участь за дорученням Міністра інфраструктури у міжнародних заходах, що стосуються туризму, міжнародного співробітництва та утвердження України на світовому туристичному ринку.

12. Участь у наданні в установленому порядку методичної, консультативної та іншої допомоги суб'єктам туристичної діяльності.

13. Участь у соціальній пропаганді у сфері туризму та курортів.

14. Забезпечення координації діяльності купальних закладів (незалежно від форм власності) щодо використання лікувальних ресурсів, а також діяльності підприємств, установ та організацій, що обслуговують курорти.

15. Забезпечення розгляду клопотань про оголошення природних територій курортами.

16. Погодження клопотань про оголошення територій природно-заповідного фонду курортами з власниками або користувачами земельних ділянок.

17. Забезпечення розроблення проєктів оголошення природних територій курортними.

18. Організація створення національної інформаційної мережі у сфері туризму та туристичних курортів.

19. Забезпечення розвитку національного та внутрішнього туризму і туристичних курортів.

20. Надання пропозицій Мінінфраструктури щодо оптимізації системи обліку, звітності та статистичної інформації у сфері туризму і курортів.

21. Надання пропозицій Мінінфраструктури щодо вдосконалення діяльності зі стандартизації, сертифікації та оцінки відповідності у сфері туризму.

22. Участь у визначенні пріоритетних напрямів наукових досліджень у сфері туризму та здійснення науково-дослідної діяльності у сфері туризму.

23. Участь у реалізації державної інвестиційної політики у сфері туризму та на туристичних курортах.

24. Видача ліцензій на здійснення туристичної діяльності та реєстрація ліцензій уповноважених туристичних організацій.

25. Здійснення державного нагляду (контролю) за додержанням туроператорами умов ліцензії на провадження туроператорської діяльності.

26. Розгляд звернень громадян з питань, що стосуються діяльності Управління та підприємств, установ і організацій, що належать до сфери його управління.

27. Виконання завдань, пов'язаних з управлінням об'єктами державної власності, що належать до сфери його управління.

28. Забезпечення організації та проведення технічних конкурсів на реалізацію проєктів, спрямованих на здійснення заходів щодо розкриття туристичного потенціалу України.

29. Здійснює інші повноваження, визначені законом.

ДАРТ організовує діяльність *Антикорупційної служби*:

– забезпечення здійснення заходів щодо запобігання корупції та контроль за їх застосуванням у межах повноважень, передбачених законодавством, забезпечує здійснення заходів щодо запобігання корупції та контролю за їх застосуванням у межах Антикорупційної служби;

– добір кадрів Агентства, організація в установленому порядку підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації посадових осіб і працівників Агентства;

– організовує планово–фінансову роботу Служби, здійснює контроль за використанням фінансових і матеріальних ресурсів, забезпечує організацію та вдосконалення бухгалтерського обліку в порядку, передбаченому законодавством;

– здійснює у межах своїх повноважень контроль за використанням державних коштів, виділених на реалізацію проєктів і програм, у тому числі міжнародних, у співпраці з відповідними центральними органами виконавчої влади;

– організовує ведення діловодства та архівування документів в апараті Агентства відповідно до встановлених правил;

– забезпечує в межах повноважень, наданих законом, реалізацію державної політики у сфері охорони державної таємниці, захисту конфіденційної інформації, технічного захисту інформації та контроль за її зберіганням в апараті ДАЗВ;

– забезпечення в межах повноважень, передбачених законом, виконання завдань, пов'язаних з підготовкою до мобілізації та готовністю держави до мобілізації.

Для виконання покладених на нього завдань *Офіс ДАРТ уповноважений*:

– залучати до виконання окремих робіт та участі у вивченні окремих питань науковців і фахівців (за їх згодою), працівників центральних і місцевих органів виконавчої влади, підприємств, установ та організацій (за згодою їх керівників);

– безоплатно одержувати від центральних та місцевих органів виконавчої влади, підприємств, установ та організацій (за згодою їх керівників), громадян та їх об'єднань інформацію, документи і матеріали;

– проводити засідання та утворювати комітети, робочі та експертні групи;

– користуватися інформаційними базами даних державних органів, державною системою урядового зв'язку та іншими технічними засобами;

– взаємодіяти з державними органами, органами місцевого самоврядування, допоміжними органами і службами, утвореними Президентом України, тимчасовими консультативними та іншими допоміжними органами, утвореними Кабінетом Міністрів України, а також громадськими об'єднаннями, профспілками та організаціями роботодавців.

ДАРТ очолює Президент Республіки, його голова призначається на посаду та звільняється з посади Кабінетом Міністрів України відповідно до законодавства про державну службу.

ДАРТ є юридичною особою публічного права, має печатку із зображенням Державного Герба України, власне найменування та бланк, рахунки в органах Казначейства.

Програма розвитку туризму – це комплекс взаємопов’язаних заходів правового, економічного та регуляторного характеру, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян та розвиток туристичної галузі.

Залежно від регіону, на який поширюється програма, та органу, який її затверджує, вона може бути: загальнодержавна, регіональна або інші програми розвитку туризму (наприклад, місцеві програми).

Закон України «Про внесення змін до Закону України “Про туризм” визначає мету затвердження таких програм:

- охорона, збереження, відновлення та раціональне використання туристичних ресурсів України;
- забезпечення безпеки туризму;
- забезпечення конституційних прав громадян на відпочинок та інших громадянських прав;
- забезпечення громадянської освіти;
- реалізація довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму.

Закон визначає порядок розроблення, фінансування та реалізації регіональних і місцевих програм розвитку туризму. Ці процедури не поширюються на загальнодержавні цільові програми. Кабінет Міністрів України розробляє, затверджує та фінансує виконання програм розвитку туризму в Україні відповідно до бюджетного законодавства.

3.4 Механізм регулювання туристичної діяльності

Нормативно–правовий та законодавчо–нормативний механізм.

Механізм державного управління туристичною галуззю – це збалансована система прийомів, інструментів і методів впливу органів державної влади на діяльність усіх учасників туристичного ринку, а також порядок їх практичного застосування в конкретному випадку, що визначає цілі та завдання розвитку галузі.

Загальне регулювання туристичної сфери проявляється через функціонування основних механізмів регулювання на всіх рівнях державного управління, а саме правового (адміністративного та судового), нормативно–правового, соціального, економічного та екологічного.

Правовий механізм регулювання – це система правових засобів (методів і форм), що використовуються для забезпечення порядку в суспільних відносинах і дотримання вимог правових норм.

Механізм правового регулювання є основою організації держави, тому він потребує максимального розвитку. Основними інструментами реалізації регулятивного механізму є:

- розмежування повноважень між центральними та місцевими органами виконавчої влади у сфері туризму;
- створення структурних підрозділів з питань туризму та туристичних курортів на всіх рівнях влади та створення координаційно–дорадчих органів;
- покращення зв'язків між місцевими органами влади та суб'єктами господарювання, що займаються наданням туристичних послуг;
- створення туристичних інформаційних центрів;
- удосконалення системи професійного навчання державних службовців та працівників органів місцевого самоврядування, відповідальних за розвиток туризму.

Механізм соціальної організації.

Враховуючи досвід державної підтримки розвитку соціального туризму за радянських часів та зарубіжний досвід, зокрема французький, німецький та польський, було визначено найбільш ефективні механізми соціалізації туристичного сектору в Україні:

1. Законодавчий – розробка та прийняття комплексної 10–річної державної програми розвитку соціального туризму в Україні.
2. Розробка та впровадження комплексної програми та плану реалізації комплексної програми розвитку соціального туризму в Україні.
3. Створення ефективних дисконтних схем для молоді та студентів, запровадження системи «культурних карт», популяризація міжнародних дисконтних та студентських карток, створення дисконтної системи для іноземних студентів та молоді, які приїжджають в Україну на навчання, з метою подорожі або за програмами культурного обміну.
4. Сприяння розвитку спеціалізованої інфраструктури та супутніх послуг (табори, інформаційні послуги, підручники, гуртожитки тощо) для задоволення потреб молодіжного туризму та культурного обміну.
5. Залучення місцевих органів влади до розвитку соціального туризму.

Механізм економічного регулювання.

Механізми економічного регулювання – це комплекс організаційних, нормативно–правових заходів, спрямованих на покращення взаємодії між загальноекономічною політикою та туристичною діяльністю. Наприклад, через банківську, грошово–кредитну, інвестиційну, інноваційну, кредитну, податкову, страхову політику тощо.

Згідно з дослідженнями ЮНВТО, можна виділити наступні державні економічні механізми стосовно туристичного сектору:

- державні субсидії на реалізацію конкретних туристичних проєктів;
- кредити за пільговими відсотковими ставками для туристичних підприємств;
- державні гарантії за кредитами та субсидіями, що надаються комерційними банками на розвиток туризму.

Механізм екологічного регулювання.

Механізм екологічного регулювання – це сукупність заходів, що вживаються державою для підтримання безпечного навколишнього природного середовища, захисту життя і здоров'я населення від негативного впливу

забруднення, досягнення гармонії у взаємодії суспільства і природи, охорони і раціонального використання природних ресурсів.

Існує два типи екологічної політики: негативна та позитивна. *Негативна політика* полягає у впровадженні заходів, спрямованих на мінімізацію негативного впливу на природу. Вона базується на використанні адміністративних інструментів регулювання: екологічних норм і правил, дозволів і штрафів. *Активна екологічна політика* зосереджена на моніторингу стану довкілля та постійному зменшенні негативного впливу на довкілля шляхом зміни ставлення громадян і виробників.

Державне регулювання охорони навколишнього природного середовища та раціонального використання природних ресурсів в Україні здійснюється шляхом поєднання правових, адміністративних та економічних заходів, які в сукупності становлять державну екологічну політику.

Регіональна державна політика у сфері туризму спрямована на забезпечення комплексного та збалансованого розвитку галузі з урахуванням її специфіки та особливостей відповідного регіону. З цією метою держава може використовувати низку прямих і непрямих інструментів впливу.

Таким чином, розвиток туризму в Україні базується на ринкових засадах, і держава регулює всі види туризму на основі законодавства, національної політики та індикативного планування.

Система міжнародного співробітництва.

Співробітництво – це система партнерських відносин на регіональному, національному та міжнародному рівнях. Вона забезпечує просування національного туристичного продукту країни на світовому ринку, сприяє участі у світовому інформаційному просторі та перейняттю кращого досвіду в організації туристичної діяльності.

У рамках реалізації міждержавних та міжвідомчих угод про співробітництво у сфері туризму створено 12 міжвідомчих робочих груп з Австрією, Болгарією, Угорщиною, Єгиптом, Латвією, Литвою, Німеччиною, Польщею, Словаччиною, Словенією, Туреччиною, Чехією та Угорщиною.

Особлива увага приділятиметься забезпеченню повноправного членства України в ЮНВТО та її участі в роботі статутних органів ЮНВТО, Генеральної асамблеї та Виконавчої ради. Розвивається багатостороннє співробітництво в рамках Ради з туризму СНД. Україна плідно співпрацює в рамках Робочої групи з туризму Організації Чорноморського економічного співробітництва.

В рамках Центральноєвропейської ініціативи (ЦЕІ) співпраця України у сфері туризму відбувається в рамках Робочої групи ЦЕІ з питань туризму відповідно до Комплексного плану співробітництва між Україною та ЦЕІ.

Державна служба туризму і курортів України системно розвиває співробітництво з країнами ГУАМ у сфері туризму, в тому числі бере участь у засіданнях Робочої групи з туризму ГУАМ.

Ефективний розвиток співробітництва потребує:

– збільшення фінансування розвитку галузі на державному та регіональному рівнях;

– створення сильного органу виконавчої влади у сфері туризму, широке використання знань і досвіду професіоналів у сфері туризму при розробці туристичного законодавства, заохочення створення в Україні різноманітних громадських неурядових туристичних організацій, тобто об'єднань у різних сферах туристичної діяльності (туроператорів, виставкових організацій, туристичних видань), а також їх членства у світових асоціаціях, міжнародних організаціях та об'єднаннях різної спрямованості;

– спрощення візових процедур для туристів, які прибувають в Україну з країн Європейського Союзу та інших економічно розвинених країн;

– удосконалення системи підготовки та підвищення кваліфікації українських працівників туристичної сфери шляхом проведення відповідних тренінгів та стажувань у спеціалізованих закладах різних країн світу;

– закріплення в Законі України «Про туризм» положення про розвиток представницького іміджу країни;

– створення наукового центру туризму.

Лише завдяки активній державній політиці та узгодженим діям усіх органів державної та місцевої влади у сфері розвитку туризму, створенню сприятливих правил гри, сприйняттю міжнародного туризму як форми розвитку інтеграційних зв'язків, туризм стане потужною національною галуззю, а міжнародні відносини будуть стабільними та міцними.

3.5 Забезпечення здоров'я та безпеки туристів. Класифікація факторів ризику в туризмі

Громадяни вступають у правовідносини з державою насамперед для того, щоб створити умови, які дозволять їм організувати свої подорожі з комфортом і безпекою, захистити свої законні права та інтереси в сфері туризму, а також гарантувати особисту безпеку. Таким чином, особиста безпека є елементом статусу громадянина. У цьому сенсі особиста безпека – це стан захищеності прав, свобод і законних інтересів особи від адміністративних правопорушень, шкідливих природних і техногенних явищ та соціальних явищ, створених чинниками та умовами, що регулюються адміністративним правом.

Під особистою безпекою також розуміють соціальне благо, яке забезпечується діяльністю держави і суспільства, що дає можливість людині вільно користуватися своїм життям, здоров'ям та фізичною свободою (також називають об'єктами особистої безпеки). Це соціальне благо полягає насамперед у захисті державою об'єктів особистої безпеки від протиправних посягань.

Відповідно до Закону України «Про туризм», безпека туристів (екскурсантів) під час подорожі, крім життя, здоров'я та майна туриста, включає його особисту недоторканність, у тому числі фізичний (тілесний) і психічний (моральний) стан, а також недоторканність його приватного життя.

Туроператори та інші суб'єкти туристичної діяльності мають цивільно-правові зобов'язання (договірні та позадоговірні) щодо забезпечення особистої безпеки туристів. Водночас, відповідно до «Закону про туристичну діяльність»,

право туристів на особисту безпеку ґрунтується не лише на обов'язку осіб, які здійснюють туристичну діяльність, надавати належні гарантії безпеки туристів, а й на обов'язку туристів дотримуватися стандарту з особистої безпеки під час подорожей. Стандарт з особистої безпеки туристів встановлює вимоги до безпеки туристів (туроператорів), які необхідно враховувати при розробці та реалізації туристичного продукту.

Особисту безпеку туристів можна визначити як стан захищеності туристів або певних об'єктів їхньої особистої безпеки від загроз безпеці, який дозволяє туристам вільно і безперешкодно реалізовувати свої права на відпочинок, свободу пересування та інші права під час подорожі. Організований турист також має правовий статус споживача. У цьому сенсі особиста безпека туриста – це ситуація, за якої відсутній неприйнятний ризик заподіяння шкоди (або загроза заподіяння шкоди) туристу або будь-яким об'єктам його особистої безпеки внаслідок недоліків наданих послуг.

Право туриста на особисту безпеку в контексті його правового статусу постає як єдність наступних елементів:

- право на безпеку послуги, включаючи необхідну та достовірну інформацію про виконавця послуги та процес надання послуги;

- право на особисту недоторканність, захист приватного та сімейного життя, честі, гідності та репутації туриста під час організації та здійснення подорожі;

- право на захист та допомогу з боку України за межами території України, включаючи сприяння у поверненні в Україну у разі, якщо український турист залишився без засобів до існування в іноземній державі;

- право на безперешкодний доступ до засобів зв'язку, медичної, правової та іншої невідкладної кваліфікованої допомоги в країні (місці) тимчасового перебування;

- право на звернення до органів державної влади, органів місцевого самоврядування, громадських об'єднань та судових органів за захистом свого порушеного права на особисту безпеку;

- право на захист своїх прав і законних інтересів, порушених загрозами безпеці або їх наслідками;

- право на відшкодування збитків і матеріальної шкоди та право на компенсацію моральної шкоди у разі порушення законних інтересів туриста та інтересів у сфері безпеки туризму.

Правовий вплив держави на суспільні відносини у сфері особистої безпеки в туризмі здійснюється у таких *способах і формах*:

- державний захист законних прав та інтересів туристів як в Україні, так і за її межами;

- регулювання свободи пересування громадян (паспортно-візовий режим, режим перетину державного кордону, міграційні реєстри та обліки, пересування на території з особливим режимом відвідування);

- санітарні вимоги, державні санітарно-епідеміологічні нормативи, інші вимоги та правила щодо забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення;

– валютне регулювання, у тому числі порядок обміну валюти, купівлі–продажу іноземної валюти, дорожніх та інших чеків, емісії банківських карток на території України та за її межами, відкриття рахунків в іноземних банках за межами України, переказу коштів в іноземній валюті та проведення валютних операцій з ними;

– митні правила, в тому числі митне декларування багажу, транспортних засобів, цінностей та валюти України при перевезенні туристів через державний кордон України та інших країн;

– регулювання вивезення культурних цінностей за межі України, ввезення культурних цінностей на територію України, а також підготовка документів для отримання ліцензій на вивезення (ввезення);

– забезпечення особистої безпеки на транспорті (контроль пасажирів цивільних повітряних та інших суден, а також їхнього багажу, ручної поклажі), інших об'єктах туристичної індустрії та під час відвідування туристичних ресурсів;

– забезпечення інформацією щодо особистої безпеки туристів тощо.

Зазначені методи та форми державно–правового впливу, як правило, мають комплексний характер і спрямовані на забезпечення не лише особистої безпеки фізичних осіб (туристів), а й інтересів національної безпеки в цілому.

Фактори ризику в туризмі можуть бути потенційними або реальними.

Потенційні фактори ризику – це ті, які за певних обставин можуть спричинити проблеми в туристичній діяльності або загрожувати безпеці туристів. *Реальні фактори ризику* – це реалізовані причини, які неминуче виникнуть, або мають дуже високу ймовірність виникнення в певному місці і в певний час. Ця класифікація дозволяє охопити весь спектр факторів ризику, з якими може зіткнутися туристична фірма або окремих турист.

Фактори ризику в туризмі класифікуються відповідно до причин їх виникнення наступним чином:

- ризик травмування;
- вплив навколишнього середовища;
- ризик пожежі;
- біологічний вплив;
- психофізіологічний стрес;
- радіаційний ризик;
- хімічний вплив;
- підвищена запиленість та загазованість;
- інші фактори;
- специфічні фактори ризику.

Ризик травмування може бути спричинений механікою та рухом предметів, тіл і гірських порід (обвали, селеві потоки, обвали в печерах), складним рельєфом місцевості та несприятливими характеристиками туристичного спорядження і матеріалів (наприклад, подразненням шкіри туристів).

Ризик отримання травм мінімізується за рахунок:

– захисного спорядження та огороження при користуванні рухомими конструкціями та об'єктами в небезпечних зонах (підйомники, канатні дороги, гірські зсуви, водні поверхні, гірськолижні траси і т.д.);

– використання засобів індивідуального захисту (страхувальні мотузки, пояси при перетині складних ділянок туристичних маршрутів, каски, льодоруби, гаки та інше страхувальне спорядження);

– дотримання ергономічних вимог до туристичного спорядження та інвентарю;

– дотримання вимог будівельних норм і правил щодо житлових і громадських будівель, а також вимог нормативних документів щодо технічного стану транспортних засобів, які використовуються для перевезення туристів (автобусів, катерів тощо);

– дотримання норм експлуатації інвентарю та обладнання (наприклад, ліфтів, кранів, візків);

– попередження туристів про фактори ризику нещасних випадків, заходи щодо запобігання нещасним випадкам та екстрені заходи, які необхідно вжити при нещасному випадку.

Вплив навколишнього середовища спричиняється високою або низькою температурою повітря, вологістю та рухом у туристичній зоні, а також різкими перепадами атмосферного тиску. Показники мікроклімату в зонах обслуговування туристів і в транспортних засобах повинні відповідати чинним санітарно–гігієнічним вимогам.

Зміна часового поясу або швидкий перехід до місцевості з кліматом, що значно відрізняється від звичного, може бути несприятливим або навіть небезпечним фактором для подорожуючих туристів. Під час нетривалих подорожей організм туриста завжди швидко адаптується до нового клімату.

Шкідливому впливу екологічних і кліматичних факторів ризику можна запобігти завдяки наступному:

– розумний вибір туристичної програми з якомога меншою кількістю часових поясів, що перетинаються;

– вибір сприятливого сезону для проведення туристичних заходів;

– врахування метеорологічних особливостей регіону та своєчасне інформування туристів про поточні та очікувані погодні умови на маршруті;

– побудувати навіси від негоди вздовж туристичних маршрутів;

– встановити обладнання для кондиціонування та опалення в будівлях та транспортних засобах;

– забезпечити туристів відповідним спорядженням, у тому числі засобами індивідуального захисту.

Пожежні ризики на туристичних об'єктах і туристичному транспорті вимагають суворого дотримання норм пожежної безпеки, передбачених галузевими нормативно–правовими актами.

Біологічний вплив на туристів можливий при контакті туристів з патогенними мікроорганізмами та їх виділеннями, отруйними рослинами, комахами та іншими тваринами, які є переносниками збудників інфекційних захворювань або викликають опіки, алергію та інші токсичні реакції.

Запобігання впливу біологічних факторів ризику на туристів:

- дотримання чинних санітарних норм і правил обслуговування;
- використання обладнання та препаратів;
- дезінфекції (знищення мікроорганізмів);
- дезінсекції (знищення комах);
- фумігація (знищення літаючих комах);
- стерилізація;
- автоматизація технологічних процесів, таких як консервування та приготування їжі;
- маркування та етикетування обладнання та засобів, що використовуються в туристичних послугах (посуд та кухонне приладдя, в тому числі для приготування їжі в поході, водозабори, колодязі тощо);
- проведення періодичних первинних медичних оглядів обслуговуючого персоналу;
- завчасне інформування туристів про небезпечних тварин, риб, рептилій та рослин, ареал проживання яких збігається з туристичним маршрутом;
- уникнення небажаних контактів та заходи, яких слід вжити у разі контакту або травмування.

Психофізіологічний стрес може бути фізичним або нервово–психічним. Вплив надмірного стресу або негативних психофізіологічних факторів призводить до помітної тимчасової зміни способу життя.

Туристи змінюють стереотип своєї поведінки: висока активність змінюється постійним відпочинком, або навпаки, після тривалого періоду фізичної бездіяльності вони активно займаються спортом, проходять багато кілометрів пішки, вирушають у численні походи, часто за несприятливих погодних умов. Відвідуючи країни Південно–Східної Азії, туристи змінюють свої харчові звички, що також має вплив на їхній організм.

Виключаються або зводяться до мінімуму психофізіологічні фактори ризику наступним чином:

- раціональною структурою програми туристичного обслуговування, термінами пересування за маршрутом і забезпеченням умов для нормальної життєдіяльності людини (сон, харчування, медичні та побутові потреби);
- врахуванням психофізіологічних особливостей туристів при проектуванні туристичних груп;
- дотриманням ергономічних вимог до туристичного спорядження та приладдя, транспортних засобів і меблів.

Радіаційні ризики в основному пов'язані з підвищеним рівнем ультрафіолетового випромінювання і, частіше, твердого іонізуючого випромінювання.

Попередження ризиків ультрафіолетового випромінювання на туристичних маршрутах забезпечується шляхом:

- інформування туристів про вплив сонячного світла на людину;
- використання засобів індивідуального захисту (головних уборів, захисних кремів, одягу та сонцезахисних окулярів).

Планування маршрутів має враховувати вплив цього фактора ризику (на відкритих, незатінених ділянках маршруту в горах, на воді, на гірськолижних схилах та інших екскурсіях).

Хімічні впливи поділяються на токсичні, подразнюючі та чутливі.

Для запобігання впливу хімічних факторів ризику при наданні туристичних послуг слід вжити таких заходів:

- регулярний моніторинг вмісту шкідливих хімічних речовин у повітрі, воді, ґрунті, продуктах харчування та інших біологічних середовищах;

- будівництво та розміщення туристичних об'єктів у сприятливому середовищі, вільному від хімічних факторів ризику;

- дезінфекція повинна виключати вплив на туристів рідких хімікатів і аерозолів.

Повищене пилове та газове забруднення. Забезпечення того, щоб допустимі рівні шкідливих речовин у повітрі зон обслуговування туристів, будівель і транспортних засобів не опускалися нижче гігієнічних нормативів, передбачених нормативно-технічними документами та санітарними правилами. Безпека має бути забезпечена шляхом дотримання вимог щодо обладнання будівель і транспортних засобів системами вентиляції та очищення повітря.

Інші фактори ризику можуть виникати за відсутності необхідної інформації про послугу та її характеристики. Для мінімізації «інформаційних» факторів ризику туристи повинні отримувати вичерпну інформацію про пропоновані послуги. Перед початком подорожі туристів слід проінформувати про заходи безпеки, які враховують специфіку туристичного маршруту.

У туризмі виділяють такі *специфічні фактори ризику*, зумовлені:

- можливістю виникнення природних і техногенних катастроф у місцевості, в якій розташований туристичний об'єкт або до якої спрямований маршрут, а також інших надзвичайних ситуацій, у тому числі пов'язаних з підтриманням громадського порядку в об'єктах розміщення;

- технічним станом засобів розміщення, баз, кемпінгів, гірськолижних витягів, канатних доріг, туристичних маршрутів, верхової їзди та випасу тварин, транспортних засобів, пам'яток архітектури та природи;

- складними умовами місцевості (річки, схили, кам'яністі та обледенілі дороги тощо);

- професійною кваліфікацією персоналу (інструктори, гіді тощо);

- підготовкою туристів до типу та складності маршруту (інструкції, спорядження тощо);

- інформаційним забезпеченням (погодні та гідрологічні прогнози, вказівники туристичних маршрутів).

Туристичне підприємство повинно мати в наявності і працювати відповідно до чинних нормативних документів для забезпечення безпеки туристів.

Ризик характеризується 4 факторами:

- подія, яка може відбутися, а може і не відбутися, але матиме певний вплив на заплановану або здійснювану діяльність;

- ймовірність очікуваної події, тобто ступінь невизначеності;

- вплив, який подія, якщо вона відбудеться, матиме на діяльність;
- точка вразливості, тобто найслабше місце, що сприяє настанню ризикової події.

Туристичні організації зобов'язані інформувати туристів про елементи ризику, притаманні кожній туристичній послугі, та заходи щодо їх запобігання. Інформація про безпеку подорожей повинна бути включена в рекламно–інформаційні матеріали та в текст брошури туристичного ваучера. Ця інформація повинна надаватися туристам до початку їхнього перебування та під час обслуговування шляхом усних інструктажів та бесід.

Завдання для самостійного контролю

1. Ознайомитися з сучасною концепцією сталого розвитку туризму в світі.
2. Перерахувати керівні органи ЮНВТО.
3. Розглянути основні функції Голови Держтуризмкурорт.
4. Ознайомитися з розпорядженням КМУ «Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів».
5. Розглянути особливості двосторонньої міжнародної співпраці України з Німеччиною, Туреччиною, Польщею, Чехією, ОАЕ.
6. Розглянути класифікацію факторів туристичних ризиків.
7. Назвати причини, якими зумовлені специфічні фактори ризику у туризмі.
8. Перерахувати основні вимоги до безпеки життєдіяльності туристів.

ТЕМА 4. ПОРЯДОК ЛІЦЕНЗУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СЕРТИФІКАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

План:

4.1. Ліцензування в туризмі

4.2. Сертифікація та стандартизація в туризмі

4.3. Порядок надання туристичних послуг. Правила проведення екскурсійної діяльності

4.4. Ліцензування та сертифікація транспортних перевезень

4.5. Категорії закладів готельного та ресторанного господарства

4.1. Ліцензування в туризмі

Ліцензування туристичної діяльності спрямоване на створення рівних можливостей для туроператорів і турагентств на ринку туристичних послуг, захист навколишнього природного середовища та законних інтересів громадян, підвищення загальної якості туристичних послуг.

Туристична агенція (суб'єкт туристичної діяльності) не має права називатися «туроператором» без відповідної ліцензії, а також не має права брати назву раніше існуючого та зареєстрованого суб'єкта туристичної діяльності.

Відповідно до Закону України «Про внесення змін до Закону України “Про туризм”, ліцензуванню підлягають такі види діяльності: туроператорська діяльність – виключна діяльність по організації та формуванню туристичного продукту, реалізації та наданню туристичних послуг, посередницька діяльність по наданню специфічних та супутніх послуг (тільки для юридичних осіб).

Плата за видачу ліцензії вноситься після прийняття рішення про видачу ліцензії – 1 мінімальна заробітна плата на момент прийняття рішення про видачу ліцензії. Плата за видачу кожної копії ліцензії (для підрозділів, філій, відділень) – 1 мінімальна заробітна плата, що не підлягає оподаткуванню.

Для отримання ліцензії на туроператорську діяльність необхідні такі документи:

- заява про видачу ліцензії, оформлена в установленому порядку;
- виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб–підприємців (жовтий оригінал, не підлягає поверненню, але «витагується»);
- завірена копія довідки, виданої банком або іншою кредитною установою, що підтверджує фінансове забезпечення відповідальності суб'єкта господарювання у розмірі, визначеному статтею 15 Закону України «Про туризм» (банківська гарантія);
- копія договору зі страховою компанією про обов'язкове страхування туристів (медичне страхування та страхування від нещасних випадків, страхування туристів за кордоном та в Україні, кожен папір завірений підписом відповідальної особи та печаткою «в оригіналі»);

– довідка про наявність власного або орендованого приміщення (офісу) за підписом заявника – комерційної компанії.

Документи подаються керівником суб'єкта господарювання (за наявності документа, що посвідчує особу, наприклад, паспорта), або уповноваженим представником (довіреність з підтвердженням повноважень). Дозвіл повинен бути отриманий від керівника суб'єкта господарювання або, за його відсутності, від його уповноваженого представника, якщо видана довіреність.

4.2 Сертифікація та стандартизація в туризмі

Правила сертифікації туристичних, готельних та ресторанних послуг були розроблені Українським науково-дослідним інститутом стандартизації, сертифікації та метрології.

Сертифікація товарів, робіт і послуг у сфері туризму здійснюється для досягнення наступних цілей:

– запобігання реалізації товарів, робіт і послуг, що становлять небезпеку для життя, здоров'я, майна та навколишнього природного середовища;

– сприяння споживачам у виборі найбільш прийнятних для них товарів, робіт і послуг;

– забезпечення охорони навколишнього природного середовища, природних ресурсів та екологічної безпеки;

– гармонізація національних стандартів з міжнародними стандартами щодо вимог до якості туристичних послуг, туристичних об'єктів та взаємодії туроператорів.

Державний комітет стандартизації та метрології України затвердив наступні національні стандарти:

– ДСТУ 4268 «Туристичні послуги. ДСТУ 42 «Туристичні послуги з розміщення туристів». ДСТУ «Послуги з розміщення туристів»;

– ДСТУ 4269 «Послуги туристичні. Класифікація готелів».

Відповідно до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм», метою стандартизації у сфері туризму є:

– захист інтересів споживачів і держави щодо безпеки туризму та охорони життя, здоров'я, майна і навколишнього природного середовища;

– категоризація та охорона туристичних ресурсів України, визначення граничних навантажень на туристичні об'єкти та навколишнє природне середовище;

– підвищення якості послуг, робіт і товарів;

– забезпечення безпеки туристичних об'єктів;

– стандартизація послуг і товарів для забезпечення їх сумісності та взаємозамінності;

– створення нормативно-правової бази для стандартизації та сертифікації послуг, робіт і товарів.

4.3 Процедури надання туристичних послуг. Правила, що стосуються туристичної діяльності

Порядок надання туристичних послуг регулюється законодавством України, зокрема Законом України «Про туризм» № 4385–VI в редакції від 9 лютого 2012 року. Відповідно до цього закону, туристичні компанії зобов'язані інформувати споживачів про умови надання туристичних послуг.

Вся інформація, що надається туроператором (турагентом), повинна містити достовірну інформацію про умови договору на туристичне обслуговування.

Інформація про умови туристичного обслуговування, що надається туроператором (турагентом) до укладення договору на туристичне обслуговування, повинна бути доступна в чіткій та легкій для сприйняття формі, бути розбірливою та зрозумілою і має містити:

- місце, де будуть надаватися туристичні послуги, та графік надання туристичних послуг;
- характеристики транспортних засобів, що використовуються для перевезення, в тому числі їх тип і клас;
- характеристику готелів та інших об'єктів для надання тимчасового проживання;
- види та способи харчування під час туру;
- мінімальну кількість осіб у групі та інформування туриста про те, що поїздка не відбудеться у зв'язку з відсутністю осіб у групі, не пізніше ніж за три дні до початку подорожі;
- вартість туристичних послуг.

Перед укладенням договору на туристичне обслуговування споживач туристичного продукту повинен бути проінформований про наступне:

- основні вимоги до документів на в'їзд/виїзд, у тому числі термін їх оформлення;
- медичні застереження, пов'язані з туристичною подорожжю;
- про туроператора (турагентство), його місцезнаходження, поштову адресу, контактний телефон, наявність ліцензії на здійснення туристичної діяльності, сертифікатів відповідності та іншу інформацію відповідно до законодавства про захист прав споживачів;
- керівника групи та засоби зв'язку з ним у разі здійснення туристичної подорожі за кордон з малолітньою та/або неповнолітньою особою, яка проживає за кордоном, з якими має зв'язатися малолітня особа або законний представник малолітньої особи з метою здійснення безпосереднього контакту з малолітньою особою або неповнолітньою особою;
- час і місце проміжних зупинок, транспортних пересадок та категорію місць, зайнятих споживачем у виді транспортного засобу;
- види та тематика туристичних послуг, час зустрічі та відправлення, а також туристичний супровід;
- умови навколишнього середовища, санітарно-епідеміологічного благополуччя та безпеки;

– найменування, адреса і номер телефону представництв туроператора або організації, уповноважених туроператором приймати скарги та претензії від туристів, а також адреса і номер телефону дипломатичних представництв України в країні (місці) тимчасового перебування та адреса і номер телефону місцевих служб, до яких можна звернутися у разі виникнення труднощів під час подорожі;

– порядок обов'язкового та/або добровільного страхування туристів туроператором, розмір, порядок та умови страхового відшкодування, а також можливість та умови добровільного страхування витрат, пов'язаних з розірванням договору на туристичне обслуговування з ініціативи туриста, та страхування майна;

– розмір фінансового забезпечення, що надається на випадок неплатоспроможності (банкрутства) туроператора (турагента) та кредитної установи, що надає забезпечення.

Договір на туристичне обслуговування є основним документом, який юридично регулює відносини між покупцем (туристом) і продавцем (турагентом). У договорі на туристичне обслуговування повинні бути зазначені основні умови договору:

– тривалість перебування в місці, де надаються туристичні послуги, із зазначенням дати початку та закінчення надання туристичних послуг;

– характеристики транспортного засобу, зокрема тип і клас, час і місце відправлення та повернення (якщо транспорт входить до складу туристичного продукту);

– готелі та інші аналогічні засоби розміщення, їх місцезнаходження та категорія, а також інформація про підтвердження відповідності певним вимогам, тривалість надання готельних послуг та спосіб оплати;

– види та форми організації харчування;

– мінімальну кількість туристів у групі (за наявності) та, у зв'язку з цим, триденний термін для інформування туриста про те, що тур не буде здійснений у зв'язку з відсутністю групи;

– графік надання туристичних послуг;

– види екскурсійних та інших послуг, що входять у вартість туристичного продукту;

– об'єкти іншої туристичної діяльності, що надають туристичні послуги, включені до туристичного продукту (їх місцезнаходження та реквізити);

– про страхову компанію, що здійснює обов'язкове та/або добровільне страхування туриста за бажанням туриста, та інші ризики, пов'язані з наданням туристичних послуг;

– правила в'їзду та перебування в країні (місці) тимчасового перебування;

– вартість туристичних послуг та порядок їх оплати;

– форму оплати.

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

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

– коли невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося з вини третьої особи, не пов'язаної з наданням послуг, зазначених у цьому договорі, і жодна зі сторін не знала і не могла знати про настання таких подій;

– невиконання умов договору на туристичне обслуговування або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування є наслідком дії непереборної сили або подій, які не могли бути передбачені туроператором (турагентом) та іншими суб'єктами туристичної діяльності.

Туристичні послуги можуть надаватися суб'єктами господарювання:

– юридичні та фізичні особи (гіді–перекладачі та екскурсоводи) – фахівці, уповноважені займатися туристичною діяльністю та мають відповідну ліцензію;

– фізичні особи – працівники підприємств, установ чи організацій, які володіють або надають послуги в туристичних цілях. Останні можуть надавати екскурсійні послуги лише в цих місцях.

Дозволи на проведення екскурсійної діяльності можуть надаватися також іншим громадянам України, які обізнані з пам'ятками та забезпечують проведення екскурсій відповідно до вимог чинного законодавства.

Екскурсоводи та гіді–перекладачі повинні пройти трирічне навчання та отримати сертифікацію відповідно до вимог чинного законодавства.

Підставою для здійснення туристичної діяльності є наявність ліцензії та комплексу документів, які відповідають вимогам міждержавного стандарту «Планування туристичного обслуговування», а саме: технологічна карта екскурсії (системна розробка), контрольний текст екскурсії, матеріал «портфоліо екскурсовода», карта маршруту.

Для організації пішохідних заходів організатори повинні мати:

- договори з транспортними компаніями (для транспортних маршрутів);
- договори з культурними та рекреаційними установами (музеями, заповідниками, театрами, спортивними спорудами тощо);
- прейскуранти на туристичні послуги.

Екскурсійне обслуговування включає організацію екскурсій тривалістю до 24 годин у супроводі кваліфікованого екскурсовода за попередньо розробленими маршрутами з відвідуванням пам'яток історії, культури та природи, музеїв, визначних місць тощо.

Екскурсоводами можуть бути особи, які мають ступінь бакалавра або повну вищу освіту (спеціаліст, магістр), диплом або спеціалізовану кваліфікацію екскурсовода.

4.4 Ліцензії та сертифікація транспортних послуг

Транспортні ліцензії (на національні та міжнародні перевезення) видаються Міністерством інфраструктури України і дійсні протягом 5 років.

Однією з умов отримання транспортної ліцензії є наявність договору з транспортною компанією, який вимагає проведення технічного огляду транспортного засобу та медичного огляду водія перед виїздом.

Наступною умовою отримання транспортної ліцензії є наявність двох видів страхування: страхування відповідальності та страхування від нещасних випадків на транспорті.

Для отримання ліцензії на міжнародні перевезення необхідний додатковий документ, який підтверджує, що водії пройшли підготовку для здійснення міжнародних перевезень. Транспортні засоби повинні відповідати вимогам безпеки, охорони здоров'я, охорони навколишнього середовища та державним нормам, і мати відповідну сертифікацію.

Порядок проведення сертифікації товарів, робіт і послуг у сфері транспорту встановлюється Кабінетом Міністрів України.

4.5 Категорії готелів та закладів харчування

Акредитація готельних послуг не є обов'язковою з 2013 року.

Процедура сертифікації включає наступні етапи:

- подання анкети для проходження сертифікації;
- прийняття рішення про застосування та визначення схеми сертифікації (від обраної схеми сертифікації залежить обсяг робіт та термін дії сертифіката відповідності);
- первинна оцінка процесу надання послуг;
- проведення аудиту та оцінки послуг;
- аналіз результатів та прийняття рішення про видачу сертифікату відповідності;
- аналіз результатів і прийняття рішення про видачу сертифікату відповідності та укладення ліцензійного договору;
- реєстрація сертифікату відповідності та підписання ліцензійної угоди;
- технічний нагляд за уповноваженими службами.

Завдання для самостійного контролю

1. Надати визначення ліцензуванню відповідно до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм».
2. Розглянути особливості заповнення заяви про видачу ліцензії.
3. Перерахувати цілі сертифікації товарів, робіт і послуг у сфері туризму.
4. Скласти договір на туристичне обслуговування, за основними істотними умовами.
5. Ознайомитися з вимогами до категоризації готельних послуг.

ЧАСТИНА II.

ОСНОВИ РЕКРЕАЛОГІЇ

ТЕМА 5. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕКРЕАЛОГІЇ

План:

- 5.1. Рекреалогія як наука**
- 5.2. Підходи до вивчення рекреалогії**
- 5.3. Фактори формування рекреалогії**
- 5.4. Етапи розвитку рекреалогії**
- 5.5. Основні категорії рекреалогії**
- 5.6. Концепції рекреалогії**

5.1. Рекреалогія як наука

Рекреація є невід'ємною частиною людського життя. Лише у другій половині ХХ століття почало формуватися теоретичне розуміння процесів і методів, пов'язаних з відновленням психофізіологічного потенціалу людини. Це розуміння матеріалізувалося переважно у сфері досліджень рекреації.

Лише в 1990-х роках про рекреацію почали говорити як про окрему галузь наукового знання. Це значною мірою пов'язано з тим, що багато питань, пов'язаних з рекреацією, вже не могли бути вирішені в рамках географії, соціології, медицини, ветеринарії тощо, і рекреація стала важливою міждисциплінарною проблемою.

Дослідження рекреації розвивалися у двох напрямках. Перший – це теоретико-методологічний розвиток різних дисциплін природничих і суспільних наук, а другий – розуміння рекреації як специфічної сфери соціальної діяльності, пов'язаної з відновленням здоров'я людини. В результаті цих кумулятивних підходів рекреалогія сьогодні є *міждисциплінарною галуззю знань, яка досліджує теоретичні питання, пов'язані з відновленням здоров'я людини як складової національної економіки.*

Існує широке та вузьке тлумачення рекреації.

У широкому розумінні – це система соціально-гуманітарних наук, що досліджує відновлення здоров'я людини через відновлення основних сил; умови, причини, особливості, механізми та рушійні сили рекреаційного процесу на різних його стадіях; закони та закономірності функціонування і розвитку рекреаційних систем, їх взаємозв'язок з іншими сферами суспільного життя і виробництва.

Рекреалогія – це теоретична дисципліна, що вивчає закони і закономірності відновлення здоров'я, а також механізми, що лежать в основі соціальної політики і стратегії оптимізації соціальних практик формування, прояву і взаємодії здоров'я і відновлення людини.

Рекреалогія – це комплексна соціально–природнича наука, пов’язана з передумовами, способами реалізації, наслідками та закономірностями відтворення процесів психофізіологічного здоров’я людини.

Початкове накопичення матеріалу про рекреаційні ресурси, просторову організацію дозвілля та його соціальні наслідки, а також розробка понятійно–термінологічного апарату і системи методів дослідження відбувалося в ряді дисциплін, але найважливіші напрацювання в цій галузі були в географії (рекреаційна географія), економіці (рекреаційна економіка), антропології та медицині (рекреаційна медицина).

Сучасна рекреаційна наука значною мірою базується на теоретичних засадах, розроблених географами радянської доби, такими як Г. В. Веденін, М. Мироненко, Б. С. Мироненко, С. Преображенський, Є.Д. Рудішкін, Є.Т. Твердохлебов та інші (особливо в галузі визначення рекреаційних систем).

Серед українських вчених слід відзначити О.О. Бейдика, В.К. Євдокименка, О.О. Любіцеву, В.І. Мацолу, Є.В. Панкова, Т.Ф. Панченко, М.Ю. Рутинський, В.М. Сидоров, В.І. Стафійчук, Н.В. Фоменко, С.К. Харичков, В.В. Шмагіна, С.Ю. Цьохла та інші, які зробили значний внесок у розвиток науки.

На основі детального аналізу праць географів з питань рекреації у своєму дослідженні О.В. Бедик робить такі висновки: у радянській та сучасній українській рекреаційній географії найбільш вивченими є питання, пов’язані з інфраструктурою, природними, архітектурними та історичними ресурсами, а також з управлінням рекреаційно–туристичним природокористуванням та оцінкою рекреаційних ресурсів.

Географія рекреації відповідає за інтенсивний розвиток та «географізацію» рекреації, оскільки рекреаційна діяльність має чіткі географічні межі і безпосередньо пов’язана з природними характеристиками регіону.

Рекреаційна діяльність призвела до появи нового економічного сектору – курортної індустрії. Бальнеологія – це медична дисципліна, яка вивчає лікувальні властивості природних фізичних факторів, характер їх впливу на організм людини та можливості їх лікувально–профілактичного використання в рекреаційних зонах і за їх межами. Вона розробляє методи і рекомендації щодо раціонального використання лікувальних факторів навколишнього середовища в лікувально–оздоровчих цілях.

Рекреаційні дослідження поділяються на чотири основні рівні досліджень, які забезпечують вирішення конкретних наукових і практичних завдань:

– теоретичний – визначення закономірностей формування, динаміки, структури, диференціації та просторової інтеграції рекреаційних систем; визначення поняття рекреаційної території як об’єкта дослідження; розробка принципів і критеріїв проєктування рекреаційних територій; розробка понятійного апарату та термінології;

– методологічний – розробка системи методів дослідження рекреаційних систем; виявлення факторів та умов розвитку рекреаційних територій; визначення критеріїв їх аналізу;

– конструктивний – передбачення спонтанних і навмисних змін у просторово–рекреаційних системах; розробка мережі рекреаційних територій;
– інформаційний – міждисциплінарні зв'язки; характеристика рекреаційних територій, аналіз проблем та перспектив розвитку.

Міждисциплінарний характер вивчення рекреаційної проблематики в умовах наукової інтеграції зумовив визначення тематичної сутності нової науки на основі специфічного предмета дослідження, притаманного цій дисципліні.

Предметом рекреології є рекреаційна система як об'єкт і соціальна конструкція, що включає рекреацію, природні комплекси, технічну інфраструктуру, сферу обслуговування, виробничу сферу, робочу силу і систему розселення.

Таким чином, рекреаційна система – це складна географічна система, яка поєднує соціальні, антропологічні та природні комплекси і спрямована на відтворення психофізіологічних сил людини.

Рекреаційну систему можна розглядати як складову суспільного устрою, суспільного життя, суспільного виробництва, окрему сферу людської діяльності. Інтеграція різних галузей рекреації в єдину систему відновлення здоров'я зумовлена рівнем суспільних відносин.

Суб'єктом рекреації є форма взаємодії між *природою рекреантів* як спільноти і природним середовищем, яка реалізується через систему дій, спрямованих на освоєння, використання, перетворення та охорону природних комплексів. Вона має територіальний характер і може розглядатися як складова регіональної економічної та соціальної політики.

Предметом рекреології є різні аспекти та об'єктивні закономірності формування, функціонування і подальшого розвитку рекреаційних систем загалом та їх підсистем зокрема, включаючи основні поняття рекреології (рекреація, вільний час, дозвілля, рекреаційна діяльність, рекреаційні заходи, рекреаційні ресурси, рекреаційний потенціал та ін.).

Предмет рекреаційних досліджень змінюється разом зі зміною предметних сфер у різних соціокультурних системах. Наприклад, з кінця 1990–х років предмет такої дисципліни, як рекреаційна географія, змістився у бік вивчення просторових закономірностей розміщення рекреаційних об'єктів та особливостей поведінки людей під час рекреаційної діяльності.

Такий підхід заслуговує на увагу принаймні з таких причин:

– являє собою відмову від вузького фокусування на просторовій рекреаційній системі як предметі рекреаційної географії;

– ставить визначення предмета і об'єкта рекреаційних досліджень у залежність від соціальних і культурних систем, які змінюються в даному географічному просторі;

– наголошує на системному вивченні рекреації в соціальному і культурному розмаїтті рекреації;

– відкриває простір для дебатів у межах дисципліни.

На відміну від багатьох інших дисциплін, рекреологія має свій *предмет*, яким є людина як носій рекреаційних потреб.

Основним *конструктивним завданням рекреалогії* є представлення та практична реалізація рекреаційного просторового планування, з метою визначення рекреаційних функцій територій та тенденцій їх зміни в умовах географічного поділу праці у сфері рекреації та туризму, забезпечення координації діяльності та подальшого розвитку суміжних галузей господарства, оптимального використання суспільних і природних рекреаційних ресурсів.

Міждисциплінарний характер рекреаційних досліджень зумовлює застосування як загальнонаукових, так і специфічних методів дослідження. Теоретичні узагальнення ґрунтуються на системному підході.

Серед загальнонаукових методів широко використовуються аналіз і синтез. Географічні методи, такі як картографування та експедиційні дослідження, повністю мотивовані рекреаційними дослідженнями.

Важливу роль відіграють також методи з соціальних та біомедичних наук: шкали, опитування, соціальні дослідження, анкетування та психометрія.

Можливість визначення параметрів даних, пов'язаних з темою дослідження, визначає продуктивність застосування математичних, статистичних та моделюючих методів, що також стосується моделювання самої дослідницької роботи.

Предмет рекреаційних досліджень – рекреація – вивчається з використанням різних методологічних підходів: діалектичний (пов'язує емпіричний досвід з аналізом еволюції явищ), системний (вивчає інтеграцію системи рекреації), генетичний (враховує попередню еволюцію теми), описовий (фіксує перебіг подій для визначення характеристик досліджуваного явища), біхевіористський (вивчає поведінку рекреантів з метою покращення рекреації), інтегративний (одночасне застосування соціальних, економічних, екологічних та інших аспектів у дослідженні), конструктивістський (моделювання змін і перетворень у рекреаційних системах), контингентний (визначення передумов дій і рішень людей в економічному процесі), раціональний (пошук раціональних законів для вдосконалення рекреаційних систем), екологічний (розгляд рекреації як частини навколишнього середовища) та ін.

Розвиток і диференціація науки, поглиблення дослідницьких завдань призводять до появи нових методів і оригінальних технологій. Рекреація як соціальне явище, її місце в соціальній сфері та вплив на навколишнє середовище ще недостатньо досліджені сучасною наукою. У цьому сенсі дослідження в галузі рекреації, які здатні виявити можливості використання і розвитку ресурсного та екологічного потенціалу території, набувають все більшого наукового і практичного значення. За останні роки Б. М. Кедров, автор численних наукових праць, пройшов великий шлях у галузі рекреаційної науки:

- від ізоляції окремих наук і дисциплін до взаємодії між ними;
- від одностороннього вивчення рекреаційних явищ до багатоаспектного дослідження;
- від вузької спеціалізації до самоспеціалізації;

– від сукупності наукових ідей до інтеграції наукових знань про рекреацію;

– від одновимірності уявлень до багатовимірності перспектив.

Рекреалогія – молода, але досить динамічна дисципліна, розвиток якої залежить від подальшого накопичення та диференціації рекреаційних потреб. Поступово формується понятійно–термінологічний апарат цієї науки, з'являються певні теоретичні узагальнення, гуманістичні та економічні концепції. Напрямок її подальшого розвитку все більше визначається інтеграцією туризму і рекреації в туристично–рекреаційний комплекс.

В Україні існує великий потенціал для розвитку цього комплексу, який привертає все більший інтерес з боку науковців, фахівців і підприємців до рекреації, гостинності та туризму як виду прибуткової економічної діяльності. Позитивним моментом є те, що модернізація інфраструктури відпочинку привертає все більше уваги з боку бізнесу та органів державної і місцевої влади.

5.2 Підходи до вивчення дозвілля

Генетичний підхід – підхід, який фокусується на минулому розвитку та походженні туристичної дестинації.

Дескриптивний підхід – описовий підхід, який фіксує події, що відбулися, або характеристики досліджуваного явища чи процесу.

Детермінований підхід – визнання строго детермінованих зв'язків в інтерактивній системі, де кожна дія спричиняє певний результат. При цьому випадковими ефектами та імовірнісними характеристиками процесів свідомо нехтують з метою спрощення процедур.

Діалектичний підхід – концепція, що поєднує емпіричний досвід з аналізом еволюції та зміни явищ.

Інтегративний підхід – застосування щонайменше трьох основних аспектів до вивчення рекреаційних систем у пошуках ефективних рішень соціальних, економічних та екологічних проблем.

Епізодичний підхід – підхід, який шукає причини поведінки людей і рішень в економічних процесах.

Формотворчий підхід – підхід, який виводить цілі верхнього рівня ієрархічної туристичної системи з цілей нижніх рівнів і координує їх.

Синтетичний підхід – підхід, який менше пов'язаний із завданням дослідження та опису системи дозвілля, а більше із завданням її зміни та трансформації.

Раціональний підхід – розуміння дослідника, засноване на пошуку природних, раціональних законів, що визначають розвиток, елементи та взаємозв'язки системи дозвілля.

Системний підхід – концепція дослідника, що вивчає туризм як цілісну систему.

Тематичний підхід – концепція дослідника, згідно з якою турист (клієнт) як об'єкт діяльності є головним об'єктом дослідження.

Холістичний підхід – методологічний підхід, який стверджує інтеграцію об'єкта дослідження туризму.

Екологічний підхід – парадигма, що використовується в дослідженнях рекреації, в якій людина (група людей, населення) виділяється як підсистема (господар), а інші компоненти розглядаються як середовище (арена) її життєдіяльності. Екологія людини – це завдання захисту природи поряд з іншими не менш важливими питаннями, такими як раціональне використання природних ресурсів і проєктування навколишнього середовища відповідно до потреб і діяльності людини.

Екологічний підхід вимагає чіткого розуміння того, як людина взаємодіє з навколишнім середовищем. Людина та її діяльність часто піддаються критиці в системі «людина–довкілля», а негативні тенденції у стані здоров'я людей зробили захист природи нагальним питанням.

Екологічні проблеми включають:

- оцінку природних комплексів для конкретних цілей;
- раціональне використання природних ресурсів;
- охорону природи;
- розширене відтворення надійних і ефективних ресурсів зі специфічними властивостями для людської діяльності;
- моніторинг стану природи, здоров'я людини і населення.

Емпіричний підхід – концепція дослідження рекреаційних систем, що базується на зборі та поглибленому вивченні реальних фактів (наприклад, макро– та мікроекономіки).

5.3 *Визначальні фактори в науці про дозвілля*

Загальновідомо, що поява нової науки або дисципліни визначається як потребами суспільства, так і процесом саморозвитку наукової системи. Залежно від історичного періоду поєднання цих умов змінюється. Це можна проілюструвати на прикладі рекреаційної науки.

Основною причиною виникнення наук про рекреацію є поява широкого спектру досліджень, ще чітко не визначених, які фокусують увагу, здавалося б, різних дисциплін, таких як соціальні, природничі та технічні науки. У центрі цього напрямку – зміст і умови людської діяльності поза роботою.

Розглянемо фактори, які формують рекреалогію як науку (рис. 5.1).

Виникнення науки про рекреацію є передумовою трансформаційних процесів в науці та економіці останніх десятиліть і, перш за все, підвищеного інтересу до методологічних розробок дослідження складних, неоднорідних явищ і середовища проживання людини.

До об'єктивних *факторів*, що впливають на виникнення рекреації, належать:

- фіксована тривалість рекреації та різноманітність видів і способів її використання;

– усвідомлення суспільством важливості рекреаційної діяльності для розвитку особистості, збереження і зміцнення здоров'я, підвищення соціально-трудового потенціалу населення;

– розуміння того, що рекреація, як явище, що включає в себе багато нових для суспільства процесів, потребує наукового осмислення;

– усвідомлення важливості створення наукового підґрунтя для подальшого розвитку культури дозвілля та організації дозвіллевої діяльності;

– різноманітні проблеми, які необхідно вирішити для визначення моделей дозвіллевої діяльності та підвищення ефективності її організації.



Рисунок 5.1 – Фактори, які формують рекреалогію як науку

5.4 Етапи розвитку науки про рекреацію

Інтерес до рекреації у вітчизняному науковому середовищі почав проявлятися у 1960–х роках. У той час зростаюча роль соціальних факторів у суспільстві давала можливість задовольняти не тільки базові біологічні потреби, але й нові, більш високі соціальні, культурні та духовні потреби.

Дозвіллеві потреби населення стрімко, хоча й недостатньо швидко, зростали, розширювалася мережа дозвіллевих закладів, з'являлися нові види дозвіллевої діяльності.

У середині 1960–х років різні дисципліни усвідомили, що задоволення цих потреб є вирішальним фактором подальшого розвитку суспільства. Ситуація почала змінюватися на початку другої половини 1960–х років. Перші втручання архітекторів у питання колективного дозвілля були розглянуті у 1966 році.

Цей процес призвів до появи потреби або усвідомлення необхідності створення нових дисциплін у низці дисциплін, які зосередилися на вивченні традиційних дисциплін і явищ, пов'язаних з дозвіллевою діяльністю людини. Прикро, що соціологія дозвілля, яка є піонером у цій галузі, досі не

сформувалася як соціологія дозвілля зі своїми дуже широкими і радикальними напрямками досліджень.

Робота над медико-біологічними проблемами дозвілля тільки розпочалася. Зростає відчуття дефіциту фізіології дозвілля, оскільки її предметом є передусім не хвороба, а здоров'я і старіння, а також фізіологія і зменшення стресу. Також бракує психології дозвілля.

Загалом, будь-яке пізнання ґрунтується на наборі припущень, гіпотез, концептуальних моделей і понятійного апарату. Значна частина цих знань була винайдена у відомих розробках з рекреаційної географії та рекреаційної інженерії. Наприклад, було виявлено, що багато планувань, які спочатку вважалися географічними за своєю природою, є не стільки географічними, скільки рекреаційними. Глобальні виклики, що стоять перед людством, також багато розкрили про процес формування середовища.

Сучасна сфера туризму та рекреації має всі ознаки соціального підприємства: автономність і самостійність, організаційна цілісність, наявність власної інфраструктури, встановлених стандартів, принципів і правил, що регулюють діяльність підрозділів, організацій і компаній, відповідні людські ресурси тощо. Для того, щоб забезпечити реалістичність перспектив розвитку, необхідне ґрунтовне теоретичне дослідження основних складових та принципів функціонування цієї «соціальної організації».

Дослідження дозвілля, як і географії дозвілля, охоплюють п'ять основних етапів розвитку:

– 1 етап – 1930–1940 рр. – збір різноманітних даних про туризм і рекреацію. 1930 рр. – вивчення історії туризму і дозвілля – виявлення туристичних потоків і туристичних інтересів. Розробка загальних методів організації туризму та рекреації.

– Етап 2 – 1960–1970 рр. – різке збільшення туристичних потоків з 20 млн. до 250 млн. туристів на рік. Публікуються перші роботи з рекреології та географії рекреації в кожному регіоні. У рекреаційний процес включаються нові регіони, що позитивно впливає на їх розвиток.

– Етап 3 – 1970–1980 рр. – оптимізація та вдосконалення регіональної структури туризму. Планомірний розвиток організації та управління туризмом.

– 4 етап – 1980–2000 рр. – вивчення рекреаційних потреб і попиту на внутрішній та іноземний туризм, суспільно-географічне поширення бізнесу, розвиток туристичної індустрії тощо.

– 5 етап – 2000 р. – теперішній час – удосконалення рекреаційного простору в регіонах з урахуванням потреб населення, покращення та модернізація матеріально-технічної бази рекреації, впровадження інноваційних технологій організації різних видів рекреаційної діяльності, підготовка фахівців у сфері рекреації та туризму у міжнародних вищих навчальних закладах.

5.5 Основні категорії рекреації та дозвіллезнавства

Рекреологія має понятійний апарат основних категорій, предмет і об'єкт дослідження, що є синтезом знань про явища дійсності, які вона вивчає.

Одним з основних напрямків у з'ясуванні поняття «дозвілля» та його об'єкта дослідження є вивчення його в рамках двох основних категорій людської діяльності: «дозвілля для роботи» та «дозвілля для себе».

Такий підхід до вивчення дозвілля найбільш повно та інтенсивно розроблений за кордоном (наприклад, у Франції, Німеччині, Південній Кореї та Японії). Щоб краще зрозуміти поняття «дозвілля», необхідно уточнити ці дві категорії і подивитися, як вони співвідносяться між собою.

Праця – це цілеспрямована людська діяльність, в процесі якої людина впливає на природу, суспільство і саму себе з метою виробництва продуктів (матеріальних і духовних), необхідних для її існування. Праця сучасної людини характеризується великою інтенсивністю та напруженістю, і зрозуміло, що існує потреба у відпочинку після роботи для відновлення сил, витрачених у процесі праці.

Відпочинок – це форма регенерації організму людини після роботи. Відомо, що відпочинок може бути активним (прогулянки, піші прогулянки, походи тощо) або пасивним (перегляд телепередач і спортивних змагань, відвідування театру тощо). У географії рекреації відпочинок розглядається у просторовому вимірі, тобто як відстань, яку люди можуть подолати від свого постійного місця проживання, щоб відпочити та відновити сили.

Тому на основі просторових характеристик виділяють два типи рекреації: пасивну рекреацію та активну рекреацію.

Пасивна рекреація – це відпочинок за основним місцем проживання.

Активна рекреація – це відпочинок за межами основного місця проживання.

Рекреація відновлює працездатність людини, зменшує неврологічну та психічну втому, а у випадку людей, які займаються фізичною працею, зменшує фізичну втому. У широкому розумінні рекреація – це будь-яка діяльність людини, яка не спрямована на задоволення повсякденних потреб.

Людську діяльність у сфері рекреації можна класифікувати наступним чином:

- діяльність, пов'язана з конкретними фізичними навантаженнями (спорт, прогулянки);

- аматорська діяльність – полювання, риболовля, збирання ягід та грибів, заготівля кормів тощо;

- інтерес до світу мистецтва (відвідування театрів, концертних залів, картинних галерей тощо, створення мистецтва – художня самодіяльність, малювання тощо);

- інтелектуальна діяльність (самоосвіта, читання літератури, газет і журналів);

- спілкування на основі інтересу та вільного вибору;

- дозвілля, як активне (танці), так і пасивне (відвідування лекцій);

- подорожі на дозвіллі.

Багато з цих видів дозвілля проявляються комплексно і взаємопов'язано.

Робота – це процесуальний аспект праці, специфічна форма людської діяльності, спрямована на зміну стану внутрішніх і зовнішніх тіл з використанням індивідуального людського потенціалу.

Праця тісно пов'язана з суб'єктом діяльності, його здібностями, інтересами та потребами. Зміна стану цієї системи може відбуватися шляхом переключення з професійної діяльності (роботи) на інші форми фізичної активності, які потребують значних психофізичних зусиль. Ця тема успішно вирішується у сфері дозвілля.

Дозвілля – це відносно самостійна сфера життєдіяльності людини, пов'язана з пошуком вільного часу.

Вільний час – це та частина часу поза роботою, яка не пов'язана із задоволенням природних потреб (приготування їжі, самообслуговування) та вимушеною діяльністю, не пов'язаною з роботою (відпочинок тощо).

Неробочий час поділяється на чотири категорії:

- час, витрачений на дорогу до роботи;
- час, присвячений задоволенню природних потреб (сон, їжа, особиста гігієна);
- час, присвячений домашній роботі та побутовим потребам;
- час, присвячений фізичному і духовному розвитку та відпочинку, що по суті є дозвіллям.

Поняття «вільний час» у рекреації є багатомірним і неоднозначним. Термін «вільний час» з'явився у 19 столітті і був задуманий у класовому плані. Це пов'язано з тим, що різні верстви населення, професійні та вікові групи мають різну кількість вільного часу. Якщо для людей творчих професій (художників, письменників тощо), пенсіонерів і дітей дозвілля є досить розмитою категорією, то для тих, хто зайнятий у матеріальному виробництві, воно має чітке визначення.

На думку науковців, тенденція до переважання пасивних форм дозвілля над активними збережеться і в майбутньому. Водночас поглиблюються характеристики життя людини в сучасному суспільстві:

- зростатиме частка низькоінтенсивних форм психофізичної активності;
- зменшуватиметься частка фізичної рекреації на користь культурної та інтелектуальної;
- зменшиться популярність відпочинку в закритих приміщеннях, натомість зросте популярність відпочинку на свіжому повітрі;
- зменшуватиметься популярність організованих форм дозвілля, натомість зростатимуть самодіяльні форми, засновані на повсякденному людському спілкуванні;
- різноманітність форм дозвілля різко зросте завдяки інтенсивному розвитку «індустрії дозвілля та розваг».

Сучасні концепції дозвілля поступово намагаються розмежувати поняття «вільний час» і «цілеспрямоване дозвілля». У першому значенні під дозвіллям розуміють суму часу, не пов'язану з роботою (працею) і не зайняту діяльністю людини. У другому значенні дозвілля визначається як активне використання вільного часу для задоволення певних потреб, зокрема, потреб у задоволенні.

Розрізняють такі види рекреаційного часу (табл. 5.1)

Таблиця 5.1 – Структура рекреаційного часу протягом життя людини

Види рекреаційного часу	Тривалість	
	Тис. годин	Частка, %
Інклюзивний час (протягом робочого дня)	20,0	4,0
Щоденний час (після роботи/навчання)	204,4	40,0
Вікенд (в кінці робочого тижня)	178,1	34,8
Відпускний час	40,3	8,0
Пенсійний час	70,1	13,2
Всього	512,9	100,0

Стаття 45 Конституції України гарантує кожному працівнику право на відпочинок. Це право гарантується щотижневими вихідними днями, а також оплачуваною щорічною відпусткою, скороченою тривалістю робочого часу для окремих професій і виробництв та скороченою тривалістю роботи в нічний час. Закон встановлює максимальну тривалість робочого часу, мінімальну тривалість часу відпочинку, оплачувану щорічну відпустку, державні свята і неробочі дні та інші умови реалізації цього права.

За критерієм частоти проведення дозвілля розрізняють *чотири види відпочинку* (рекреації):

1. Щоденний відпочинок: цикл становить 24 години. Час, присвячений відпочинку, становить 7–8 годин. Цей час, як правило, присвячений сну.

2. Щотижневий відпочинок: цикл становить 7 днів. Час, присвячений відпочинку, можна умовно обмежити 6–8 годинами. Цей час зазвичай присвячується відвідуванню приємних місць відпочинку поблизу (парки, ліси, будинки відпочинку тощо).

3. Сезонний відпочинок: цикл становить 65–90 днів. Час відпочинку можна умовно визначити як 8 годин. Зазвичай він виражається в одноденному відвідуванні привабливих місць неподалік від основного місця проживання. З розвитком транспортних засобів дальність пересування збільшилася, але кількість часу, проведеного в дорозі, і той факт, що щоквартальний період відпочинку становить близько 8 годин, не змінився.

4. Щорічна відпустка: 365-денний цикл. Трудове законодавство встановлює право кожного на щорічну відпустку. Люди, які перебувають у відпустці, зазвичай переїжджають в іншу країну або регіон на час відпустки. З розвитком транспортних засобів діапазон просторової мобільності значно збільшується.

У дослідженнях дозвілля дозвілля вивчають у часовому, структурному, функціональному та інтуїтивному аспектах. Часовий аспект залежить від збільшення кількості вільного часу. За даними науковців, тривалість робочого тижня скоротилася з 78 годин у 1869 році до 48 годин у другій половині 20 століття.

Сьогодні середній відсоток вільного часу становить 18–20%. Структурний аспект передбачає вивчення вільного часу з точки зору життєвих ритмів і тематики дозвіллевої активності. Життя людини визначається

біологічними та історичними ритмами. Розрізняють добові, тижневі, річні та біотичні ритми. Добовий ритм пов'язаний з чергуванням дня і ночі та чітким розпорядком дня, в якому дозвілля має мінімальне значення. Для більшості людей тижневий ритм визначається п'ятиденним робочим тижнем з двома вихідними днями, переважно для відпочинку. Річний ритм пов'язаний зі зміною сезонів, які визначають пік людської активності. Час дозвілля пов'язаний зі щорічними відпустками, які здебільшого припадають на теплу пору року. Ритм життя характеризується різною тривалістю вільного часу в різні періоди життя людини.

Центральним (ціннісним) аспектом є вивчення дозвілля:

– з точки зору його соціальної корисності (загальний розвиток особистості, психофізіологічна регенерація);

– з точки зору індивідуальної самооцінки своєї дозвіллевої діяльності;

– з точки зору спільного проведення дозвілля;

– з точки зору аналізу групової та індивідуальної дозвіллевої діяльності.

Важливим методологічним питанням у дослідженнях рекреації є співвідношення понять «туризм» («турист») і «рекреація» («дозвілля»), які недостатньо розмежовані через відсутність чітких критеріїв та понятійно-термінологічного апарату.

Навіть не будучи визначеною як рекреація, рекреація є ширшим поняттям, ніж туризм. Це видно і з визначень останнього: «форма активного відпочинку», «форма рекреації», «вид відпочинку», «вид рекреації», «форма міграції, підготовка і спеціалізація населення в рекреаційних районах (центрах) та їх економічна ефективність».

Рекреаційні умови – сукупність компонентів і характеристик природного середовища, що сприяють рекреаційній діяльності (ландшафтно-кліматичні характеристики, наявність корисних копалин, біорізноманіття, можливість займатися певними видами спорту тощо).

Рекреаційний потенціал – сукупність природних, культурно-історичних, соціальних та економічних умов, необхідних для організації рекреаційної діяльності на певній території.

Рекреаційна територія – територія, що використовується для покращення здоров'я людей. Слід розрізняти короткострокові (лісопарки, міські зелені зони, акваторії тощо) та довгострокові (прибережні зони, оздоровчі комплекси, санаторії тощо) рекреаційні території.

Рекреаційна ємність – здатність території забезпечувати певній кількості рекреантів психологічний і фізіологічний комфорт та можливості для спортивно-оздоровчих занять без погіршення природно-ландшафтного або антропокультурного комплексу та без швидкого зносу соціальних структур.

Рекреаційний об'єкт – місце обмеженої площі, що використовується для відпочинку (лісова галявина, пам'ятка природи, пляж тощо).

Рекреаційна агресія – сума прямих впливів людини на природно-просторовий комплекс, зокрема на рослинність (витоптування, ущільнення ґрунту, знищення рослинності тощо).

5.6 Концепції науки про дозвілля

Концепція або концептуалізація (від англ. concept – розуміння, уявлення, система) – певний спосіб розуміння (інтерпретації) будь-якого об'єкта, явища чи процесу; основна точка зору на щось; керівна ідея організації чогось. Концепція має включати ідеї науки і практики про сутність, цілі та способи комунікації досліджуваного предмета, шляхи поглиблення і розвитку знань на практиці.

У межах науки про дозвілля виділяють три групи концепцій дозвілля:

- концепції, орієнтовані на людину;
- концепції, орієнтовані на економіку;
- концепції, орієнтовані на природу (рис. 5.2).



Рисунок 5.2 – Групи концепцій рекреалогії

Концепції, *орієнтовані* на людину – ця група включає дуже різноманітні концепції, але їх об'єднує зосередженість на потребах людини на всіх рівнях організації, від окремої особи, малої групи, соціальної групи, класу, раси і касти до всього людства.

Однією з найстаріших і найстабільніших концепцій є підгрупа **біомедичних концепцій**.

Ці концепції найбільш очевидні в пропаганді здоров'я, яка досліджує механізми лікування хвороб за допомогою природних терапевтичних засобів.

Основною мотивацією для появи цієї підгрупи концепцій став образ третього стану людини, «нездорового-незадовільного», та вчення про стрес; однією з основних функцій рекреації є запобігання виникненню цього третього стану і переходу його у хворобу та ослаблення адаптаційного періоду.

Підмножиною біомедичної концепції є сфера «менеджменту здоров'я» та «виробництва здоров'я». Не можна ігнорувати загальний вплив настанов на виробництво, оскільки, навіть проблеми зі здоров'ям трактуються як своєрідне «відновлення здорової людини» з точки зору виробництва.

Підгрупу **соціокультурних концептів** складають концепти дозвілля як сфери освіти, навчання, виховання, особистої та суспільної культури, особистісних і громадянських якостей. З цим кластером концепцій пов'язаний своєрідний культурний рух, який має на меті наповнити дозвілля змістом. Водночас у цьому кластері особливо помітні елементи ідеологічного конфлікту, адже зміст дозвілля може бути спрямований і на формування індивідуального споживача, особистого громадянина.

Ця концепція ґрунтується на ідеї самоповаги та відповідальності за власне життя і пов'язана з тим, що дозвілля є частиною життя. Особливого значення набуває свобода вибору і можливість реалізувати цілі, орієнтації, форми діяльності та поведінки, які сприяють максимальному фізичному, психічному і соціальному благополуччю.

Висвітлення цих понять тісно пов'язане з дослідженням широкого спектру особистісних цінностей, які виступають сполучною ланкою між культурою суспільства і духовним світом особистості, а також з вивченням взаємовідносин між людиною та її оточенням. Особливо це проявляється у ролевих іграх, святах та подоланні відчуження.

Концепція діяльності враховує роботу і дозвілля, вільні від обов'язкових зобов'язань. Таким чином, дозвілля свідомо чи несвідомо пов'язане з трудовою діяльністю, і вважається специфічним видом соціальної активності, невід'ємною частиною способу життя.

Потреба у дозвіллі визначається як потреба людини, групи людей або суспільства у відновленні та розвитку фізичних і психічних сил у певній мірі.

Історично потреби змінювалися в міру розвитку суспільства.

Загалом, потреби у сфері дозвілля включають наступні широкі категорії, які зосереджені на відновленні, розвитку та формуванні нових якостей і властивостей особистості.

Відновлення та підтримання здоров'я є традиційною потребою людини, яка постійно змінюється. У зв'язку з цим необхідні компенсаторні та профілактичні заходи, спрямовані на попередження негативних наслідків зміни способу життя і збереження здоров'я людини в умовах постійно мінливого екологічного середовища.

Концепція екологічної антропології ґрунтується на ідеї, що навколишнє середовище відіграє важливу роль у житті людини, створюючи умови для максимального фізичного, психічного та соціального благополуччя. З огляду на традиційне порівняння і протиставлення роботи і дозвілля, зміни в навколишньому середовищі займають особливе місце в цій темі.

Різні потреби у сфері дозвілля та зміни у сферах діяльності вимагають різних типів середовища. Це стосується не лише природного середовища, а й антропогенного, соціального, культурного та психосоціального середовища.

На практиці, навіть аналізуючи середовище дозвілля, жодне з цих середовищ не може бути повністю абстраговане. Особливо важливо враховувати інтеграцію середовища при розгляді циклів активності синкретичного характеру. Оскільки оточення людини за своєю суттю є вираженням суб'єкт–об'єктних відносин, сприйняття рекреаційного середовища, його переваг і недоліків залежить не лише від його фізичних характеристик, а й від сприйняття різними групами рекреантів. Більш того, розгляд рекреації вимагає, крім поняття «середовище», введення поняття «внутрішнє середовище людини», яке навіть в турбулентних умовах природного, соціального, культурного і технічного оточення здатне змінюватися в результаті зміни потреб, зміни особистісних установок і зміни настроїв.

Житло було одним з перших об'єктів дозвілля і середовища. Переміщення житла, що супроводжували міграції, мали рекреаційне значення.

У певному сенсі це був початок пошуку і вибору місць, придатних для проведення дозвілля. Цей процес відбувається у двох напрямках. Перший – це пошук місць для проведення масових заходів, ігор, ритуалів і змагань за межами місця проживання, у спеціалізованих місцях або поблизу поселення.

Другий напрямок пов'язаний з виникненням рекреаційної міграції до місць з певними сприятливими характеристиками, віддалених від місця проживання. Це міграція до місць з природними лікувальними засобами, мінеральними водами, грязьовими ваннами та сприятливим кліматом (наприклад, для лікування легневих захворювань).

Ці місця тісно пов'язані з міграцією до місць з відновлювальним і сприятливим природним середовищем, масовою сезонною міграцією на південь з територій, де бракує біологічно активного ультрафіолетового випромінювання, масштабною літньою міграцією з міст із забрудненим повітрям тощо.

Сюди ж можна віднести міграцію з територій, що постраждали від екологічних катастроф. У цьому випадку переміщення також відіграє фізіологічну, соціальну та психосоціальну роль.

Рекреаційна міграція, пов'язана зі змінами в навколишньому середовищі, може бути зумовлена бажанням подолати гіподинамію, а також:

– запобігти переростанню адаптаційного стресу (або третинного стану) у хворобу – «виключити» патогенні стресори (шум, міська метушня, конфліктне оточення тощо);

– подолати відчуження від природи;

– змінити середовище, що обмежує характер, глибину і форму міжособистісного спілкування;

– задовольнити пізнавальні та естетичні потреби, подолати сенсорний голод.

Звичайно, не всі ці міграції пов'язані з природним середовищем. Скоріше, це сукупність мотивацій, які призводять до вибору середовища з поєднанням лікувально–оздоровчих якостей, ландшафту, архітектурної автентичності, естетичних якостей, привабливості, умов, що пропонують різноманітні види

діяльності. У зв'язку з цим до середовища висуваються суперечливі вимоги, які стали частиною дозвіллевої діяльності, іноді ігрового характеру. Це, наприклад, імітація небезпечних подорожей у туризмі та альпінізмі, відмова від звичного комфорту і заняття натуральним господарством, збиральництвом, полюванням і риболовлю – видами діяльності, які вимагають менш комфортного середовища.

Рекреаційна міграція та пошук більш сприятливого середовища характеризує період раннього освоєння регіону. З цим процесом тісно пов'язані інтуїтивні (оціночні) підходи і поява доктрини акліматизації в рекреаційній міграції.

Безсумнівно, майже одночасно розпочався процес розбудови та створення спеціалізованих закладів дозвілля: парки, дитячі майданчики, концертні зали, театри, музеї, кафе, ресторани, басейни, спортивні стадіони, оздоровчі центри та санаторії.

Безумовно, для задоволення різноманітних рекреаційних потреб населення необхідні заходи з організації інтегрованого рекреаційного середовища, що ґрунтуються на знанні законів природи і рекреації, забезпеченні тісного зв'язку між природними, соціальними і культурними компонентами.

Цілеспрямоване формування або оптимізація природно–технічного рекреаційного середовища є не тільки затратним, але й дуже делікатним процесом з біоекологічної точки зору: зміна умов розвитку природних процесів часто запускає низку ланцюгових реакцій з негативними наслідками.

Характерним процесом у розвитку персональних і колективних рекреаційних середовищ є просторова і часова організація відпочивальників, які, структуруючи свою щоденну програму і поєднуючи різні зони рекреаційного середовища, створюють власне інтегроване або колективне середовище. Тому кожен муніципалітет (особливо курортна зона), кожна приміська зона, характеризується не тільки єдиним загальним середовищем, але й складним і взаємопов'язаним індивідуальним і колективним середовищем.

Наукова концепція екологічної антропології поставила низку питань щодо оцінки вільного часу. Оцінка дозвілля є більш складним завданням, ніж оцінка сільського господарства чи промисловості. Це пов'язано, головним чином, з дуже різними потребами і свободою вибору, різноманітністю об'єктів навколишнього середовища і їх можливих станів, а також необхідністю враховувати психологічні, соціальні, культурні, естетичні та етичні аспекти.

Концепції, які *зосереджуються на економіці*, включають політичну економію та технічну економію.

Концепція політичної економії. Людське життя має дві полярні форми. Одна пов'язана з витрачанням виробничих ресурсів (сфера виробничої діяльності, виробництво товарів, робочий час), інша – з їх відновленням і розвитком (сфера побуту, споживання товарів, неробочий час).

Діалектична єдність цих двох полярних форм життєдіяльності полягає в тому, що не може бути витрат сил без відновлення і розвитку сил (рекреації).

Ця взаємодія має історичний характер. Іншими словами, зміни у сфері виробництва об'єктивно призводять до необхідності змін у сфері побуту. Взаємодія природно передбачає зворотний зв'язок.

Сфера повсякденності охоплює всю сукупність існування людей поза виробничою, соціальною і політичною діяльністю: фізичне і культурне середовище, в якому люди задовольняють свої потреби в їжі, одязі, житлі, дозвіллі, розвагах і охороні здоров'я.

Загальна функція сфери повсякденного життя – дозвілля – полягає, в кінцевому рахунку, у відновленні та розвитку продуктивних здібностей людей.

Дозвілля характеризується періодом, протягом якого люди відновлюють свої сили (фізичні, інтелектуальні та емоційні), а також діяльністю, яка свідомо чи інстинктивно спрямована на відновлення. Конкретніше, обсяг цього часу залежить від продуктивності суспільної праці, обсяг робочого часу – від «продуктивності» дозвілля та ефективності використання позаробочого часу, тобто від того, наскільки повно реалізується загальна функція сфери повсякденного життя. Однак через свою структурну складність та низку специфічних чинників, сфера повсякденності не завжди і не в повному обсязі виконує функцію вільного часу, а отже, не весь неробочий час у цій сфері можна вважати вільним.

Дозвілля можна поділити на *просте дозвілля* (компенсація) та *розширене дозвілля* (розвиток сил) відповідно до його функції у процесі відтворення життєвих сил людини.

У реальному житті розрізняють чотири форми відпочинку:

– протягом робочого дня (перша), інклюзивний, тобто включений у робочий час;

– наприкінці робочого дня (друга), щоденний;

– наприкінці тижня (третя), щотижневий;

– наприкінці робочого року (четверта), відпустка.

Час відпочинку вимірюється в хвилинах, годинах, днях і тижнях. Ці форми мають різні функції: компенсаторну, розширену компенсаторну і подовжену.

Якщо компенсаторна функція не реалізується в однаковій мірі протягом дня, вона повинна бути реалізована в кінці дня. Якщо відпочинок не надається у вихідні дні, він неминуче перетворюється на пасивну відпустку.

Взаємозв'язок між чотирма формами рекреації очевидний, вони утворюють єдине ціле – рекреаційний життєвий цикл – і для його досягнення необхідна матриця рекреаційного часу (хвилини, години, дні, тижні) і спеціально організоване середовище, придатне для кожної форми рекреації. Підвищення продуктивності суспільної праці дозволяє і вимагає збільшення часу поза робочим часом, оскільки цей час відновлює і примножує продуктивні людські сили.

Оскільки існує суспільно необхідний робочий час, то існує і суспільно необхідний час для відновлення робочої сили, тобто час дозвілля. Під суспільно необхідним вільним часом ми розуміємо час, необхідний для простого відтворення робочої сили, яка використовується для виробництва продукту за

суспільно нормальних умов виробництва, тобто середнього рівня техніки, середньої інтенсивності праці та кваліфікації працівників на підприємствах, що виробляють цей основний продукт, і час, необхідний для розширеного відтворення з метою забезпечення подальшого зростання продуктивності праці.

Науково–технічна революція різко підвищила енергоефективність не лише у виробництві, але й у повсякденному житті.

Сто років тому більша частина механічної роботи виконувалася за рахунок м'язової сили людини, тоді як сьогодні більша частина механічної роботи виконується машинами і лише невеликий відсоток припадає на фізичні зусилля людини.

Енергетичний баланс (споживання і витрата калорій), який в минулому врівноважувався в основному за рахунок витрат м'язової сили в робочий час, тепер вимагає посиленої фізичної активності у вільний час. Якщо ця вимога не виконується, людина наражається на ризик патологічних змін, які потребують медичного втручання.

У той час як рівень фізичної активності різко знижується, рівень інтелектуальної та емоційної активності різко зростає. Сьогодні психологічна втома переважає над фізичною, і зняти психологічну напругу дуже складно.

В ході біологічної еволюції людина розвивалася як фізично активний організм і тому не має іншого вибору, окрім як «навчитися» швидко і ефективно поповнювати витрачену енергію: відносно короткі періоди відпочинку (менше 30% дня) і невелика кількість їжі (0,75% від його ваги – його добовий раціон) повністю відновлять фізичні сили організму.

Нервові напруження розраджаються не так швидко, як фізичне, і має більшу кумулятивну здатність.

Робочий менталітет і підвищене психоемоційне напруження в робочий час диктують потреби в рекреації, яка повинна забезпечувати емоційну і психосоматичну «надійність» людини, її психофізичну «стабілізацію» в процесі праці. Останнього найефективніше можна досягти не шляхом ізоляції від навколишнього середовища, а шляхом модифікації, не шляхом ізоляції від джерел інформації, а шляхом модифікації характеру інформації, не шляхом «сплячки» в емоційному та інтелектуальному плані, а шляхом модифікації вражень.

Механізми для цього знаходяться саме в центральній нервовій системі людини. Хоча характер використання енергії радикально змінився, характер її відновлення не змінився: переважна більшість населення все ще асоціює благополуччя з фізичним розслабленням і правильним харчуванням – потребами, які різко контрастують з реальними потребами сучасної людини у сфері дозвілля.

Більше того, нервові напруження, на відміну від фізичного, супроводжує людину не лише на виробництві, а й у повсякденному житті, де воно часто є вищим, ніж на робочому місці.

Людина завжди намагалася використовувати фізичну енергію в міру, чого не можна сказати про споживання нервової енергії. Нерозумне витрачання нервових ресурсів – це надмірні стреси, емоційні бурі, тривалі переживання,

перенесення робочих турбот на сім'ю і навпаки, нездатність звільнитися від домашніх і сімейних обов'язків під час роботи.

Сучасна людина свідомо чи несвідомо перебуває в стані надзвичайного нервового напруження в години неспанья. Марно намагатися знизити витрати нервової енергії до нинішнього рівня витрат фізичної енергії, але зменшення нерациональних витрат до мінімально можливого рівня має велике соціальне і економічне значення. Особливо це вимагає цілеспрямованих заходів у повсякденному житті, що є, на нашу думку, найбільшим джерелом ірраціонального нервового напруження.

Ця обставина спонукала багатьох соціологів запропонувати в структурі непрактичного часу зменшити час, що витрачається на «обов'язкові заняття», і таким чином збільшити «вільний» час, тобто «чистий» час для відпочинку і розвитку людини.

Однак час, витрачений на обов'язкові завдання, не може бути суттєво зменшений. Причини такі:

- час у дорозі на роботу і з роботи не вдасться суттєво скоротити, а в деяких випадках він навіть збільшується;

- темпи покращення організації міського транспорту та збільшення швидкості міського транспорту не встигатимуть за темпами просторової спеціалізації;

- збільшиться кількість часу, що витрачається на прибирання. Це пов'язано зі збільшенням корисного простору на душу населення; «світ речей» розширюється і потрібно більше часу, щоб ним «керувати»;

- час, витрачений на шопінг, не може бути суттєво зменшений; більше того, свобода вибору товарів (відсутність черг та різноманітність товарів) не зменшує час, витрачений на «процес шопінгу», а навпаки, збільшує його.

Тому короткострокові обов'язкові години не можуть бути запасним варіантом для суттєвого підвищення якості дозвілля.

Тому основна увага має бути зосереджена не на збільшенні вільного часу, який наразі розуміється як певна рівновага після врахування робочого і неробочого часу, а на збільшенні частки вільного часу за рахунок збільшення або дослідження функції вільного часу в усій сфері життя.

Техніко-економічна концепція – наявність рекреаційних потреб населення є стимулом для організації галузі невиробничої сфери народного господарства, ця галузь сприймається як сервісно-рекреаційна порівняно з багатьма іншими галузями, випуск «продукції» вважається «послугою», а питання регулювання туризму розглядаються як «виробництво товарів народного споживання і послуг» у низці рішень і напрямів у планах економічного і соціального розвитку. Основні риси цієї системи полягають у наступному: попит породжує пропозицію, з'являється «споживач», для попиту створюється ринок, для задоволення попиту розвивається економіка, метою якої є витягнути зі споживача якомога більше грошей: «споживач отримує послугу, бізнес (галузь) отримує дохід».

Таким чином, відбувається своєрідна інверсія, трансформація системи розваг: на вході, в дусі «потреби», відбувається «витягування грошей», а на

виході («ефективність») – «прибуток». Група відпочивальників набуває характеру технологічної складової системи, тобто своєрідного «фінансово важливого» ресурсу для системи, і, як наслідок, прагнення системи мати «найвищі» технологічні ресурси, а найбільш технологічні – високооплачувані групи.

У випадку масштабного розвитку та обмеженої ринкової пропозиції (монополії) послуг дозвілля, прояви цієї тенденції супроводжуються виключенням певних соціальних груп (споживачів) з послуг (наприклад, річкові круїзи та круїзи). Слід зазначити, що ця концепція несе в собі особливий ризик десоціалізації та дегуманізації, оскільки посилює адміністративне втручання в умовах монополії (особливо у випадку дефіциту послуг, що надаються підприємствами сфери дозвілля), що є абсолютно неприйнятним в умовах ринкової економіки.

Очевидно, що такий підхід слід розглядати не як загальний, всеосяжний і позачасовий, а скоріше, як техніко–економічний механізм, що сприяє реалізації ключових економічних і соціально–демографічних функцій у системі товарно–фінансових відносин.

Найважливішою рисою гуманізації цієї концепції є розширення різноманітності ринкової пропозиції та контроль за дисконтуванням – тобто відносно дешевим обіленням – з боку профспілок і державних органів (це необхідно, оскільки зростання вартості сучасних морських і річкових суден, складність їх обслуговування і підвищення попиту на зручності призвели, наприклад, до значного і досить поступового підвищення цін на водний транспорт).

Таким чином, техніко–економічна концепція фокусується на системі як на закритій системі, що діє у власних інтересах. «Людина» чи «група відпочиваючих» не стає ціллю, а лише «ресурсом» системи, що вимірює свій успіх з точки зору прибутку. Цікаво, що на можливість такого зсуву вказував С. Лешицький ще у 1972 році. Він вказував на те, що в деяких країнах (Болгарії та Румунії) модель, яка використовується, базується на доходах і прибутку.

Теорія рекреації також враховує погляди вчених, які підтримують **природоорієнтовані концепції**. Основу цього комплексу концепцій, що склався в нашій країні в 1950–1960–х роках, характеризує уявлення про рекреацію як про засіб охорони природи, що дозволяє розглядати її одночасно в рамках концепцій соціально–культурної спрямованості. Її творці виходили з того, що рекреація – це вид діяльності, який ставить найвищі вимоги до збереження якості природного середовища і є дружнім до природи.

Освоєння земель для рекреації та вилучення земельних і водних ділянок з інших видів використання може забезпечити максимальне збереження дикої природи. Така точка зору, безсумнівно, ґрунтувалася на раціональних міркуваннях. Особливо це стосувалося короткострокових рекреаційних зон, де передбачалося розміщення немоторизованих туристів.

Однак, абсолютізація гіпотези про тісний зв'язок між рекреаційною діяльністю та потребами охорони довкілля призвела до того, що деякі автори почали вважати їх тотожними. Висловлювалися навіть думки, що туристичні

курорти, рекреаційні зони, місця масового відпочинку та змішані утворення, такі як національні парки та природні, культурні і природно-історичні комплекси, слід вважати частиною природно-заповідного фонду.

Ця крайня позиція є результатом відвертого непорозуміння. Її представники не врахували, що рекреація, як і всі інші види діяльності, пов'язана з певними змінами в природі, рекреаційними мандрівками та інтродукцією багатьох видів декоративних рослин, зміною нормативів та широким розвитком урбаністичних форм рекреації.

Фактично вони випустили з уваги той факт, що рекреація в її сучасному вигляді набула всіх ознак господарської діяльності і починає впливати на природу.

Завдання для самостійного контролю

1. Назвіть передумови виникнення рекреалогії як науки.
2. Надайте визначення предмета вивчення рекреалогії.
3. Охарактеризуйте конструктивне завдання рекреалогії.
4. В чому суть екологічного відходу до вивчення рекреалогії?
5. Назвіть та охарактеризуйте основні етапи розвитку рекреалогії.
6. У чому полягає сутність вільного часу людини?
7. Які характеристики людської діяльності будуть простежуватись у майбутньому?
8. Назвіть види рекреаційного часу протягом життя людини.
9. В яких аспектах вільний час розглядається у рекреалогії?
10. Надайте визначення поняття «рекреаційна територія».

ТЕМА 6. РЕКРЕАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

План:

6.1. Види рекреаційної діяльності

6.2. Рекреаційні заняття

6.3. Цикли рекреаційних занять

6.4. Рекреаційні потреби

6.5. Сутність і характеристика рекреаційного попиту

6.1. Види рекреаційної діяльності

Дозвілля – це комплексний вид *життєдіяльності* людини, спрямований на зміцнення здоров'я та задоволення духовних потреб у вільний від роботи час.

Дозвілля визначається трьома факторами: рекреаційні потреби, рекреаційні ресурси та наявні фінансові ресурси.

Дозвіллева діяльність являє собою різноманітний і зростаючий вид економічної діяльності. Сьогодні майже всі сектори економіки так чи інакше залучені до надання послуг з організації дозвілля та догляду. Деякі з них, такі як транспорт, сільське господарство, будівництво та ремонт, комунальне господарство, охорона здоров'я, соціальні послуги тощо, з кожним роком розширюють свою діяльність у сфері дозвілля та туризму.

Види дозвіллевої діяльності дуже різноманітні. Це пов'язано з їх різноманітністю, складністю та всебічністю. Численні види дозвіллевої діяльності все частіше поєднуються на певній території в просторово–часових межах відпочинку людини. Ці види діяльності характеризуються певним добовим, тижневим і сезонним ритмом.

Деякі види *дозвілля* чітко поділяються на просторово та часово відокремлені види дозвілля протягом доби (плавання, засмагання, катання на човнах, віндсерфінг, парапланеризм, відвідування музеїв, огляд визначних пам'яток і т.д.).

Розглянемо детальну структуру дозвілля. Віднесення видів дозвілля до тієї чи іншої категорії часто залежить від: мети поїздки, характеру організації, правового статусу, тривалості поїздки, перебування користувача дозвілля в певному місці, сезонності, характеру пересування користувача дозвілля, віку користувача, активності тощо.

Основною характеристикою класифікації видів дозвілля є функціональна спрямованість.

Виділяють наступні *функції дозвілля*:

- лікувальні – їх метою є відновлення здоров'я людини;
- пізнавальні – спрямовані на розвиток інтелектуальних здібностей особистості;
- спортивні – спрямовані на розвиток фізичної сили.

Таблиця 6.1 – Класифікація видів рекреаційної діяльності

Критерії	Види
За головним мотивом рекреації	- лікувальна - оздоровча і спортивна - пізнавальна
За характером транспортних засобів, що використовуються	- автомобільна (індивідуальна) - автобусна - авіаційна (рейсова і чартерна) - залізнична - теплохідна (морська, річкова, круїзна)
За ступенем рухливості	- стаціонарна - кочова
За кількістю учасників	- індивідуальна - групова
За віковою ознакою	- дитяча - доросла - змішана
За характером організації	- регламентована (планова) - самодіяльна
За сезонністю	- цілорічна - сезонна: літня, зимова
За територіальною ознакою	- приміська (місцева) - внутрішньорайонна (загальнодержавна) - міжнародна
За тривалістю	- короткочасна - тривала
За правовим статусом	- національна (внутрішня) - міжнародна (іноземна)
За характером використання рекреаційних ресурсів	- кліматолікувальна, бальнеолікувальна, грязелікувальна - маршрутна, прогулянкова і спортивна, промислово-прогулянкова, купально-пляжна, водно-спортивна, водно прогулянкова, підводне плавання, риболовля, мисливська, гірськолижна, альпінізм - натуралістична, культурно-історична

Вони класифікуються за соціальною та технічною функцією:

- лікувально–оздоровчі;
- рекреаційні;
- спортивні;
- пізнавально–рекреаційні.

Лікувально–оздоровчі види рекреаційної діяльності поділяються за основними лікувальними факторами: клімат, мінеральні та термальні води, лікувальні грязі.

Таким чином, вони поділяються на наступні групи: кліматотерапія, бальнеотерапія, термотерапія та грязелікування. Залежно від їх поєднання вони поділяються на: бальнеотерапію, термальну бальнеотерапію та грязелікування.

Умови для оздоровчої рекреації повинні суворо відповідати медико–біологічним нормам.

Оздоровчі та спортивні види відпочинку дуже різноманітні. Плавання і пляжний відпочинок дуже популярні в усьому світі. Рекреаційні заходи біля води і на морі включають плавання, засмагання, прогулянки на пляжі, гру в пляжний м'яч і катання на водних лижах.

Пішохідний відпочинок та штучна рекреація включає такі види діяльності, як прогулянки на свіжому повітрі, спостереження за ландшафтом, збирання грибів, ягід, морських слимаків, коралів та інших дарів природи.

Мандрівний туризм часто визначають як загальний туризм. Він може бути спортивним або для любителів. Залежно від характеру перешкод його можна розділити на рівнинний і гірський.

Водний туризм, як рекреаційний, так і спортивний, став дуже популярним. Ці види туризму зазвичай поєднуються з пляжним туризмом і купанням на берегах морів, озер і річок.

Інші види туризму включають підводний спортивний туризм, підводний археологічний туризм, рибальський туризм, мисливський туризм, гірськолижний і альпіністський туризм. Кожен з цих видів має свої особливості та поширеність у різних регіонах.

Пізнавальна рекреація. Пізнавальні аспекти притаманні більшості видів відпочинку. Однак існують і суто пізнавальні види дозвілля, пов'язані з інформаційним «споживанням» культурних благ: відвідування культурно–історичних пам'яток та архітектурних комплексів і відкриття для себе нових регіонів і країн, їхньої етнографії, фольклору, природних явищ та економічних структур.

Конференц–туризм пов'язаний з розвитком міжнародних науково–технічних контактів між фахівцями та науковцями.

За використовуваними *транспортними засобами* туризм поділяється на автомобільний, автобусний, авіаційний, залізничний і водний (морський, річковий і озерний).

За ступенем мобільності туризм поділяється на стаціонарний туризм і кочовий туризм. Це досить умовний поділ, оскільки туризм обов'язково передбачає переміщення від місця проживання до місця відпочинку, а туристи є дуже мобільними навіть у так званих осілих районах.

У визначенні внутрішнього туризму підкреслюється, що метою подорожі в цьому випадку є перебування в певному місці. Специфічними формами туризму є лікувально–оздоровчий туризм та окремі види оздоровчого і спортивного туризму.

Кочовий туризм передбачає постійну мобільність і зміну місця перебування. Ступінь мобільності відображається в навчальних програмах з туризму, зокрема в оцінці рекреаційних ресурсів. Наприклад, оцінка різноманітності ландшафтів вздовж автомагістралей відрізняється від оцінки ландшафтів для пішохідного і, зокрема, сидячого туризму.

За кількістю учасників розрізняють індивідуальну та групову рекреацію. Під індивідуальним відпочинком мається на увазі не лише виїзд однієї людини, але й сімейний відпочинок.

Залежно від типу організації відпочинок поділяється на організований (або запланований) відпочинок та самодіяльний відпочинок. Організований відпочинок або, як його часто називають, запланований відпочинок – це точний, заздалегідь визначений маршрут поїздки і перебування. Рекреанти отримують послуги протягом певного періоду часу на основі заздалегідь придбаної путівки.

Самостійна та неорганізована рекреація – це самостійні подорожі рекреантів, які не пов'язані взаємними зобов'язаннями з рекреаційними установами.

Багато видів рекреації є сезонними з природних, соціальних та економічних причин. Сезонність знижує прибутковість функціонування рекреаційних об'єктів, створюючи «піки» і «спади» зайнятості та навантаження на сферу послуг і транспорт.

Наприклад, у приморських курортних зонах зайнятість у зимові місяці в 3–4 рази нижча, ніж у липні–серпні. Більшість людей намагаються відпочивати влітку, коли світить сонце. Таким чином, сонце є найважливішим об'єктивним фактором сезонності.

Зі збільшенням тривалості відпусток спостерігається тенденція до їх поділу на дві частини. Сезонність відпусток можна пояснити тим, що компанії та промислові організації розробили схему роботи, яка забезпечує, щоб більшість робітників і службовців мали змогу обрати літню відпустку. Такий же ритм застосовується і в системі освіти.

Багато видів дозвілля, особливо святкового типу, функціонують протягом року, хоча потік дозвіллевих заходів нерівномірний.

Щоденний, тижневий і річний розподіл дозвілля за видами використання є важливим з методологічної точки зору, оскільки створює основу для вивчення структури дозвілля і використання вільного часу в рекреаційних цілях.

Така диференціація вільного часу дає змогу аналізувати дозвілля за частотою та територією проведення.

Щоденне використання вільного часу та щоденні види дозвілля безпосередньо пов'язані з житлом, міським середовищем та його просторовою організацією.

Щотижнева дозвіллева активність залежить від розташування замських закладів дозвілля. Щорічне використання дозвілля пов'язане з розташуванням закладів відпочинку курортного типу.

Відповідно до вищезазначеного поділу дозвілля, розрізняють:
– внутрішньо–передміський відпочинок;

- щоденний – приміський вихідного дня (місцевий);
- щорічний під час свят і фестивалів (може бути внутрішньо-передміським, національним або міжнародним) (рис. 6.1).

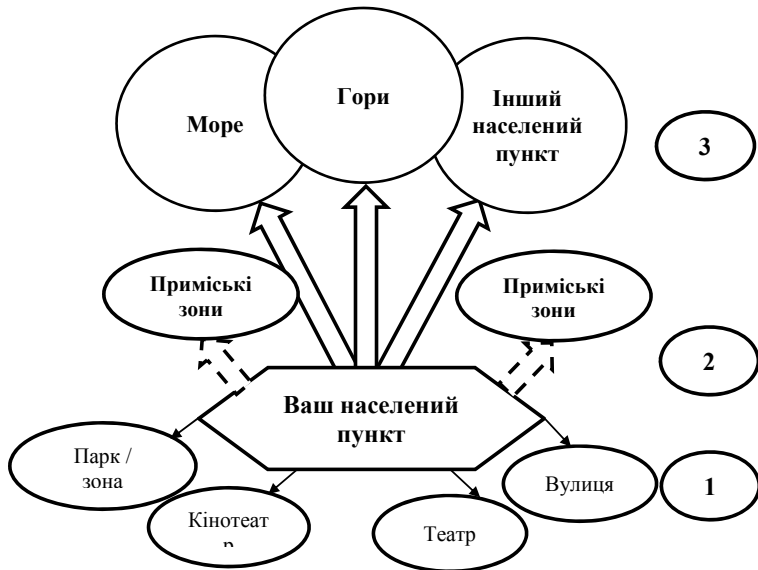


Рисунок 6.1 – Умовна відповідність між періодами вільного часу і вибором рекреаційних просторів

1 – щоденний відпочинок; 2 – щотижневий відпочинок; 3 – щорічний відпочинок.

За тривалістю перебування міжнародний туризм можна поділити на короткостроковий та довгостроковий. Якщо тривалість туристичної подорожі становить три дні або менше, вона класифікується як короткостроковий туризм, якщо більше трьох днів – як довгостроковий туризм.

За правовим статусом туризм поділяється на національний (внутрішній) та міжнародний (іноземний). Міжнародний туризм поділяється на активний і пасивний залежно від його впливу на платіжний баланс країни. Для кожної країни подорожі її громадян до інших країн називаються пасивним туризмом, а приїзд іноземців – активним туризмом.

6.2. Дозвілєва діяльність

Дозвілєва діяльність є основою для розробки програм дозвілля та проектування циклу дозвілєвої діяльності. Основною підставою для класифікації видів дозвілля є їх функціональна спрямованість (Таблиця 6.2).

Таблиця 6.2 – Види рекреаційних занять

Індекс	Види рекреаційної діяльності	Приклади рекреаційних занять
a^1	Кліматолізування	Інсоляція, повітряні ванни, сон на свіжому повітрі
a^2	Бальнео – та грязелікування	Внутрішнє та зовнішнє застосування мінеральних вод, грязелікування
a^3	Ігри рухливі у приміщенні	Танці, атракціони, загальна фізична підготовка
a^4	Водні процедури	Купання в басейні, душ, ванни, лазня
a^5	Малорухливі ігри	Більярд, тихі атракціони
a^6	Рухливі заняття на воді	Плавання, веслування, водні лижі, водний велосипед, вітрильний спорт
a^7	Рибальство, полювання	Рибний лов, полювання
a^8	Пасивні заняття в приміщенні	Читання, перегляд телепередач, відвідування кіно, театрів, концертів, пасивні ігри, колекціонування, тощо
a^9	Спортивний туризм	Туризм пішохідний, лижний, гірського, водний, велосипедний, мотоциклетний, автомобільний, спелеологічний, вітрильний
a^{10}	Експерсії	Експерсії пішохідні, автобусні
a^{11}	Спортивні ігри та вправи	Футбол, волейбол, баскетбол, хокей, лижі, ковзани, тощо
a^{12}	Аматорські заняття на відкритому повітрі	Садівництво та городництво, бджільництво, збирання гербарію, тощо
a^{13}	Прогулянки	Прогулянки в лісі, збирання грибів, ягід, лікарських трав, тощо

Категорії дозвілленої діяльності розрізняють за такими характеристиками:

1. Взаємозамінність – можливість заміни одного виду діяльності іншим без очевидної шкоди для дозвілля. Взаємозамінність дозволяє урізноманітнити програму дозвілля, а також є важливою основою для класифікації дозвілля, коли взаємозамінні види дозвілля термінологічно об'єднуються під одним терміном (наприклад, «сидячі ігри в приміщенні»: шахи, доміно, розв'язування головоломок тощо).

Прикладами кінестетичного дозвілля є: туризм з його різноманітними видами діяльності (піший туризм, водні види спорту, лижний спорт тощо), оздоровчі види спорту (фітнес, гімнастика) або спортивні ігри (баскетбол, волейбол, футбол тощо).

2. Взаємозалежність – відношення, яке призводить до поняття «системи дозвілленої діяльності», структури циклів (наприклад, водні види слідує за гімнастикою, активні види передують пасивним видам).

3. Протиріччя – несумісність певного виду дозвілля з іншим видом дозвілля в певний час (наприклад, танці та читання). Хоча сьогодні існують

тренажери, які дозволяють одночасно займатися спортом і читати, слухати музику, дивитися відео.

Інтенсивність – оцінка ступеня задоволення потреб у дозвіллі.

Конкретні види дозвілля, які виконують функцію відновлення сил людини, утворюють групи щоденних, щотижневих та щорічних видів діяльності, по порядку. Вони відрізняються за своєю здатністю задовольняти конкретні потреби у дозвіллі, що визначає їх інтенсивність (табл. 6.3).

Таблиця 6.3 – Інтенсивність деяких рекреаційних занять

Найменування занять	Інтенсивність	Задоволення потреб					
		Харчування	Сон	Рух	Оздоровлення	Пізнання	Спілкування
Перегляд телепередач	1/6					+	
В'язання	4/6			+	+	+	+
Прогулянка	3/6			+	+	+	+
Атлетизм	4/6			+	+	+	+
Експерсія групова	3/6			+		+	+
Читання книг	1/6					+	
Ходіння в гості	2/6	+					+
Танці	3/6			+	+		+
Туризм	6/6	+	+	+	+	+	+

Туризм є найбільш інтенсивним видом дозвіллевої діяльності, оскільки може задовольнити максимальну дозвіллеву потребу індивіда за одиницю часу.

Атрактивність – індивідуальна та групова привабливість видів дозвілля та їх комбінацій (циклів дозвіллевої активності). Так, останнім часом з'явилися нові засоби проведення дозвілля (дайвінг, гірськолижний спорт, альпінізм тощо), які привертають увагу учасників дозвілля своєю екзотичністю та новизною.

Найпривабливішими видами дозвілля є:

1. Денний відпочинок: прогулянки, рухливі ігри, спортивні та фізкультурно-оздоровчі заняття.

2. Щотижневий відпочинок: водні розваги, спортивні ігри, фізичні вправи на природі, туристичні походи, риболовля та полювання, аматорська діяльність на свіжому повітрі (садівництво, городництво), пікніки вихідного дня.

3. Відпочинок: кліматичний, купання, пішохідний, спортивний туризм.

Важливо, що найбільш привабливі види рекреаційної діяльності мають високий рівень профілактики серцево-судинних та респіраторних захворювань.

6.3 Цикли рекреаційної активності

Види рекреаційної діяльності утворюють цикли. Цикл рекреаційних заходів виглядає наступним чином:

- програма дозвілля, яка дозволяє досягти цілей і завдань у конкретних обставинах, відповідно до особистих потреб;
- взаємопов'язана і взаємозалежна комбінація видів дозвілля, які формуються на основі основного виду діяльності.

Кожна людина самостійно, часто несвідомо, конструє цикл дозвіллевої діяльності, вибудовуючи програму дозвілля, виходячи з власних уподобань та уявлень про корисність і привабливість занять, кількості часу, що витрачається на дозвілля, моди, цін на послуги і товари, матеріального добробуту та інших факторів.

Цикл дозвіллевої діяльності повинен відповідати двом основним вимогам: індивідуальній зацікавленості та привабливості.

Цикли утворюються оптимальними комбінаціями елементарних видів дозвіллевої діяльності та утворюють ієрархію: добові, тижневі, річні тощо.

Цикли є структурою дозвілля, об'єктом планування та організації дозвіллевих систем. За їх допомогою можна врахувати потреби в дозвіллі, сформулювати вимоги до умов реалізації та визначити технологію обслуговування.

У циклі дозвіллевої діяльності основні види дозвіллевої діяльності поділяються на цілеспрямовані, доповнюючі та супутні, виходячи з цілей дозвілля:

- цільова діяльність є основною мотивацією дозвілля (наприклад, заняття фітнесом тощо);
- доповнююча діяльність не виконує основної мети дозвілля, але додає різноманітності та оживляє дозвіллевий цикл (наприклад, відвідування туалету);
- супровідна діяльність не забезпечує специфічного дозвіллевого ефекту, але є необхідною через фізіологічні (сон, особиста гігієна) та технологічні (очікування) обмеження.

Кожен вид дозвіллевої діяльності може бути класифікований як «основний» або «відомий» залежно від того, чи є він цільовим з точки зору функцій дозвілля.

При виділенні складових типів враховуються наступні *принципи*:

- тривалість основної рекреаційної діяльності (а отже, і видів рухової активності) не повинна перевищувати тривалості рекреаційного блоку;
- циклічне (первинне) використання видів рекреаційної діяльності не повинно заважати конкретній формі дозвілля: наприклад, тип ^{A2} – бальнеологія – не може стати циклом у повсякденній рекреації, оскільки не може бути реалізований за такий короткий час; тип ^{A3} – рухові вправи в приміщенні – не підходить для відпустки, оскільки присвячувати йому весь час відпустки явно зайве, але може стати циклом у щоденній рекреації.

Контекст дуже важливий при проєктуванні святкових заходів для оптимізації параметрів рекреаційного циклу.

Наприклад, для періоду відпустки ми обрали цільовий тип a^1 (клімат). На цій основі можна створити три цикли відпочинку з певними характеристиками: кліматичний/прогулянки; кліматичний/плавання та пляж; кліматичний/кліматичний. У цьому випадку типи a^{13} (піші прогулянки), a^6 (водні розваги) та a^2 (купання) слід розглядати як додаткові або фонові.

Рекреаційні типи a^1 і a^{13} визначають характеристики циклу, а також створюють основну відмінність (рис. 6.2).

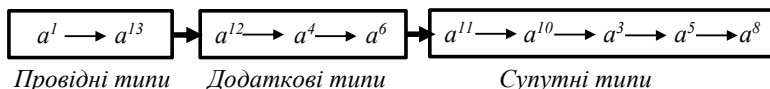


Рисунок 6.2 – Структура кліматичного / прогулянкового циклу рекреаційних занять

Типи a^{11} , a^{10} , a^3 , a^5 і a^8 створюють постійний фон майже у всіх рекреаційних циклах, оскільки вони пов'язані з рівнем оптимізації рекреаційної території (a^{11} – наявність екскурсійних ресурсів). a^{12} , a^4 і a^6 можливі в залежності від місцевих умов.

6.4 Рекреаційні потреби

Рекреаційні *потреби* можна визначити як вимоги до умов відновлення людини.

Фактори впливу:

- соціально–економічні фактори – рівень матеріального добробуту масового споживача, рівень цін на дозвіллієві продукти та послуги, наявність вільного часу, доступність інформації (реклами) про дозвіллієві об'єкти та послуги;

- демографічні фактори – вік, стать, сімейний стан, рівень освіти, рід занять, приналежність до певної соціальної групи, регіон первинного проживання та тип проживання (міське чи сільське);

- особистісні та поведінкові фактори – індивідуальні особливості, спосіб життя, інтереси, духовні цінності, мотивація до проведення дозвілля, стан здоров'я;

- культурні, соціальні та психологічні фактори – пріоритети в духовних цінностях суспільства в цілому та окремих груп, рівень психології споживачів, вплив моди на вибір видів дозвілля, існуючі традиції проведення дозвілля;

- природно–ресурсні фактори – ступінь забезпеченості регіону різними видами рекреаційних ресурсів, екологічний стан навколишнього середовища;

- політичні фактори – безпека рекреаційних територій і об'єктів, відсутність збройних конфліктів, тероризму, піратства, дотримання міжнародних стандартів і норм, що стосуються прав і свобод людини.

Рекреаційні потреби проявляються на трьох рівнях організації людей:

1. Соціальні потреби, які визначаються як потреби суспільства в цілому у відновленні фізичних і психологічних сил та загальному розвитку всіх його

членів, а також потреба в розширеному відтворенні соціально–трудового та соціокультурного потенціалу суспільства.

2. Колективні рекреаційні потреби відображають зміст потреб кожної соціальної групи населення.

3. Індивідуальні рекреаційні потреби визначаються як потреба у відновленні фізичних і душевних сил особистості до фізичної, розумової і духовної досконалості. Різноманітні види дозвілля, що задовольняють ці потреби, включають зміну звичної обстановки, відновлення здоров'я, зняття втоми, пізнання навколишнього світу, подолання перешкод, задоволення естетичних потреб, духовне збагачення, відхід від повсякденного життя тощо.

Характеристика мотивів, що складають дозвілєву діяльність.

Психологічні мотиви:

- потреба у відпочинку;
- потреба у фізичному навантаженні;
- потреба у зміцненні здоров'я та лікуванні;
- потреба в психологічному комфорті тощо.

Культурні мотиви:

- бажання дізнатися про інші країни (історія, мистецтво, живопис, архітектура);
- бажання спілкуватися з іншими народами;
- релігія, паломництво тощо.

Особисті мотиви:

- бажання змінити своє постійне оточення (місце проживання, місце роботи, сім'ю, сусідів тощо);
- відвідування друзів та родичів тощо.

Престижні мотиви: репутація, бажання суспільного визнання, прагнення до суспільного визнання, прагнення до престижу тощо.

Ключові фактори, що визначають рекреаційну привабливість: вік, наявність вільного часу, вартість поїздки або туру.

Туристичні пріоритети різних демографічних груп наведені в таблиці 6.4.

Таблиця 6.4 – Туристичні пріоритети різних демографічних груп населення

Порядок атракції	Молодь, одинаки	Молоді сімейні пари	Сімейні пари	Особи від 45 до 65 років	Особи від 65 років і старше
1	Відвідування барів, клубів, дискотек	Пасивний відпочинок	Сімейний відпочинок	Експерсії	Експерсії
2	Сонячні ванни	Смачна їжа	Пасивний відпочинок	Пасивний відпочинок	Поїздки на природу
3	Експерсії	Експерсії	Експерсії	Поїздки на природу	Смачна їжа
4	Пасивний відпочинок	Відпочинок сім'єю	Сонячні ванни	Смачна їжа	Пасивний відпочинок
5	Поїздки на природу	Сонячні ванни	Смачна їжа	Сонячні ванни	Відпочинок з близькими та друзями

6.5. Сутність і характеристика рекреаційного попиту

Попит на відпочинок – це сума різних видів попиту на різні фізичні товари та послуги, представлені на туристичному ринку.

Структура ринку дозвілля характеризується поділом на три великі сегменти відповідно до попиту та пропозиції:

- транспортні послуги;
- пакет послуг і товарів, пов'язаних з перебуванням туристів за межами постійного місця проживання (проживання, харчування тощо);
- разові товари та послуги, необхідні туристам для поточного та майбутнього споживання (розваги, медичне обслуговування, сувеніри, транспортні засоби тощо).

Усі ці підсектори ринку тісно пов'язані між собою, а отже, споживання товарів і послуг, що їх охоплюють, є взаємопов'язаним, а в деяких випадках і одночасним.

Ряд факторів визначає еволюцію і характер поведінки споживачів туристичних послуг, які можуть бути виражені, наприклад, в таких показниках:

- частота подорожей;
- переваги в географічному розташуванні туризму;
- переважної форми організації туризму;
- сприйняття туристом ціни подорожі.

Слід також підкреслити, що при аналізі туристичного попиту необхідно враховувати таке явище, як сезонність.

Сезонність у туризмі є об'єктивним явищем. Воно має декілька характеристик:

1. Пік попиту на туристичні послуги припадає на третій квартал року.

2. Сезонність попиту суттєво відрізняється залежно від виду туризму. Наприклад, освітній туризм має відносно менші сезонні коливання, ніж рекреаційний туризм.

3. Існують специфічні форми сезонності в різних регіонах. Наприклад, дослідження прибережного, гірського, озерного, річкового та міського відпочинку показують, що кожен регіон має свої специфічні особливості.

Попит на туристичні послуги кардинально змінився за останні 50 років і наразі демонструє такі тенденції:

- перехід від активного відпочинку до пасивного;
- спеціалізація та індивідуалізація попиту;
- зростання виїзного туризму;
- екологізація споживчих настроїв;
- фрагментація основних форм відпочинку;
- інтенсифікація туристичної рекреації.

Завдання для самостійного контролю

1. Надайте визначення поняттю «рекреаційна діяльність».
2. Охарактеризуйте види рекреаційної діяльності.

3. Поясніть, яким чином відображається лікувальна рекреаційна функція.
4. Назвіть особливості організації рекреаційних занять за сезонами року.
5. Які характеристики рекреаційних занять існують?
6. Назвіть принципи, які враховуються при виборі циклоутворюючих типів рекреаційних занять.
7. Охарактеризуйте фактори, які впливають на рекреаційні потреби населення.
8. Яким чином проявляються суспільні рекреаційні потреби?
9. Які критерії входять до мотивів престижу при виборі відпочинку?
10. Надайте визначення поняттю «рекреаційний попит».

ТЕМА 7. РЕКРЕАЦІЙНА СИСТЕМА ЯК ОБ'ЄКТ ВИВЧЕННЯ РЕКРЕАЛОГІЇ

План:

- 7.1. Поняття рекреаційної системи
- 7.2. Закономірності та принципи розвитку рекреаційної системи
- 7.3. Функції рекреаційної системи
- 7.4. Територіальний рекреаційний комплекс як основа функціонування рекреаційного господарства на певній території
- 7.5. Компоненти рекреаційної системи

7.1. Поняття рекреаційної системи

Система дозвілля або регіональна система дозвілля – це суспільно–географічна система, що складається з взаємопов'язаних елементів: груп рекреантів, природних та культурно–історичних комплексів, технічних засобів, обслуговуючого персоналу та органу управління.

Концентрація рекреаційної діяльності призводить до створення рекреаційних територій. *Рекреаційна зона* – це частина території, що використовується для організації та управління туризмом і рекреацією.

Світовий досвід свідчить про дві тенденції у розвитку рекреаційних зон:

– розвиток міських рекреаційних зон на основі курортних кластерів або цілісних курортних комплексів (курорти, курортні зони, приморські рекреаційні зони тощо);

– розвиток рекреації в міжміських рекреаційних зонах шляхом створення рекреаційних парків.

Не всі рекреаційні території є рекреаційними системами. Вони набувають цього статусу лише тоді, коли *починають відповідати всім вимогам базової моделі рекреаційної схеми*. Об'єкт дослідження в науці про дозвілля – це соціалізована і складно керована система. Більшість теоретичних досліджень систем дозвілля базуються на фундаментальній моделі системи дозвілля, розробленій Ф. Преображенським.

Аналіз внутрішніх зв'язків системи дозвілля базується на прикладах моделей, похідних від базової моделі. Деякі автори розглядають систему розваг як сукупність підгалузей індустрії розваг. Такий погляд на систему дозвілля має вертикальний (галузевий) підхід.

Просторовий характер систем дозвілля визначається просторовою неоднорідністю дозвіллєвих ресурсів, різним потенціалом регіонів, їх придатністю для різних видів дозвіллєвої діяльності тощо. Ідея просторової рекреаційної системи почала зароджуватися в географічній науці, де просторова рекреаційна система була визнана предметом вивчення рекреаційної географії.

Регіональна рекреаційна система може розглядатися як предмет вивчення економічної географії, медичної географії, регіональної економіки та рекреації.

Специфіка останньої дозволяє вивчати синдром задоволення–рекреації з соціальної, психологічної, фізіологічної та етичної точок зору, чого не можна сказати про географію.

Всі стратегії ОТР базуються як на прямих відносинах між організаціями дозвілля, так і на відносинах, опосередкованих територією. Характер цих взаємовідносин є основоположним у визначенні різних типів ТРС.

Рекреаційні об'єкти в межах ТРС можуть бути взаємозалежними:

- прямі зв'язки виробничого і технологічного характеру;
- спільне управління;
- спільне надання послуг;
- приналежність до одного сектору або підсектору;
- розташування закладів відпочинку в межах муніципалітету;
- використання спільних ресурсів на певній території;
- наявність потенційно ефективних зв'язків.

З просторової точки зору, між елементами систем дозвілля і туризму створюються певні просторові (територіальні) зв'язки, які надають всій системі, кожному її елементу і кожній функціональній ланці певний простір існування.

Цей простір може бути різного типу: економічний, географічний, екологічний, соціальний тощо.

На думку Р. Барра, економічний простір – це, у вузькому розумінні, периметр функціонування та впливу економічної одиниці, а в широкому – система відносин, що формує сутність існування одиниці; зокрема, в ринкових умовах – це система відносин, що забезпечує найбільший прибуток при найменших витратах.

Ф. Перру розглядає економічний простір як сферу влади, що складається з «полюсів зростання». Цей аспект економічного простору, на думку Ф. Перру, дозволяє зрозуміти економічний простір як сферу влади, що складається з «полюсів зростання». Перру дозволяє зрозуміти просторову природу систем дозвілля і туризму. Зокрема, він передбачає виявлення та аналіз факторів, які впливають на просторовий розподіл дозвіллевої та туристичної діяльності.

Економічний простір – це різновид економічного простору в ринкових умовах. Найактивнішою його частиною є ринок, ринковий простір, в якому визнається суспільна корисність продуктів (товарів і послуг) сфери дозвілля та туризму. Зазвичай це відбувається на конкурентній основі. Основними характеристиками ринкового простору є ціна та споживчий потенціал.

О.І. Шаплі визначає геопростір як сукупність земних сфер – сухопутної, водної, повітряної, біологічної та соціальної, – які разом утворюють геосферу. Це означає, що геопростір є тривимірним.

7.2 Моделі та принципи розвитку дозвілля

У розвитку рекреаційної діяльності у світі загалом і в окремих країнах зокрема розміщення та геопросторові зв'язки рекреаційних об'єктів є результатом дії об'єктивних законів і закономірностей (незалежних від волі людини) та суб'єктивної волі (впливу, усвідомлення) людських спільнот.

У науковій літературі немає чіткого розмежування між законами та закономірностями, ці поняття часто вживаються як синоніми і трактуються як необхідні, фундаментальні, стійкі та повторювані зв'язки між явищами в природі та суспільстві. Щоб уникнути непорозумінь, пропонується вважати законами більш загальні зв'язки, притаманні великим групам явищ. Часткові або специфічні для певної галузі закони називаються системними законами. Таким чином, в основі розвитку рекреаційної географії лежать загальні закони буття, які в цій дисципліні мають специфічні прояви, тобто закономірності.

У суспільно-географічних науках, до яких належить і рекреаційна географія, закономірності не є абсолютно детермінованими і фіксованими у просторі та часі. Хоча вони є об'єктивними зв'язками, які не залежать від волі людини, але реалізуються в суспільстві лише через процес людської діяльності у сфері рекреації та туризму. У цьому полягає головна відмінність соціальних законів від природних. Знання соціальних законів та їх ефективне практичне застосування дозволяє організувати економіку дозвілля найкращим чином. Якщо рекреаційна політика країни базується на знанні законів, вона має тенденцію до процвітання.

Саме на знанні певних закономірностей розробляються принципи географії рекреації. Керуючись цими відомими закономірностями, науковці розробляють принципи, які застосовуються у просторовій організації економіки відпочинку.

Закономірність просторової диференціації рекреаційних ресурсів полягає в неминучій і обов'язковій зміні характеристик рекреаційних ресурсів залежно від зміни місця розташування. Вся поверхня Землі поділяється на відносно самостійні регіони за наявними рекреаційними ресурсами. У кожному з них сформовано комплекс супутніх ресурсів, унікальних в одних відношеннях і схожих в інших з іншими регіонами (географічними територіями). У контексті дослідження дозвілля регіону або відповідно до потреб практики ці георегіональні зони можуть розглядатися як просторово неподільні географічні райони або рекреаційні комплекси.

Модель глобалізації дозвіллевої діяльності. Згідно з цією моделлю, глобальні функції території постійно зростають і стосуються всього людства та всіх сфер його господарської діяльності. Водночас існують чітко визначені сектори економіки, які є своєрідною рушійною силою глобалізаційних процесів. До них відносяться туризм та сфера дозвілля. Дозвілля за своєю природою не визнає жодних просторових чи територіальних кордонів, включає в глобалізаційні процеси практично все людство, координує і регулює глобалізаційні тенденції практично в усіх інших сферах людської діяльності.

Систематизація та диверсифікація дозвіллевих послуг проявляється в постійному просторовому та галузевому ускладненні, розгалуженні, розширенні та поглибленні послуг, що надаються економікою дозвілля. З точки зору географії дозвілля, саме просторово-територіальному аспекту цієї моделі приділяється найбільша увага. Його основою є географія просторової поведінки людини або поведінкова географія. Людина постійно прагне до чогось нового і незвіданого. Така її природа. Нові землі завжди приваблювали людей, які

докладали неймовірних зусиль для дослідження невідомого. Тому з розвитком транспорту та глобалізації в цілому, диверсифікація послуг для відпочинку неухильно зростає.

Закономірність неухильного зростання значення рекреації в житті суспільства. Ця модель загалом визначається сучасною тенденцією розвитку цивілізації та суспільства в кожній країні, що призводить до збільшення вільного часу та бажання і прагнення людей використовувати цей час для відпочинку і зміцнення здоров'я. Загальновідомо, що витрати на дозвілля стали предметом першої необхідності, і в розвинених країнах вже давно перевищили витрати на харчування, одяг і взуття. Інші країни рухаються в тому ж напрямку. Це вимога дуже динамічного і психологічно складного віку. Постійне ускладнення умов життя означає, що люди не можуть жити без адекватного відпочинку та догляду.

У сфері рекреації закономірність географічного (територіального) поділу праці проявляється в концентрації рекреаційного господарства в місцях, де умови (природні та соціальні) є найбільш сприятливими для його розвитку. Водночас відбувається обмін результатами рекреаційної діяльності між цими регіонами. Ця модель застосовується на різних територіально-регіональних масштабах: локальному та міжнародному. Усі види географічного поділу праці тісно пов'язані між собою. Середземноморське узбережжя Франції, наприклад, спеціалізується на наданні послуг у сфері відпочинку і, таким чином, бере участь як у національному, так і в міжнародному географічному поділі праці.

Закономірність територіальної та регіональної спеціалізації в економіці дозвілля. Об'єкти дозвілля та туризму не зосереджуються в певних районах, де умови є більш сприятливими. Навпаки, вужча спеціалізація в певному місці неминуче розвивається і стає основною спеціалізацією. Коли умови для поглиблення спеціалізації особливо сприятливі, наприклад, наявність унікальних мінеральних вод, грязей, озокериту, соляних шахт, прекрасних пляжів тощо, спеціалізація може розвиватися. Спеціалізація залежить від унікальності території з точки зору рекреаційного використання.

Просторово-територіальна модель комплексності рекреації. Географічний поділ праці призводить не тільки до спеціалізації окремих територій на наданні певних рекреаційних послуг, а й до поглиблення та розширення зв'язків між спеціалізованими територіями, появи на них великої кількості допоміжних, обслуговуючих та інших видів діяльності, установ і підприємств. Поступово встановлюються зв'язки та об'єктивні відносини між окремими об'єктами дозвіллевої та недозвіллевої діяльності в зонах дозвілля. Ці взаємопов'язані об'єкти утворюють складні просторові кластери, які забезпечують подальший соціально-екологічний вплив через формування просторово-господарського комплексу.

Закономірність просторової структури дозвіллевих систем. Ця закономірність відображає формування та функціонування географічних компонентів просторової рекреаційної системи (ІПС) різних таксонів. Кожна система є метасистемою своїх компонентів (підсистем). Вона сама є підсистемою ТРС вищого таксономічного порядку. Кожна з цих підсистем

визначена в географічному просторі і виконує свою функцію по відношенню до цілей і завдань, визначених метасистемами. Найвищою з цих метасистем є система людини, яка визначає місію ТРС – брати активну участь у її самозбереженні та розвитку як біологічного виду і як соціальної істоти.

У рекреаційній географії принципи, вироблені людиною на основі пізнання нею закономірностей просторової організації суспільства, змінюються в часі і просторі та відображають сучасний рівень розвитку людства в цілому та його окремих територіальних підсистем.

Початок відкриття державних кордонів для рекреаційної діяльності ґрунтується на деяких з вищезгаданих закономірностей, але передусім на глобалізації рекреаційних процесів. Це полягає в максимальному спрощенні різних процедур при перетині кордонів з рекреаційною та туристичною метою.

Початок випереджаючого розвитку рекреації та туризму також базується на низці закономірностей. Основною закономірністю є *модель неухильного зростання значення рекреації в житті суспільства*. Практичне застосування цього принципу дозволяє країні або регіону успішно вирішувати соціальні, економічні та екологічні проблеми.

Принцип відповідності між наявними рекреаційними ресурсами та рівнем розвитку і спеціалізацією рекреаційного господарства. Застосування цього принципу вимагає дослідження і підрахунку наявного рекреаційного потенціалу, що поки що в багатьох країнах не здійснено повною мірою. Мабуть, у світі немає більш яскравого прикладу, ніж Україна. Величезні рекреаційні ресурси використовуються дуже погано і неефективно.

Принцип раціонального географічного поділу праці в рекреації та туризмі. Країни та регіони повинні визначати свою спеціалізацію на тому чи іншому виді рекреації на свідомій та науково обґрунтованій основі. Диверсифікація економіки дозвілля робить застосування цього принципу ще більш важливим. Скоординовані дії у сфері дозвілля та туризму приносять користь усім сторонам.

Принцип поглиблення спеціалізації в економіці дозвілля ґрунтується на закономірності територіальної та регіональної спеціалізації в економіці дозвілля. Поглиблення спеціалізації, що зосереджує увагу, зусилля і ресурси на обмеженій кількості проєктів і регіонів, має значний економічний ефект. І навпаки, розпорощення зусиль, ресурсів і коштів призводить до збитків і, навіть, банкрутства. Науково-дослідний центр завжди повинен мати один або кілька спеціалізованих підрозділів.

Принцип комплексного освоєння рекреаційних ресурсів полягає у пропорційному, збалансованому і скоординованому розвитку потенціалу рекреаційно-туристичних ресурсів певного регіону і країни, науково обґрунтованому проєктуванні відповідних регіональних систем і комплексів.

Принцип перманентної структуризації рекреаційно-туристичних систем – це принцип безперервної роботи з оптимізації внутрішньої структури рекреаційно-туристичних систем, що базується на знанні закономірностей просторової структури рекреаційних систем. Зміна статусу рекреаційних систем на основі нових викликів, які суспільство ставить перед рекреацією, вимагає постійних змін у структурі, ієрархії та просторовій організації систем.

7.3 Функції рекреаційної системи

Рекреаційну систему можна розглядати на горизонтальному (міжгалузевому) рівні.

Основними функціями рекреаційної системи є економічна, фінансова та соціальна.

Науковці вважають, що рекреаційна система нормально функціонує, коли різні сектори на певній території тісно співпрацюють між собою. Ці сектори виконують різні функції у сфері землекористування. Для того, щоб ТРС стала міжсекторальним утворенням, необхідна наявність щонайменше *п'яти функціональних секторів та їх комбінацій*:

1. Група галузей, які виконують основну функцію системи. До таких галузей належать курорти, туризм та рекреаційні об'єкти. Ці галузі утворюють ядро системи.

Єдність цих галузей на одній конкретній території (єдність мети і функцій, спільне використання певних природних ресурсів тощо) дозволяє розуміти регіональну рекреаційну систему як своєрідну міжгалузеву систему. Кожна галузева складова регіональної рекреаційної системи являє собою систему більш–менш різних галузей, підгалузей і видів діяльності. Склад ядра регіональної рекреаційної системи свідчить про те, що у невиробничій сфері вона є переважно міжгалузеву системою.

Ядро регіональної рекреаційної системи – це група галузей, які переважно надають виробничі послуги ядру. Воно представлене будівництвом і транспортом. До складу регіональної рекреаційної системи можуть входити культурні послуги, торгівля, виробництво спеціалізованого туристичного спорядження, сувенірів тощо.

2. Міжгалузеві ланцюги, що формують ядро регіональної рекреаційної системи, прямо і безпосередньо впливають на сільське господарство, харчову та легку промисловість.

Регіональна туристична система, як міжгалузеве явище, тісно пов'язана і частково перетинається з іншими системами в регіоні.

3. Освітній сектор, що включає систему навчальних закладів, які готують фахівців з вищою та середньою освітою для санаторно–курортного, туристичного та рекреаційного секторів. Ці заклади готують не тільки лікарів, вчителів фізкультури та інструкторів з альпінізму, але й фахівців з рекреації та туризму, екскурсиводів, менеджерів, економістів, молодших спеціалістів та інших фахівців у сфері курортного та туристичного обслуговування.

4. Галузі, що включають систему спеціалізованих проєктних інститутів, бюро та науково–дослідних інститутів, які зосереджені на задоволенні потреб споживачів санаторно–курортних і туристичних об'єктів. Сюди входить діяльність, пов'язана з проєктуванням зон відпочинку, центрів і рекреаційних пунктів.

5. Спеціалізовані органи державної влади та місцевого самоврядування, які отримують інформацію про стан інших підсистем регіональної рекреаційної

системи та приймають рішення щодо оптимального функціонування і розвитку регіональної рекреаційної системи.

7.4 Регіональний рекреаційний комплекс як основа функціонування рекреаційної економіки окремого регіону

Регіональний рекреаційний комплекс – це специфічна форма територіальної організації господарства, яка є результатом взаємопов'язаного розвитку рекреаційної та інших видів господарської діяльності на компактній території зі специфічними соціально–економічними та природними характеристиками.

Регіонально–рекреаційний комплекс або регіонально–туристичний комплекс є частиною регіонально–рекреаційного комплексу і може розумітися як сукупність рекреаційних об'єктів та інфраструктурних установ, пов'язаних тісними виробничо–економічними зв'язками, які спільно використовують географічне положення і природні та економічні ресурси території, зайнятої комплексом.

Основною функцією регіонально–рекреаційного комплексу є максимізація рекреаційного ефекту.

Регіонально–рекреаційний комплекс може бути різного рівня – від окремого туристичного центру, санаторію чи кемпінгу до окремих регіонів чи країн.

Завданням *проектування та управління рекреаційним комплексом* є визначення структури, яка складається з трьох основних підобластей:

- функціонально–галузевої;
- регіональної;
- організаційно–управлінської.

Функціонально–галузева структура ділового та рекреаційного комплексу – це сукупність галузей і видів діяльності, які виконують специфічні та взаємодоповнюючі функції в межах регіонального центру для досягнення його цілей.

Функціонально–галузева структура ділового та розважального кластеру включає окремий компонент – інформаційні послуги, а також виробничі та невиробничі послуги, і розрізняє два нові підкластери:

- підкомплекс дитячих розваг;
- ділово–розважальний підкомплекс (Рис. 7.1).

Діловий та розважальний центр є просторово інтегрованим. Для більш ефективного функціонування кластеру необхідно встановити тісні регіональні зв'язки між галузями, підгалузями та окремими одиницями кластеру, а також спільні регіональні зв'язки для інфраструктури, ресурсів та управління в межах всього кластеру.

Особливістю ТРК є його *територіальна цілісність*. Для ефективнішого функціонування галузей, підгалузей і окремих одиниць комплексу необхідним є встановлення тісних територіальних зв'язків між ними та територіальна спільність наявних у комплексі ресурсів, інфраструктури і управління.



Рисунок 7.1 – Функціонально–галузева структура територіально–рекреаційного комплексу

Організаційно–управлінська структура регіонально–розважального комплексу необхідна для вирішення різноманітних питань, пов'язаних зі створенням, функціонуванням та подальшим розвитком регіонально–розважального комплексу.

Характеристики, завдяки яким регіонально–розважальний комплекс сприймається як цілісна система, вважаються характеристиками комплексу. Деякі з цих характеристик є властивостями системи в цілому, інші – властивостями окремих підсистем. Наприклад, селективність характеризує тільки відвідувачів, надійність управління – орган управління, місткість і комфорт – природні та культурні комплекси, технічні системи, обслуговуючий персонал тощо (табл.7.1).

Таблиця 7.1 – Основні фактори та властивості функціонування рекреаційної системи

Головні фактори, що лімітують розвиток рекреації	Фактори, що сприяють реалізації та локалізації потреб у рекреації	Основні властивості рекреаційної системи
транспортна доступність	територіальна різноманітність природних та культурно-історичних ресурсів	Різнорозмітність – можливість поділу множини на підмножини
нерозвиненість сфери обслуговування	територіальні відмінності в рівні розвитку інфраструктури	Вибірковість – забезпечення можливості вибору
	територіальні відмінності в мірі комфортності природних комплексів	Комфортність – міра відповідності вимогам рекреантів
низька якість і сміність ресурсів	сміність природних, культурних та інфраструктурних комплексів	Сміність – здатність забезпечити комфорт рекреантам без шкоди для себе
	номенклатура і якість послуг	Ефективність – оптимальне співвідношення витрат і результатів
екологічна ситуація в регіоні	конкурентоспроможність регіонального ринку	Стійкість – здатність протистояти зовнішнім впливам
соціально-психологічний клімат	територіально-професійна структура трудових ресурсів	Надійність управління – безвідмовність функціонування
		Динамічність – адекватна реакція на зовнішні впливи
геополітична ситуація	зв'язок рекреаційної галузі з одноранговими галузевими системами, зокрема, з інфраструктурою, аграрно-промисловим комплексом, сферою послуг тощо	Ієрархічність – різна міра зрілості та обов'язків
		Цілісність – узгоджена взаємодія підсистем і всієї системи з оточенням
		Спеціалізація – можливість задоволення конкретних потреб
		Універсальність – можливість задоволення будь-яких проблем

Рекреаційна система складається з таких *підсистем* (за концепцією В. Преображенського):

- *природно-культурні комплекси*, які містять рекреаційні ресурси та умови і виступають опорою для розвитку системи;
- *технічні системи*, що забезпечують нормальну життєдіяльність туристів та обслуговуючого персоналу. Характер і рівень розвитку інфраструктури рекреаційних територій значно різняться: від міст і курортів до рекреаційних зон менш зміненого характеру;
- *обслуговуючий персонал*, завданням якого є надання професійного та якісного сервісу гостям рекреаційних зон;
- *орган управління*, який слідує за оптимальним балансом усіх підсистем;
- *туристи (група відпочиваючих)* – основний елемент системи, який визначає вимоги до всіх інших елементів, виходячи з соціальної, демографічної, національної, професійної та релігійної приналежності певних груп людей, а

також з умов і ресурсів рекреації. Туристи – це не тільки люди, а й об'єкт дозвіллевої діяльності, що вимагає індивідуального підходу до надання послуг (бажання відпочити з друзями, сім'єю або наодинці). Групи відпочиваючих мають поведінкові характеристики, які вписуються в цикли дозвіллевої активності.

Перш за все, *природні та культурно-історичні* комплекси рекреаційної системи характеризуються тим, наскільки вони відповідають потребам рекреантів (комфорт і привабливість) та органів управління (пропускна спроможність і надійність у просторі та часі). Привабливість – відносне явище, тісно пов'язане з об'єктивною якісною інтерпретацією та відносною суб'єктивною інтерпретацією, яка залежить від соціальної та культурної оцінки певних груп рекреантів. Функціональна придатність – відповідність потребам і умовам діяльності (оздоровчий, рекреаційний, спортивний або пізнавальний туризм).

Фізіологічний та психофізіологічний комфорт. Якщо перший тісно пов'язаний з кліматичними умовами (в тому числі стабільністю сприятливої погоди), то другий значною мірою визначається відкритістю або закритістю ландшафту, скупченістю або, навпаки, відчуттям ізольованості, надмірною або недостатньою частотою чергування вражень, насиченістю звуків тощо.

У деяких системах домінують природні або культурні комплекси. Прикладами перших є приморські курорти, де вся система базується на природних мінеральних водах, і гірські курорти зі свіжим повітрям і красивими ландшафтами, які також слугують лікувальним або рекреаційним фактором. Системи, засновані на культурних комплексах, включають міста, багаті на архітектурні комплекси, музеї, легенди і міфи, оспівані в літературі. Природні комплекси необхідні для організації оздоровчих, рекреаційних і спортивних центрів. Роль культурних комплексів особливо важлива для пізнавального туризму.

Технічні комплекси. Технічні підсистеми (окремі об'єкти, обладнання, споруди, а часто і поєднання цих об'єктів) в першу чергу спрямовані на полегшення доступу та адаптації туристів до природних комплексів і підвищення надійності їх функціонування. Вони також служать для адаптації та задоволення потреб туристів і обслуговуючого персоналу. Спектр споруд та обладнання, що використовуються в рекреаційних системах, практично широкий. Залежно від «витривалості» об'єктів, вони можуть бути як капітальними, так і сезонними. Зростаючі масштаби і різноманітність видів діяльності та навантаження на природні комплекси значно підвищили роль і різноманітність технічних засобів. Без них тепер неможливо спроектувати і надійно експлуатувати систему відпочинку будь-якого призначення. На курортах технічні підсистеми стали основними елементами рекреаційної системи, оскільки існування, пропускна спроможність і надійність функціонування курортного міста впродовж року в першу чергу визначається наявністю функціональної та рекреаційної інфраструктури для розміщення, обслуговування, розвитку транспорту, систем водовідведення та очищення стічних вод. Постійне вдосконалення технічного оснащення та перехід до нових

покоління природних і технічних систем дасть змогу покращити ситуацію та підтримувати популярність усієї рекреаційної системи.

Обслуговуючий персонал. Роль обслуговуючого персоналу в системі визначається тим, що він забезпечує зв'язок курортів з природно–рекреаційними комплексами і технічними системами та їх комунікацію між собою. Це поняття охоплює широке коло осіб, задіяних у наданні побутових, медичних, культурних і транспортних послуг відпочиваючим, а також в управлінні технічними і природними об'єктами та природно–культурними комплексами. Таким чином, обслуговуючий персонал можна розділити на наступні групи:

- контактна група, яка в силу своїх обов'язків безпосередньо контактує з відпочиваючими (медсестри, лікарі, менеджери, офіціанти, екскурсоводи, гіді, туристичні інструктори, артисти);

- оператори та персонал, який забезпечує функціонування технічної, природної та культурної підсистем у межах відпочинкового бізнесу (електрики, кухарі, садівники, клерки тощо);

- обслуговуючий персонал (склади, пральні, водопостачання та водовідведення, сади, транспорт), який задовольняє безпосередні потреби закладу дозвілля.

Робота обслуговуючого персоналу організовується за допомогою посадових інструкцій.

Органи управління – елемент системи рекреації. Будь–який орган управління повинен *забезпечувати* збереження структури системи, підтримку її функціонування, досягнення її цілей, виконання загальних завдань системи. Специфіка управління рекреаційною системою визначається тим, що вона включає в себе елементи економічного управління, перетинається з елементами соціального управління і включає в себе елементи управління складними технічними і природними системами. У рекреації можна виділити щонайменше два рівні управління. Перший – це управління за межами конкретної системи. Цей рівень складається з елементів системи, що знаходиться над конкретною системою – формулювання рекреаційної політики для даної території, вивчення потреб, планування, проєктування та прийняття рішень щодо створення або розвитку конкретних схем рекреації, управління потоком туристів, координація рекреації з іншими видами діяльності. Ця система включає законодавчі та місцеві органи влади, які формулюють загальну стратегію забезпечення населення рекреацією, а також рекреаційну політику як частину загальної соціальної політики. Другий рівень складається з персоналу, який реалізує розроблені програми.

Фахівці з рекреації знаходяться в центрі рекреаційної системи і визначають її народження та розвиток. З соціологічної та гуманітарно–екологічної точки зору, вони є групою, яка завдячує своїм існуванням конкретній події – народженню рекреації.

Тому категоризація, розроблена У. Шелдоном, враховує взаємозв'язок між рекреацією і людиною. Вчений враховує взаємовідносини між людиною і природою. Він виділив такі типи:

– феноменологічний тип характеризується тим, що людина прагне зосередитися на своєму внутрішньому стані і сприймає навколишній світ відповідно до свого душевного стану, а не таким, яким він є насправді;

– мезоморфний тип характеризується любов'ю до природи як до джерела оптимального мислення та місця діяльності, для них природа – це об'єкт, на який можна впливати;

– езотеричний тип – чуттєвий тип, відкритий до сприйняття природи, відчуття її нюансів – як фізичних, так і естетичних.

Кожну підсистему можна розглядати як самодостатню систему, що складається з декількох елементів, деякі з яких здатні до самоорганізації.

Таким чином, система дозвілля має складну внутрішню структуру та розгалужені зовнішні зв'язки. Внутрішня структура визначається рівнем розвитку матеріально–технічної бази індустрії дозвілля, виробничої та соціальної інфраструктури, природними умовами, наявністю трудових ресурсів, характером розселення населення в місцях проведення дозвілля.

Зовнішні зв'язки визначаються соціально–економічними умовами, в яких розвивається комплекс (транспортно–географічне положення, зв'язки з постачальниками матеріально–технічних і продовольчих ресурсів, розташування по відношенню до територій, що приваблюють туристів і додаткову робочу силу тощо).

Регіональний рекреаційний комплекс характеризується єдиною територією з високим рекреаційним потенціалом, сукупністю рекреаційних об'єктів, що базуються на тісних виробничих зв'язках, і комплексом управлінських структур, які забезпечують ефективне використання природних рекреаційних ресурсів і соціально–економічних умов, що склалися в регіоні.

Поняття «регіональна рекреаційна система» є ширшим за поняття «рекреаційна система», оскільки має регіональний вимір.

Завдання для самостійного контролю

1. Назвіть тенденції формування рекреаційних територій.
2. Охарактеризуйте, що можуть пов'язувати рекреаційні об'єкти в одній ТРС.
3. В чому полягає закономірність просторово–територіальної диференціації рекреаційних ресурсів?
4. Назвіть суть принципу комплексного освоєння рекреаційних ресурсів.
5. Для сформованої ТРС як міжсекторального утворення необхідно мінімум 5 функціональних галузей та їх груп. Назвіть їх та надайте характеристику.
6. Назвіть загальні властивості рекреаційної системи.
7. Охарактеризуйте основні компоненти рекреаційної системи.
8. В чому полягає суть природних та культурних комплексів базової моделі рекреаційної системи?
9. Яку роль виконує обслуговуючий персонал в рекреаційній системі?
10. Назвіть компоненти рекреаційної системи.

ТЕМА 8. РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ ТА РЕКРЕАЦІЙНЕ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

План:

8.1. Природні рекреаційні ресурси

8.2. Історико–культурні рекреаційні ресурси

8.3. Інфраструктурні рекреаційні ресурси

8.4. Методологія оцінки рекреаційних ресурсів

8.5. Рекреаційне природокористування й охорона природи

8.1. Природні рекреаційні ресурси

Природні рекреаційні ресурси – це природно–геологічні та природно–технічні системи, об’єкти, явища і природні процеси, які мають якісні та кількісні параметри, необхідні для організації рекреаційної діяльності.

До природних рекреаційних ресурсів належать природні, кліматичні, водні, бальнеологічні, топографічні та ландшафтні ресурси, біологічні ресурси та об’єкти природно–заповідного фонду.

На рис. 8.1 показано схематичну класифікацію рекреаційних природних ресурсів.

Лікувальні природні ресурси – це ресурси з обмеженим поширенням або невеликими запасами в районах, де умови особливо сприятливі та ефективні для їх використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань.

Це мінеральні та термальні води, лікувальні грязі, озокерит, солоні води, лиманів, озер, морська вода, ділянки та природні комплекси зі сприятливими кліматичними умовами.

Курорт (від нім. kurort (kur – лікування і ort – місце)) – це природна територія на суші, освоєна з рекреаційною метою, що включає природні ресурси, будівлі та споруди з необхідною інфраструктурою для їх експлуатації, які використовуються з лікувальною та медичною реабілітацією, профілактикою захворювань та рекреаційною метою і перебувають під особливою охороною.

За характером природних лікувальних ресурсів курорти поділяються на три групи: *кліматичні, бальнеологічні та грязьові.*

Кліматичні ресурси є невичерпними природними ресурсами і включають сонячну енергію, вологість і вітер. Кліматичні курорти використовують місцевий клімат як основний лікувальний фактор. Курорти, які використовують кілька лікувальних факторів одночасно, відносяться до перехідного типу і тому називаються кліматично–кліматичними, грязьово–кліматичними і т.д..

Клімат є основним природним компонентом, який визначає потенціал розвитку рекреаційної діяльності на певній території та її просторово–тематичну організацію.

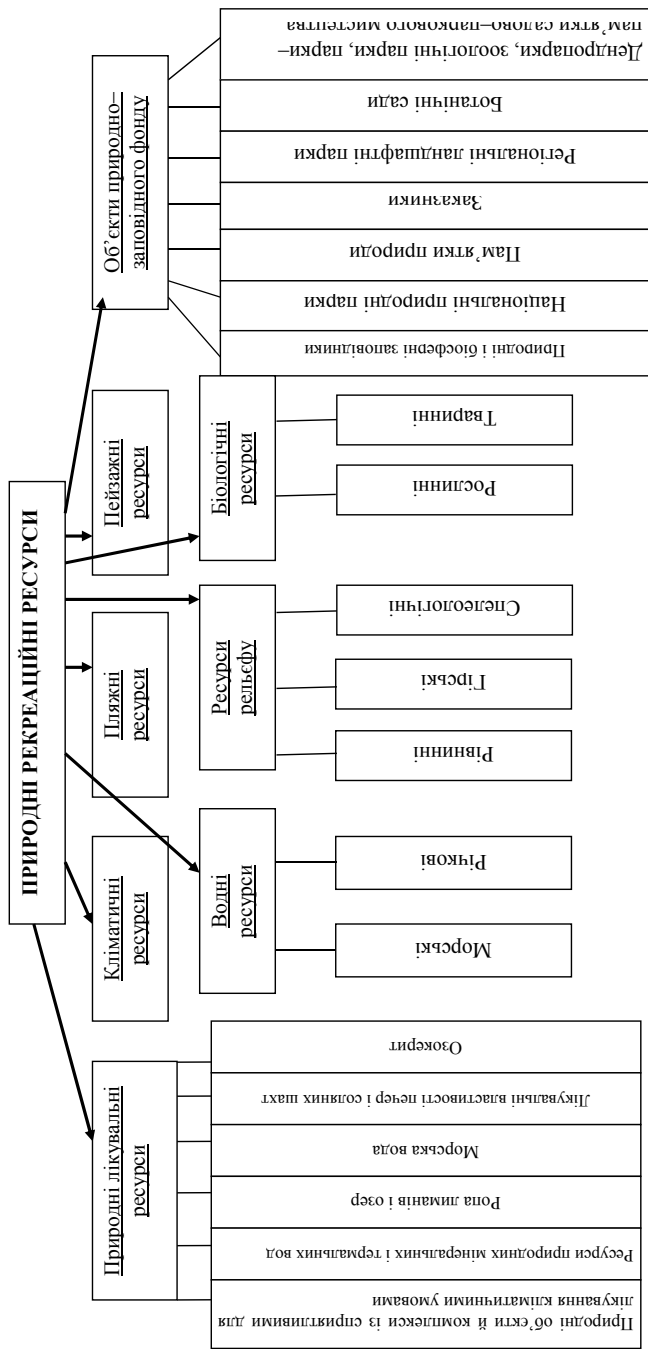


Рисунок 8.1 – Класифікація природних рекреаційних ресурсів

Клімат – це стан нижніх шарів атмосфери протягом тривалого періоду часу. Поняття клімату базується на середніх багаторічних значеннях певних метеорологічних характеристик (тиск, температура, вологість, вітер, хмарність, опади) в даній місцевості та на даних математичного аналізу повторюваності цих характеристик.

Рекреаційні кліматичні ресурси визначаються комплексними показниками, які відображають взаємозв'язок між погодними умовами і самопочуттям людини.

Ці показники дають уявлення про сутність придатності клімату та умов для відпочинку, лікування та окремих видів туризму. Найбільший вплив клімату проявляється через реакцію людини на погодні умови.

Результатом оцінки клімату для рекреації є визначення тривалості сприятливих для людського організму періодів, можливостей різних видів рекреаційної діяльності і, відповідно, організація рекреаційних закладів та складу короткострокових і довгострокових рекреаційних зон.

Основним лікувальним ресурсом курорту є природні мінеральні води, тобто природні підземні води, які мають лікувальну дію на організм людини завдяки своїм основним компонентам (вуглеводні, сульфати, хлориди, кальцій, магній, натрій і калій), специфічним складовим (газовий склад, мікроелементний склад тощо) або специфічним фізичним властивостям (радіоактивність, температура, склад води, реакція води тощо), які певною мірою відрізняються від впливу питної води.

Фізичні та хімічні властивості мінеральної води:

1. Колір. Колір води може вказувати на природу гірської породи, в якій вона тече. Чиста питна вода не може бути кольоровою. Стандарти не регламентують колір води, що використовується в спа-центрах.

2. Прозорість. Це одна з вимог до питної води. Отже, питна вода може містити мінімальну кількість зважених речовин. Оскільки каламутність впливає на смак, каламутна вода шкідлива для здоров'я.

Традиційно за ступенем прозорості воду поділяють на прозору, злегка каламутну, каламутну і дуже каламутну. Стандарти не регламентують прозорість або колір води, що використовується в спа-центрах.

3. Запах. Запах води має важливе значення. Він вказує на можливе забруднення різними органічними і мінеральними речовинами, високий вміст заліза; запах сірководню свідчить про те, що вода піднімається з великих глибин. Питна вода не повинна мати жодного запаху, особливо цвілі, оскільки це робить її непридатною для вживання. Запах болота, риби та інші неприємні запахи також неприпустимі. Ці вимоги зазвичай висуваються до питної води.

4. Смак. Смак води має велике значення для розуміння того, як формуються підземні води. Солоні або солонуваті підземні води можуть вказувати на контакт з соляними відкладеннями або породами з високою мінералізацією, або на те, що вода надходить з глибоких підземних горизонтів. Кислий смак води може свідчити про наявність у ній вільних кислот (сірчаної або вугільної). У першому випадку це може бути пов'язано з

наявністю покладів сульфідів у водоносних породах або покладів сульфідних руд на глибині, що відповідає ґрунтовим водам; у другому випадку – з проходженням тектонічних розломів, через які вуглекисла вода піднімається на поверхню.

5. Густина. Густина дистильованої води при 4 °C відома як одиниця. Однак природні підземні води завжди містять певну кількість мінеральних речовин, що потрапляють з повітря в результаті випадання опадів або розчинення гірських порід, з якими вода зустрічається при русі крізь земну кору. Тому її густина завжди більша за одиницю, і чим більше в ній міститься розчинених речовин, тим вона щільніша.

6. Температура. Температура води має велике значення. Постійна температура ґрунтових вод вказує на те, що вода піднімається з такої глибини, що на неї не впливають сезонні коливання температури повітря; дуже низька температура ґрунтових вод характерна для вічної мерзлоти; температура води, що наближається до температури повітря в даній точці, вказує на те, що вода залягає неглибоко по відношенню до поверхні землі. Теплі підземні води майже завжди вказують на походження зон розломів на подібних ділянках. Нарешті, температура підземних вод, близька до температури поверхневих водотоків, вказує на те, що вони тісно пов'язані між собою і, що підземні води живляться річковою водою.

Питна вода вважається смачною та освіжаючою, якщо вона має температуру від 7 до 11 °C, з мінімумом 5 °C і максимумом 15 °C.

7. Концентрація водневих іонів(pH). Концентрація водневих іонів у підземних водах низька, але має велике значення. Вона дозволяє визначити форми вугільної, кремнієвої, сірководневої та фосфорної кислот у воді, а також насиченість води слабкими основами та еволюційні умови протікання біологічних і хімічних процесів у водоносних горизонтах земної кори.

Концентрація водневих іонів залежить від температури води, ступеня мінералізації, природи розчинених речовин, співвідношення іонів вугільної кислоти, а також дисоціації органічних кислот. pH нейтральної реакційної води дорівнює 7, кислої – нижче 7, лужної – вище 7. Стандартна температура для експериментального визначення pH становить 18°C, при якій pH нейтральної води дорівнює 7,07.

8. Окислювально-відновний потенціал (Eh) вказує на інтенсивність окислювальної або відновної дії системи і, таким чином, дає уявлення про природні умови, в яких формуються ґрунтові води.

Води з безсумнівними лікувальними властивостями характеризуються від'ємними значеннями Eh, що свідчить про наявність анаеробної деградації органічних речовин бактеріями, зокрема, сульфатредукції, яка спричиняє утворення у воді сірководню. Води з поганими терапевтичними властивостями мають позитивне значення Eh (близько 100–300 мВ), що вказує на те, що ці води формуються в перехідних окислювально-відновних умовах.

Термальна вода – це підземна вода з температурою вище +20°C; інше визначення – вища за середню температуру повітря в регіоні.

Інший тип термальних ванн – грязьові ванни – пов’язаний з відкладенням термальної грязі. Грязі, або глинисті гранули, – це природні мінерально–органічні колоїдні утворення (мул, торф, глина тощо), що мають високу теплоутримуючу здатність і, зазвичай, містять терапевтично активні речовини (солі, гази, біостимулятори тощо) та мікроорганізми.

Всі види лікувальних глин мають виражену терапевтичну дію і застосовуються в різних лікувальних процедурах – аплікації (загальні і місцеві), грязьові ванни, суспензії, що використовуються в поєднанні з фізичними процедурами (гальванічні грязі, грязьовий електрофорез) і різними глиняними препаратами. Лікувальні глини генетично поділяються на чотири основні групи: торф’яні, сапропелеві, сірчані та сопротиві глини.

Торф’яний мул – це органогенне відкладення торф’яної грязі, що утворюється в результаті часткового бактеріального розкладання торфоутворюючих рослин в умовах надмірної вологості і поганого доступу кисню. Цей мул зазвичай містить понад 50 відсотків органічної речовини і має швидкість бактеріальної трансформації (швидкість розкладання) 40 відсотків або більше.

Сірчастий мул – це переважно багата прісною водою органічна речовина (більше 50%) зі збагачених мулових відкладень, що утворюється в результаті багаторазової переробки прісноводної органічної речовини (більше 50%) водними рослинами і тваринами.

Сульфідний мул – це переважно мул із солоних (мінеральних) водойм, відносно бідний на органічні речовини (менше 10%) і, як правило, багатий на сульфід заліза та водорозчинні солі.

Сопокінські грязі – це напіввідкі глинисті утворення, що формуються в результаті розриву і дроблення гірських порід під тиском газу і води через тектонічні розломи в районах видобутку нафти і газу.

Біологічний склад лікувальної грязі тісно пов’язаний з умовами, в яких вона утворюється, і значною мірою визначає як хімічний склад, так і лікувальні властивості. Мікрофлора мулу відіграє ключову роль у руйнуванні та трансформації відмерлих рослин і тварин, формує груповий та елементний склад органічної речовини, сприяє збагаченню мулу киснем та іншими газами, надає бактерицидні та адсорбційні властивості, бере участь у процесах регенерації мулу. Кількість бактерій, ідентифікованих за допомогою прямої мікроскопії в 1 грамі очисного осаду, може досягати декількох мільярдів, що становить 2–6% від загальної органічної маси.

Озокерит (з грецької – запах, wax – віск), органогенний гірський віск, є горючим мінералом з нафтового ряду. Являє собою суміш високомолекулярних вуглеводнів, смол і асфальтенів.

Озокерит широко використовується в медицині для лікування захворювань витривалості та рухливості. В Україні поклади озокериту виявлені в Закарпатській області. Тут розташовані найбільші у світі родовища озокериту – Бориславське (експлуатується з 1856 року) та Трушківське.

Спелеологічні ресурси можна визначити як ресурси печер і каверн. Експлуатація цих ресурсів з лікувальною метою розпочалася відносно недавно. Мікроклімат карстових печер і соляних шахт використовується в терапії.

Морська вода має лікувальне значення, оскільки має високий мінеральний склад і містить понад 60 хімічних елементів, серед яких натрій, калій, магній, кальцій, бром, бор, літій та інші, сполуки цих елементів позитивно впливають на організм людини, а повітря в морських купальнях і прибережних зонах, насичене парами морської води, має велике терапевтичне значення.

Водні ресурси відіграють виняткову роль у розвитку рекреаційної діяльності. Багато видів рекреаційної діяльності пов'язані з водними об'єктами, а доступність є ключовим фактором при визначенні місця розташування рекреаційних об'єктів. Наявність різних видів водних рекреаційних ресурсів значно збільшує рекреаційний потенціал регіону.

До водних рекреаційних ресурсів належать моря, озера, річки, водосховища та ставки, придатні для відпочинку на воді, туризму та спорту. Найпотужніші рекреаційні комплекси розвинуті на узбережжях теплих океанів, морів, заток і проток. Першорядне значення для розвитку рекреації має континентальний рельєф і прибережна зона, оскільки, за наявності інших сприятливих факторів, вони є ключовою територією для розвитку оздоровчого відпочинку (пляжі і купання), спорту, вітрильного спорту і екстремального туризму.

При характеристиці та оцінці рекреаційних ресурсів морського узбережжя обов'язково враховуються гірські породи і рельєф морського дна, зміни глибин, фрагментація узбережжя (численні затоки і острови створюють додаткові умови для розвитку рекреаційної діяльності), температура і її сезонні коливання, солоність води, течії і хвилювання, а також біорізноманіття – предмет полювання, риболовлі, спостереження і дайвінгу.

У континентальних регіонах основними рекреаційними водними ресурсами є річки та їхні водосховища. Найважливішими характеристиками річок для рекреаційного використання є ширина річкової долини, ширина русла, швидкість течії, тривалість періоду, протягом якого річка придатна для різних видів рекреаційного використання, характер течії (багатоводна чи рівнинна, швидка чи повноводна) та береги. Організація річки та характер русла (наявність порогів, ущелин, водоспадів) мають великий вплив на організацію певних видів рекреаційної діяльності.

Річки можуть бути великими, середніми та малими. Більшість річок є малими, довжиною до 10 км, і тому не мають необхідних показників для регулювання рекреаційної діяльності, але їх важливість полягає у здатності підвищувати рекреаційну естетичну цінність місцевості.

Рекреаційне використання в основному зосереджене на великих рівнинних річках і водосховищах, які часто є основними об'єктами для рекреантів.

На берегах великих річок і водосховищ створюються великі рекреаційні комплекси, переважно з сезонним режимом роботи (особливо влітку), для задоволення рекреаційних потреб місцевого населення. Гірські річки також мають велике рекреаційне значення, оскільки вони придатні для активних видів відпочинку, таких як сплави на байдарках, каное і рафтинг. Річки також утворюють численні водоспади та каньйони і тому є цікавим туристичним об'єктом.

Пляжі є невід'ємною частиною водних рекреаційних ресурсів. Більшість річок та прибережних територій, які мають хоча б мінімальний доступ до водної поверхні, можна вважати пляжами.

Пляж – це трав'яний насип, що утворився внаслідок накопичення наносів на опуклій береговій лінії або під дією хвиль у прибережній зоні моря.

Однак, з точки зору рекреаційного використання, пляж – це природно-антропогенний об'єкт, що складається з природних елементів (русла річок, водної поверхні) та антропогенних елементів (морських валів, споруд). Незважаючи на велику кількість водних об'єктів, розподіл ресурсів берегової лінії обмежений; поява берегових територій переважно пов'язана з розвитком житла, організованої рекреаційної діяльності та великих населених пунктів.

Важливі рекреаційні ресурси.

Рельєф – сукупність нерівностей (форм рельєфу) земної поверхні, що утворюється на межі літосфери, атмосфери та гідросфери.

Рельєф прийнято вважати умовою розвитку рекреаційної діяльності або, навпаки, перешкодою; він важливий як рекреаційний ресурс для організації активних видів відпочинку (гірськолижний, пішохідний, альпінізм, скелелазіння), для різноманітності ландшафтної структури і, як наслідок, для різноманітності ландшафту даної місцевості.

Для оцінки місцевості використовуються такі характеристики, як панорама, мальовничість і крутизна схилів. Деякі ресурси рельєфу вже ідентифіковані як *печерні ресурси*, і їх використання вже обговорювалося в практиці управління санаторно-курортними закладами. Печери та підземелля, які можна відвідати, мають також пізнавальну цінність і використовуються для організації екскурсій та специфічного виду спортивного туризму – спелеотуризму.

Ресурси тваринного світу (рослини і тварини), які сприяють лікуванню, зміцненню здоров'я, задоволенню духовних потреб та організації певних видів рекреаційної діяльності, прийнято називати біологічними ресурсами.

Рослинні ресурси мають велике значення для розвитку рекреаційної діяльності, вони є одним з найважливіших компонентів природи, визначають загальний вигляд території, задовольняють естетичні потреби, реалізують прагнення людини до єднання з природою, змінюють ландшафт і навколишнє середовище, уможливають рекреаційну діяльність.

Ліси відіграють важливу роль у задоволенні рекреаційних потреб. Найбільш привабливими є сухі, чисті ліси з високим видовим складом та ліси зі складним, багатоярусним видовим складом.

Лісові території використовуються для прогулянок і походів. Лісові рівнини, савани та рідколісся є другими за поширеністю типами рослинності. Переважання технічних та лікарських рослин є важливим для рекреації з метою видобутку корисних копалин.

Рекреаційні ліси – це компонент природних рекреаційних ресурсів, що є невід’ємною частиною лісових екосистем, призначених для задоволення потреб людей у відпочинку, дозвіллі та туризмі.

До рекреаційних лісів належать міські та приміські зелені насадження (переважно сквери, парки, сади, лісопарки та дендропарки), ліси лікувально–оздоровчих закладів (так звані оздоровчі ліси), спеціальні ділянки природно–заповідного фонду, ліси вздовж туристичних маршрутів та автомобільних доріг, водоохоронні, ґрунтозахисні ліси, що виконують функції державного лісового фонду тощо.

Основними характеристиками рекреаційних лісів, які визначають їх цінність і придатність для використання, є структура і склад деревостану, наявність чагарників і корисних видів рослин і грибів, стійкість до рекреаційних навантажень і ступінь порушеності (рекреаційне переміщення), наявність рекреаційних об’єктів (організовані місця відпочинку, вогнища, спостереження).

Тваринний світ – це сукупність тварин різних видів, які постійно або тимчасово мешкають на певній території або у водоймі. З точки зору рекреаційної діяльності, дикі тварини є насамперед фоном для місцевості та джерелом покращення полювання.

Рідкісні, ендемічні, зникаючі та раритетні рослини і тварини є біологічним ресурсом для пізнавальної рекреаційної діяльності, в тому числі екотуризму.

Водно–болотні угіддя важливі для видобувної та промислової рекреації як середовище існування мисливських тварин і рослин, таких як ягоди, гриби та дикорослі лікарські рослини.

Унікальність, збереженість, екологічний стан, естетична та пізнавальна цінність заповідних природних об’єктів і територій визначають їх високу цінність для організації рекреаційної діяльності, що дозволяє розглядати їх як ключову складову природних рекреаційних ресурсів. Природно–заповідний фонд як сукупність природних територій, що охороняються державою, є невід’ємною частиною природоохоронної практики в Україні, в той час як в інших країнах склад, структура та мета створення природно–заповідних територій та об’єктів, дозволених для їх використання, відрізняються.

Розглянемо призначення природно–заповідного фонду як частини рекреаційних ресурсів за аналогією з українським Фондом природних ресурсів.

Природно–заповідний фонд включає географічні і водні території та окремі ділянки, що мають особливу екологічну, наукову, естетичну,

рекреаційну та іншу цінність і виділені з метою збереження природної різноманітності ландшафтів і генетичного різноманіття рослинного і тваринного світу, підтримання загального екологічного балансу та охорони навколишнього природного середовища.

Всі об'єкти природно–заповідного фонду, за винятком природних заповідників, призначені для охорони здоров'я, освіти, рекреації, полювання та рибальства, а також для охорони навколишнього середовища, проведення досліджень і моніторингу. Рекреаційна діяльність на заповідних територіях обмежується відповідними функціональними зонами і здійснюється відповідно до Закону «Про охорону природних комплексів та об'єктів, що охороняються» та регулюється Постановою «Про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно–заповідного фонду України».

Основними видами рекреаційної діяльності на територіях та об'єктах ПЗФ є:

1. Рекреаційна діяльність (в оздоровчих, культурних та освітніх цілях), короткочасна, від 5–10 годин до одного–двох днів.

2. Розбиття наметів та розведення вогнищ у спеціально обладнаних та відведених для цього місцях.

3. Пішохідний туризм – походи (піші) по визначених екологічних стежках, а також виставки та музеї, створені установами природно–заповідного фонду, та інші рекреаційні тематики.

4. Види діяльності: пішохідний туризм з науково–освітньою метою, орнітологічний туризм (спостереження за птахами), етнографічний туризм, лижний туризм, гірський велотуризм, велосипедний туризм (пішохідні, велопоходи), кінний туризм (піші, кінні прогулянки), водний туризм (спуск гірською річкою на надувному човні), веслування на байдарках і каное (рафтинг), водний туризм (водні лижі, віндсерфінг, прогулянки на човнах), спелеотуризм, підводний туризм (дайвінг, екскурсії до печер і підводних печер), парашланеризм, дельтапланеризм, повітроплавання (піші прогулянки, польоти на повітряних кулях).

5. Рекреація – використання рекреантами природних лікувальних ресурсів у природних рекреаційних зонах для відновлення душевних, духовних і фізичних сил.

6. Мисливство та любительське рибальство.

8.2. Історико–культурні рекреаційні ресурси

Історико–культурні рекреаційні ресурси – це історичні пам'ятки, об'єкти та явища матеріальної і духовної культури, створені в процесі історичного розвитку і реалізовані в сучасних умовах на певній території, які можуть бути використані для задоволення духовних, пізнавальних та інтелектуальних рекреаційних потреб.

Історико–культурні ресурси можна класифікувати за різними ознаками:

- за походженням: матеріальні та духовні;
- за формою руху: рухомі та нерухомі.

До матеріальних ресурсів належать усі засоби виробництва та інші матеріальні блага суспільства на кожному історичному етапі його розвитку, а до духовних – усі досягнення суспільства в галузі освіти, науки, мистецтва, літератури, організації держави, суспільного життя, праці та побуту. Насправді не вся спадщина минулого входить до ресурсів культурно–історичної спадщини: до них зазвичай відносять лише ті культурно–історичні об'єкти, які були науково вивчені та оцінені як такі, що мають суспільне значення і за наявних технічних і матеріальних ресурсів здатні задовольняти рекреаційні потреби великої кількості людей протягом тривалого часу. З усіх культурно–історичних пам'яток пам'ятки історії та культури мають найбільшу привабливість і, як такі, є основним засобом задоволення культурних і пізнавальних потреб. Пам'ятки історії та культури – це будівлі, пам'ятники, предмети, матеріальні та інтелектуальні витвори, що мають історичну, наукову, художню або іншу цінність, пов'язані з історичними подіями в житті людей, розвитком суспільства і держави.

Розглянемо найбільш типові об'єкти кожного типу пам'яток. До пам'яток *історії* можуть бути віднесені будівлі, споруди, пам'ятники та об'єкти, пов'язані з найважливішими історичними подіями в житті народу, розвитком суспільства і держави, революційними рухами, визвольними рухами і війнами, а також з розвитком науки і техніки, культурою і побутом народу, життям провідних політиків, державних діячів, народних героїв, діячів науки, літератури і мистецтва.

До пам'яток *археології* належать поселення, городища, укріплення, виробництва, канали, давні поховання, кам'яні статуї, наскальний живопис, артефакти та історико–культурні об'єкти давніх поселень.

Найхарактернішими об'єктами містобудування та архітектури є поселенські комплекси та архітектурні ансамблі, історичні центри, квартали, мікрорайони, площі, вулиці, залишки давнього планування і забудови міст та інших населених пунктів, цивільна, промислова, військова, культова та народна архітектура, археологічні пам'ятки та пов'язані з ними ландшафти.

До *мистецьких* пам'яток належать археологічні артефакти, твори образотворчого, декоративно–ужиткового та іншого мистецтва.

До *документальних* пам'яток належать твори органів державної влади і управління та інші письмові, графічні, кіно– і фотодокументи, звукозаписи, рукописи, стародруки та інші архіви, документи популярного мистецтва і музики, рідкісні друковані видання.

Колекція історико–культурних ресурсів об'єкта включає пам'ятки історії, містобудування, архітектури, пам'ятники, пам'ятки археології та інші споруди, в тому числі артефакти, які є невід'ємною частиною архітектури. Для пізнавальної та культурної рекреації важливо, щоб об'єкти цієї групи були самостійними, індивідуальними або колективними об'єктами.

До групи *мобільних* культурно–історичних ресурсів належать пам'ятки мистецтва, археологічні знахідки, колекції мінералів, рослин і тварин, документальні пам'ятки та інші предмети, речі і документи, що легко транспортуються. Споживання рекреаційних ресурсів цієї групи пов'язане з

відвідуванням музеїв, бібліотек та архівів, оскільки вони, як правило, зосереджені в музеях.

Крім вищезазначених видів історико–культурних ресурсів, деякі автори справедливо виділяють категорії подієвих ресурсів, етнографічних ресурсів та біографічних і соціальних ресурсів.

Категорія *подієвих ресурсів* характеризується порівняно недавно, паралельно з появою цього специфічного виду туризму, збільшенням кількості культурних заходів специфічно лудичного – пізнавального, розважального та рекреаційного характеру. Тому ця категорія ресурсів є малодослідженою і нерозвиненою.

Загалом до подієвих ресурсів належать масові культурно–розважальні заходи: карнавали, конкурси, фестивалі, конференції, виступи відомих музичних і театральних колективів, різноманітні свята – дні міст, ярмарки тощо.

Етнографічні ресурси традиційно є частиною історико–культурного потенціалу, але останнім часом вони відіграють все більш важливу роль у зв'язку з підвищенням рівня національної самосвідомості та запровадженням спеціальних освітніх програм у державних школах.

Як уже зазначалося, *етнографічні* ресурси складаються з різноманітних груп ресурсів, які, як правило, утворюють цілісну тканину зі специфічною національною ідентичністю та характером. До таких ресурсів належать традиції, обряди, свята, народні ремесла, національна кухня, традиційне житло, одяг, танці тощо.

Біографічні та соціальні ресурси – специфічна складова історико–культурних ресурсів (категорія «Пам'ятки історії»), яка включає об'єкти та території, пов'язані з певним життєвим циклом (епізодом – народженням, діяльністю, проживанням, смертю, похованням) конкретної видатної особистості.

До історико–культурних рекреаційних ресурсів також належать заклади культури, які задовольняють рекреаційні потреби місцевих рекреантів і туристів, тобто музеї, галереї та виставкові зали, що спеціалізуються на збереженні, демонстрації та популяризації творів мистецтва, науки, техніки тощо.

Музей – це постійно діючий, неприбутковий заклад культури, створений для збереження, вивчення та публічного показу музейних предметів і колекцій. Музеї характеризуються такими колекціями: художніми, мистецтвознавчими, літературними, архітектурними, природознавчими, технічними, галузевими та комплексними.

На рис. 8.2 показано загальну схему історико–культурних рекреаційних ресурсів.

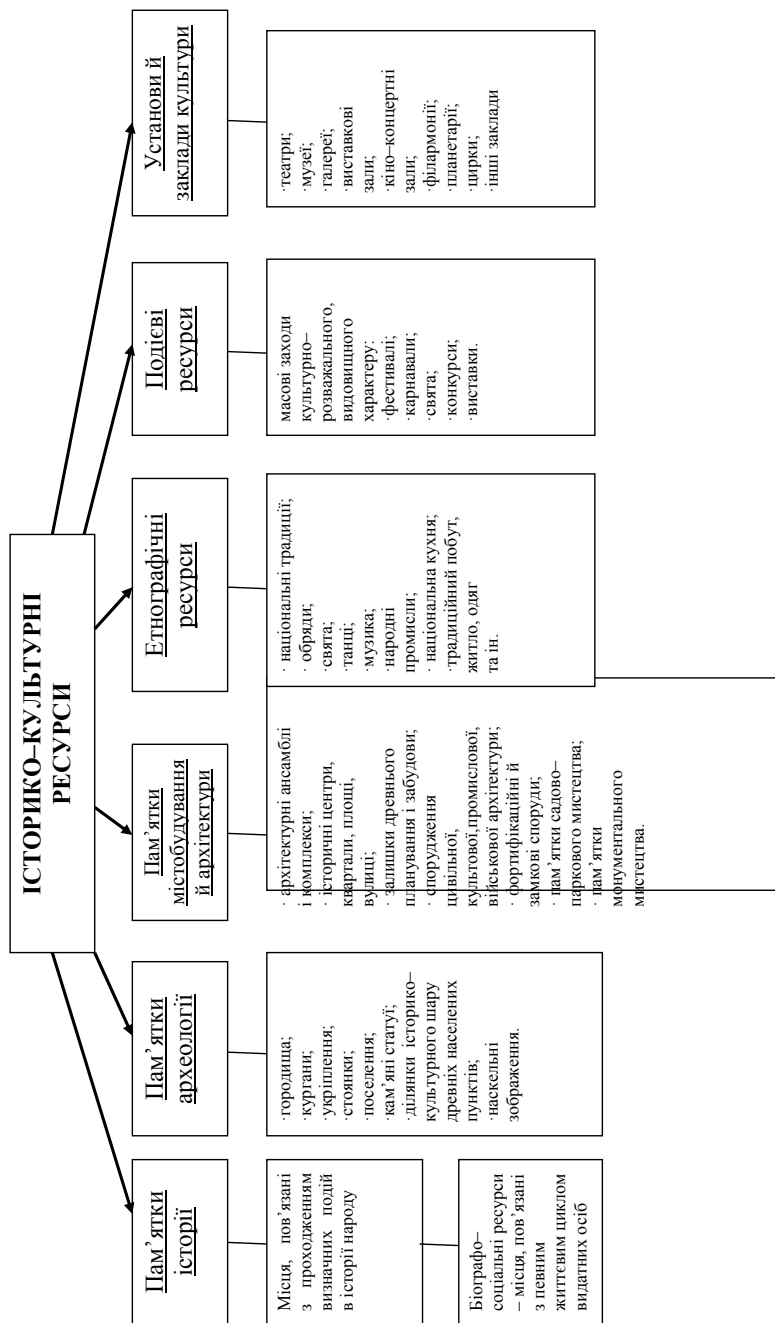


Рисунок 8.2 – Класифікація історико-культурних рекреаційних ресурсів

8.3. Інфраструктурні рекреаційні ресурси

До *інфраструктурних (соціально-економічних) ресурсів рекреації* прийнято відносити всю сукупність підприємств, закладів та організацій матеріального виробництва та невиробничої сфери, відповідні трудові ресурси, які забезпечують виробництво, розподіл, реалізацію та споживання товарів та послуг, здатних задовольняти рекреаційні потреби.

Ці підприємства, заклади та організації належать до різних галузей і беруть безпосередню участь у задоволенні рекреаційних потреб (первинні підприємства) або забезпечують нормальне функціонування й умови для здійснення рекреаційної діяльності (вторинні підприємства).

Перші підприємства надають клієнтам виключно послуги, які задовольняють різноманітні рекреаційні потреби і, відповідно, отримують доходи тільки від цієї діяльності, а для других це лише один із напрямів комерційної діяльності й одне з джерел отримання доходу.

Перші підприємства формують рекреаційне господарство, а другі прийнято називати підприємствами рекреаційної інфраструктури. Іноді дуже складно розподілити підприємства за цим принципом, тоді рекомендується скористатися прийомом, сутність якого полягає у спробі уявити, що рекреація не існує як масове явище, і визначити доцільність існування тих чи інших підприємств і організацій.

Якщо існування суб'єкта господарювання в умовах відсутності рекреації недоцільне, то його слід віднести до рекреаційного господарства, якщо в зазначених умовах суб'єкт господарювання лише несуттєво скоротить обсяги своєї діяльності, то його слід віднести до рекреаційної інфраструктури.

У будь-якому випадку, всі названі підприємства виступають невід'ємною і необхідною складовою рекреаційних ресурсів, перелік яких складає рекреаційну інфраструктуру:

- підприємства, які надають послуги розміщення, в тому числі санаторно-курортні заклади;
- заклади ресторанного господарства;
- транспортні підприємства і мережа шляхів сполучення;
- туристичні підприємства, які займаються розробкою і реалізацією туристичного продукту: туристичні оператори і туристичні агенти;
- екскурсійні підприємства;
- підприємства сфери дозвілля та розваг;
- підприємства роздрібною торгівлі;
- рекламно-інформаційні організації;
- учбові заклади;
- органи управління;
- наукові й проєктні установи;
- підприємства невиробничої сфери: зв'язок, транспорт, страхування, медичне обслуговування, побутове обслуговування;

– підприємства виробничої сфери, які беруть участь у створенні рекреаційних об'єктів, випускають товари рекреаційного призначення.

Виходячи з розподілу основних форм рекреації на короткотерміновий відпочинок і туризм, можна зауважити, що зазначені вище підприємства спеціалізуються на наданні послуг цим окремим групам рекреантів. Туризм на сучасному етапі розвитку здебільшого розглядається як окрема галузь економіки, що включає більшість із перерахованих підприємств, організацій та установ, які об'єднуються для створення власного продукту – туристичного. При цьому віднесення до сфери туризму засобів розміщення та підприємств, які здійснюють туropераторську і турагентську діяльність, транспортне обслуговування туристів, – є незаперечним. А такі первинні підприємства, як заклади харчування, екскурсійні підприємства, заклади дозвілля і розваг, видовищні установи, установи спортивного призначення, надають рекреаційні послуги як місцевим жителям, так і приїжджим рекреантам.

Розміщення займає центральне місце в комплексі туристичних послуг, що надаються туристам у подорожі, та є невід'ємною частиною кожного туристичного продукту.

Засіб розміщення – будь-який об'єкт, що регулярно або час від часу надає послуги з розміщення для ночівлі.

Класифікація засобів розміщення, запропонована UNWTO і фактично покладена в основу класифікації засобів розміщення, прийнятої в Україні, визначається державним стандартом ДСТУ 4268:2003 «Національний стандарт України. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги».

Згідно з даним стандартом засоби розміщення поділяють на колективні та індивідуальні (рис. 8.3).

Різноманітність засобів розміщення дає можливість туристам робити вибір, оцінивши умови проживання та рівень послуг, аби найбільш повно задовольнити попит відповідно до доходу, індивідуальних вимог і потреб та виду туризму.

Усі засоби розміщення зобов'язані надавати мінімальний перелік послуг.

Відповідно до типу засобів розміщення та їх спеціалізації перелік послуг може бути значно розширений за рахунок введення послуг інформаційно–комунікаційного, спортивного, оздоровчого, розважального, побутового характеру.

Розподіл готелів на категорії за різними критеріями називається класифікацією. Це робиться для того, щоб забезпечити однаковість послуг та єдині стандарти для готелів, перевірити якість готелів та послуг, що пропонуються в кожній категорії, а також допомогти туристам вибрати готель, що відповідає їхнім потребам.

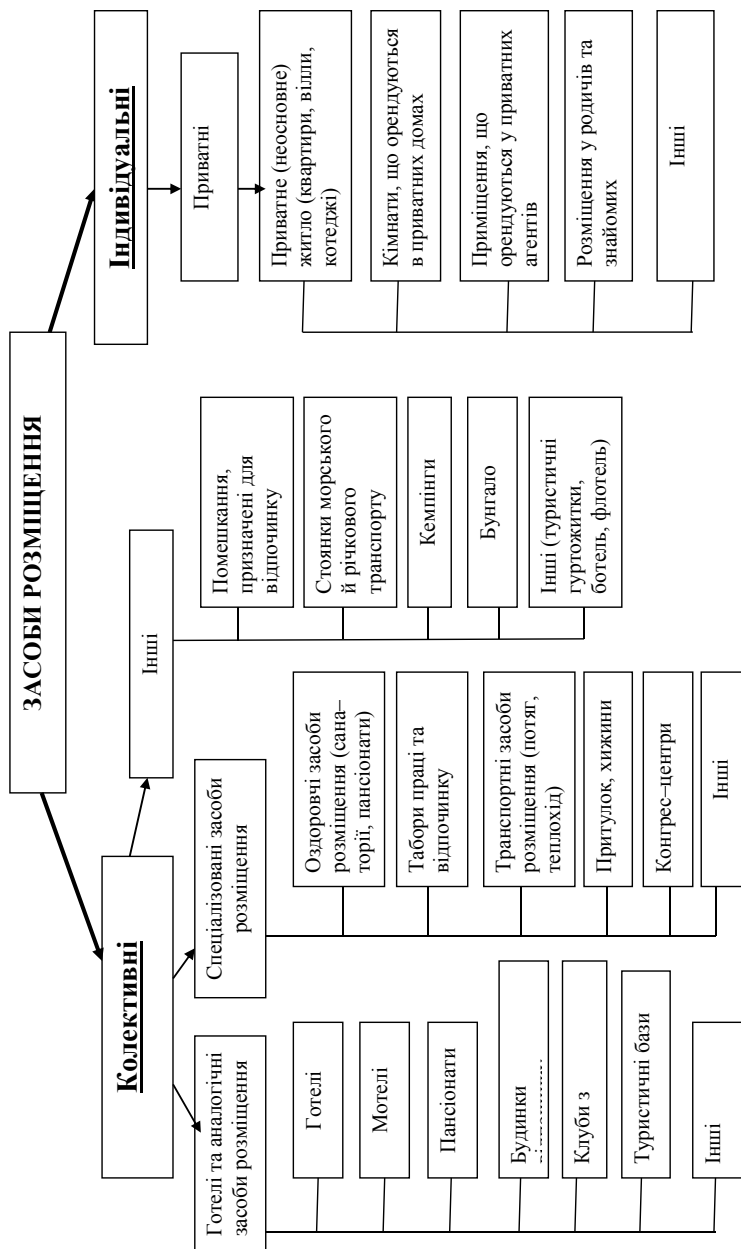


Рисунок 8.3 – Класифікація засобів розміщення

Стандартизована класифікація готелів враховує такі критерії, як розмір, місце розташування, клієнтура, кількість зірок, форма власності та якість обслуговування (рис. 8.4).



Рисунок 8.4 – Класифікація готелів

Розглянемо кожен показник більш детально.

За розміром готелі поділяються на такі категорії:

- малі готелі (менше 100 номерів);
- середні готелі (100–299 номерів);
- великі готелі (300–599 номерів);
- дуже великі готелі (від 600 до 999 номерів);
- дуже великі готелі (понад 1000 номерів).

Французька система класифікації є найбільш поширеною в готельному бізнесі в усьому світі. Вона базується на класифікації готелів за зірками, від найнижчої (1 зірка) до найвищої (5 зірок). Ця спеціальна система використовується в багатьох країнах, включаючи Польщу, Україну, Угорщину, Австрію, Угорщину та Китай.

Відповідно до зірковості, готелі поділяються на наступні *категорії*:

1. Готелі* (1 зірка) – зазвичай невеликі за розміром і кількістю номерів, розташовані поблизу доступних пам'яток, з базовим набором послуг і домашньою атмосферою. Спектр послуг обмежений, з базовими зручностями та харчуванням. Прийнятні стандарти обслуговування, чистоти та комфорту.

2. Hotel** (двозірковий готель) – невеликий або середній готель економ–класу, розташований поблизу туристичних об'єктів, з помірними цінами, з кваліфікованим персоналом.

3. Hotel*** (тризірковий готель) – готелі середнього розміру з просторими номерами, близько до комерційних районів, як правило, з рестораном середнього розміру, де подають страви від сніданку до вечері.

Часто надаються такі послуги, як прямиий телефон, туалетні принадлежности, обслуговування номерів і басейн.

4. Готель**** (чотиризірковий готель) – першокласні готелі, розташовані поблизу основних визначних пам'яток, з сервісом вище середнього, кількома ресторанами, цілодобовим обслуговуванням номерів, пральною, басейном тощо.

5. Hotel***** (п'ятизірковий готель) – першокласні готелі з високою якістю розміщення та послуг, просторими поверхами, елегантними меблями та постільною білизною, усіма сучасними зручностями; готелі мають щонайменше три ресторани, цілодобове обслуговування номерів; персонал готелю забезпечує цілодобову стійку ресстрації.

Готелі зі спадщиною – до цього типу відносяться готелі, розташовані в невеликих фортецях і палацах з власною історією; гостям пропонують страви традиційної кухні; розважальна програма включає виступи народних артистів, які допомагають гостям дізнатися про спадщину регіону.

Історичні готелі також поділяються на:

- Heritage – готелі, побудовані між 1935 і 1950 роками;
- Heritage Classic – готелі, побудовані між 1920 і 1935 роками;
- Heritage Grand – готелі, побудовані до 1920 року.

За місцем розташування:

– бізнес-готелі (розташування – центр міста, діловий район, комерційний район, міський діловий район; тип відвідувачів – переважно ділові люди; середня тривалість перебування – 3–7 днів);

– транзитні готелі (розташування – поблизу пунктів в'їзду (автовокзал, залізничний вокзал, аеропорт, порт); тип відвідувачів – переважно приїжджі; середня тривалість перебування – від кількох годин до 1–2 днів);

– бази відпочинку (місце розташування – місця з природними рекреаційними ресурсами (море, гори, ліси тощо); тип відвідувачів – переважно відпочиваючі та туристи; середня тривалість перебування – від 7 днів до кількох місяців);

– motelі (автоготелі, автостради) (розташування – поблизу автострад, автомагістралей; тип відвідувачів – автомобілісти, туристи, які подорожують автомобілем; характеристики – автостоянка перед кожним номером, станція технічного обслуговування, гараж; середня тривалість перебування – переважно ночівля);

– приміські готелі (місце розташування – готелі на околиці або в передмісті; тип відвідувачів – гості, які прагнуть відпочити від ритму міського життя; середня тривалість перебування – тривалий, навіть кілька місяців);

– плавучі готелі (місце розташування – готель, що плаває на воді; тип відвідувача – гості, які шукають відпочинку на воді; середня тривалість перебування – від кількох днів до кількох місяців).

Готелі поділяються за формою власності.

Приватні готелі є самокерованими і працюють з великою гнучкістю, щоб адаптуватися до змін на цільовому ринку. Приватна власність може бути у

формі компанії (найпоширеніша) або у формі сімейного чи індивідуального готелю.

Державна власність рідко зустрічається у світовому секторі. Муніципальна (державна) власність асоціюється з готелями, що належать місцевій владі. Частка муніципальних готелів у світовій готельній індустрії становить лише 2–5 відсотків.

Мережеві готелі – готелі, що відносяться до готельної групи, яка належить або контролюється однією компанією.

Франчайзингові готелі (дочірні підприємства) – це франшизи, надані однією компанією іншій компанії або особі, які мають ліцензію на продаж її специфічних продуктів і послуг та використання її торгової марки в певний час і в певних місцях відповідно до інструкцій, наданих першою компанією. Франчайзер надає іншій компанії (франчайзі) право на використання своїх методів, систем, технічних послуг, маркетингового брендингу, торгових марок тощо за певну плату.

Ланцюгове направлення – форма власності, яка складається з незалежного володіння та управління і включає спільну рекламу, спільну систему бронювання та єдину якість.

Таймшер – кожна кімната знаходиться у власності кількох людей на різні періоди часу. Кожен власник отримує житло на певний період протягом декількох років. Одноразова покупка здійснюється шляхом сплати покупної ціни та податків, а за обслуговування сплачується щорічна плата.

Кондомініуми (об'єднання співвласників багатоквартирних будинків) – це єдина група об'єктів нерухомості, що складається з земельних ділянок, житлового будинку та інших об'єктів нерухомості. При цьому окремі житлові будинки та інша нерухомість перебувають у власності фізичних осіб, а спільною власністю є земля.

За рівнем обслуговування готелі можна поділити на:

– готелі високого класу (орієнтовані на заможний сегмент суспільства, пропонують найвищий рівень персоналізованого обслуговування, високоякісні ресторани та лаунжі, вишукані меблі, послуги консьєржа та цілий ряд зручностей; акцент робиться на досконалості та вишуканості);

– готелі середнього класу (пропонують скромні, без надмірностей, послуги, такі як обслуговування номерів, цілодобове кафе, ресторан і бар);

– бюджетні готелі (комфортабельні та недорогі номери, які відповідають основним потребам, кафетерій, ресторан з різноманітною кухнею, телефон у номері, трансляція музики та фільмів, тренажерний зал).

Готелі можна поділити на такі типи:

– бізнес-готелі (задовольняють потреби ділових мандрівників);

– транзитні готелі (обслуговують мандрівників, яким потрібно зупинитися в безпосередній близькості від пунктів в'їзду);

– житлові готелі (для гостей, які зупиняються на тривалий час);

– готелі-казино (пропонують азартні ігри);

– конференц-готелі (харчування та організація конференцій);

– санаторно–курортні готелі (готелі з медичним центром і спа–центром, що обслуговують людей, які приїжджають на курорти з метою лікування, профілактики та реабілітації).

Залежно від тривалості перебування розрізняють готелі довготривалого та короткотривалого перебування.

Громадське харчування – це невід’ємна частина надання послуг відпочинку. Громадське харчування визначається як сукупність підприємств різних організаційно–правових форм, які займаються виробництвом, реалізацією та регулюванням гастрономічної продукції.

Послуги громадського харчування є результатом діяльності організацій, що беруть участь у задоволенні потреб населення в харчуванні та дозвіллі.

В Україні для опису поняття «громадське харчування» використовується термін «підприємство громадського харчування».

Підприємство громадського харчування – це вид економічної діяльності господарських організацій, які надають послуги із задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією або без організації дозвілля.

Заклад ресторанного господарства в індустрії громадського харчування – це організаційно–структурна одиниця, яка здійснює виробничо–комерційну діяльність: виробляє і (або) доготовляє, реалізує і організовує споживання продукції власного виробництва та закупних товарів, а також може організовувати дозвілля споживачів.

В Україні заклади ресторанного господарства визначені в ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація».

Велике значення для розвитку рекреаційної діяльності мають *транспортні ресурси*, які включають мережу транспортних шляхів, транспортні підприємства та їх транспортні засоби. Транспортна мережа включає залізницю, автомобільні дороги, морський, річковий та повітряний транспорт.

Транспорт як ресурс для розвитку дозвілля можна розглядати з різних точок зору:

1. Добре розвинена транспортна мережа, яка забезпечує доступ до об’єктів дозвілля, необхідних туристам під час відпочинку. Нерозвинені та неякісні транспортні шляхи роблять використання ресурсів дозвілля незручним, а іноді й неможливим.

2. Як невід’ємна частина туристичних послуг.

Транспортні послуги є частиною основного пакету послуг, що входять до туристичного продукту, і становлять значну частину вартості подорожі (від 20 до 60 відсотків залежно від тривалості та відстані подорожі).

Під транспортом розуміється перевезення туристів від місця постійного проживання до місця призначення і назад, трансфери, екскурсії та транспортні послуги, що надаються під час програм.

3. Використання різних видів транспорту призвело до розвитку певних видів відпочинку та туристичної діяльності, таких як залізничний транспорт і круїзи, де транспортні засоби також використовуються як засоби розміщення туристів.

Туристів і відвідувачів перевозять або регулярними рейсами, або чартерними рейсами, спеціально організованими туристичними компаніями.

Для короткострокових поїздок на вихідні та у відпустку туристи переважно користуються автомобільним транспортом (автобусами та автомобілями) і приміським залізничним транспортом. Для екскурсійних поїздок використовуються всі види транспорту.

Туристична організація – це самостійний господарюючий суб'єкт зі статусом юридичної особи, який здійснює комерційну та науково–дослідницьку діяльність з метою отримання прибутку. Основною функцією туристичних підприємств, як складової туристичної індустрії, є виробництво (постачання), обслуговування та реалізація туристичного продукту.

За змістом і характером своєї основної діяльності туристичні підприємства виступають посередниками між споживачами (туристами) і виробниками конкретних туристичних послуг (розміщення, транспорт, харчування, екскурсійне обслуговування тощо).

На практиці за функціональною ознакою розрізняють такі види комерційних туристичних підприємств, що функціонують і розвиваються за рахунок власних коштів і з метою отримання власного прибутку: туроператори, турагентства.

Вони мають різні організаційно–правові форми і працюють на різних сегментах ринку туристичних послуг (в'їзний туризм, виїзний туризм, внутрішній туризм).

Туроператори – юридичні особи, створені відповідно до законодавства України, виключним видом діяльності яких є організація та створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередництво в наданні специфічних та супутніх послуг, і які отримали в установленому порядку ліцензію на провадження туроператорської діяльності.

Туроператор – це тип оптової організації, продукти якої реалізуються через мережу роздрібних туристичних агентств.

Туристичні агентства – юридичні особи, створені відповідно до законодавства України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорам та туристичних послуг іншим суб'єктам туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність з реалізації специфічних та супутніх послуг, які одержали в установленому порядку ліцензію на турагентську діяльність.

Туроператори – це комерційні підприємства, основною метою яких є організація туристичної діяльності для широких верств населення.

Організований туризм – це діяльність, спрямована на ознайомлення туристів та екскурсантів з туристичними об'єктами без надання послуг з розміщення (ночівлі).

Активна та пасивна рекреаційна діяльність, як організована, так і самодіяльна, є невід'ємною частиною вільного часу людей, а заклади та установи, де ці потреби можуть бути задоволені, є частиною ресурсів інфраструктури дозвілля.

Заклади *дозвілля та розваг* представляють дуже широку категорію різномірних організацій, основною метою яких є задоволення потреб у сфері дозвілля та розваг. До таких закладів належать: клуби, дискотеки, культурно–дозвіллеві центри, ігрові центри, парки розваг, тематичні парки, аквапарки, клуби за інтересами (наприклад, танцювальні, військові, професійні тощо), спортивно–оздоровчі заклади (льодові ковзанки, стадіони, басейни, спортивні клуби, боулінг–центри, тенісні корти, поля для гольфу та гірськолижні курорти).

8.4 Методологія оцінки рекреаційних ресурсів

Оцінка рекреаційних ресурсів є одним з найважливіших питань у дослідженні та використанні рекреаційних ресурсів. В оцінці завжди є суб'єкт і об'єкт.

Предметом оцінки є кількісні та якісні характеристики природних, соціальних, економічних, культурно–історичних ресурсів в цілому або окремих елементів чи просторових груп цих ресурсів, а об'єктом може бути рекреаційна галузь, різні рівні системи рекреаційних ресурсів, суспільство в цілому, окремі групи рекреантів, рекреанти. Багаторівневий характер об'єктів оцінки визначає різні підходи до оцінки рекреаційних ресурсів, залежно від того, чи проводиться оцінка з точки зору рекреантів, чи з точки зору менеджерів рекреаційної сфери.

Потреба в оцінці рекреаційних ресурсів з точки зору рекреантів виникає, як правило, тоді, коли обирається конкретний об'єкт рекреації для відпочинку.

З точки зору рекреаційного оператора, оцінка зазвичай пов'язана з плануванням нових рекреаційних об'єктів, реконструкцією існуючих об'єктів та раціоналізацією використання наявних рекреаційних ресурсів. Однак оцінка проводиться на досить тривалому часовому горизонті: від 10 до 20 років і більше. Об'єктами оцінки можуть бути рекреаційні об'єкти різного масштабу – від окремого проєкту до рекреаційних зон і регіонів.

Оцінка рекреаційних ресурсів – це процес, який визначає характеристики рекреаційного об'єкта з точки зору його використання для задоволення потреб громади, промисловості, організацій або рекреантів, тобто рекреантів різних рівнів. Предметом оцінки є взаємозв'язок між об'єктом і предметом оцінки. Оцінці притаманні багатогранність, неоднозначність, історичність, ієрархічність, суб'єктивність та об'єктивність.

Найбільш поширеним методом оцінки рекреаційних ресурсів є метод бальної оцінки. Теорія і практика використання бальної оцінки в географії досліджена в багатьох роботах, в тому числі в класичній книзі для географів Д.Л. Армади. Класична книга для географів Д.Л. Армади та L. L. M. Мухіної «Рекреаційна географія».

Оцінки стають дедалі популярнішими, а методика їх отримання розвивається, хоча доцільність їх використання залишається дискусійною.

Однак, характеристики рекреаційних ресурсів можна вимірювати як у відносних, так і в натуральних (кількісних) показниках. Тому для формалізації

та раціоналізації процесу інтегрованого бального оцінювання використання бальних методів є єдиним можливим методом оцінювання. При застосуванні цього методу передбачається, що оцінка є результатом зв'язку компонента з людською діяльністю, результатом визначення придатності цього компонента для певного типу покращення, для когось або для чогось; таким чином, необхідним є не просто вимірювання фізичних, хімічних, інженерних або інших величин, а оцінка результатів вимірювання.

Основними етапами оцінки рекреаційних ресурсів є:

1. *Визначення мети та завдань дослідження.* Оцінка повинна визначити мету і предмет оцінки, а також специфічні види рекреації об'єктів оцінки, оскільки кожен вид діяльності і кожна категорія рекреації має свої вимоги до відповідних груп рекреаційних ресурсів.

2. *Вибір показників,* які будуть розглядатися в оцінці. Визначити вимоги, які суб'єкт ставить до об'єкта, і, виходячи з цих вимог, визначити необхідні атрибути та індикатори, за якими ці атрибути можна оцінити.

3. *Розробка метрики оцінювання* для кожного показника. На практиці розробка шкали оцінювання полягає у виборі кількості рівнів оцінювання, визначенні інтервалів між ними та поділі шкали вимірювання на ці інтервали. Найчастіше для оцінювання окремих індикаторів використовують три- або чотирибальну шкалу, а іноді й більше.

При визначенні інтервалів для оціночних шкал використовують лінійні та нелінійні залежності між вимірюванням та оцінкою, а також рівні та нерівні інтервали в кожному конкретному випадку.

4. *Отримання підпунктів.* Отримання суббалів – це перетворення вимірних показників в оцінки відповідно до розроблених шкал оцінювання.

5. *Отримання інтегральних сумарних оцінок.* При розробці інтегральних показників можна використовувати кілька методів для інтеграції окремих оцінок, але найбільш поширеним є метод бальної оцінки. Цей метод в основному використовується для оцінок, в яких кожен об'єкт оцінюється на основі декількох атрибутів, а потім виставляється загальний бал, щоб врахувати придатність ресурсу або об'єкта для обраної мети. Іноді для об'єднання окремих оцінок використовується множення. Множення використовується для більш складних взаємозв'язків між ресурсом або об'єктом, а додавання – для більш простих взаємозв'язків.

В інтегральних оцінках вага всіх оцінюваних компонентів приймається за одиницю, або враховуються оцінки окремих індикаторів шляхом введення коефіцієнтів значущості.

Отримані інтегральні оцінки можуть мати різні форми вираження: вербальні оцінки (напр: слабкий – середній – сильний, високий – середній – низький, несприятливий – слабкий – сприятливий, низький – середній – високий), числові (перша, друга і третя категорії, бали, рейтинги, класифікації, ранжування).

6. *Аналіз отриманих результатів.* Розроблено основні види оцінки рекреаційних ресурсів.

Медико-біологічна оцінка відображає вплив природних факторів на організм людини. Основними об'єктами оцінки є кліматичні ресурси, які мають найбільший вплив на здоров'я та самопочуття людини. Для оцінки впливу різних кліматичних факторів на здоров'я людини розроблено кілька методів.

Технологічна оцінка полягає у визначенні ступеня потенційної взаємодії між природним середовищем і людиною під час рекреаційної діяльності. При технологічній оцінці об'єктом оцінки зазвичай є індустрія дозвілля. Розглядається придатність території для певного виду рекреаційної діяльності, а також її потенціал для інженерно-будівельного освоєння.

Психолого-естетична оцінка базується на об'єктивній моделі залучення рекреантів до території з найвищою естетичною цінністю. Вона визначає емоційний вплив ландшафту або його елементів, а іноді й певних історико-культурних об'єктів на рекреантів. Естетична оцінка ландшафту значною мірою залежить від статусу людини, її приналежності до певної вікової, соціальної та етнічної групи, а також від конкретного психологічного та емоційного стану людини, яка оцінює ландшафт у цей момент, незалежно від того, подорожує вона пішки чи на автомобілі. Методологія оцінки постійно вдосконалюється.

Економічна оцінка має на меті відобразити економічний вплив, який рекреаційні ресурси надають суспільству протягом певного періоду використання. Економічна оцінка найчастіше використовується для визначення економічної цінності природних рекреаційних ресурсів, економічний вплив яких можна виміряти: мінеральні води, мул, озон, ліси, поверхневі води та національні парки.

Сьогодні все більшого поширення набувають такі методи економічної оцінки рекреаційних ресурсів:

- витратні – передбачають оцінку витрат на освоєння ресурсу;
- рентні – базуються на результатах їх експлуатації.

У практиці рекреаційного менеджменту використовуються три види платежів:

- платежі за використання природних рекреаційних ресурсів;
- відрахування за їх понадлімітне використання та за користування загальною інфраструктурою;
- штрафи, що накладаються безпосередньо на операторів рекреаційних об'єктів за недотримання вимог, встановлених до організації та управління рекреаційними об'єктами.

8.5 Рекреаційне природокористування та охорона природи

Природокористування є основною формою взаємодії суспільства з природним середовищем через систему заходів з освоєння, експлуатації, перетворення, відновлення та охорони природних *ресурсів*, і відображає відносини між виробництвом, населенням і навколишнім середовищем. У рекреації природа є важливим фактором для відпочинку, регенерації та відновлення фізичних, нервових і психічних сил. Природокористування – це

виробнича і наукова діяльність людини, спрямована на комплексне вивчення, освоєння, використання, перетворення, відтворення та охорону навколишнього природного середовища.

На відміну від інших відомих видів природокористування, *рекреаційне природокористування* характеризується низкою специфічних особливостей:

1. Рекреація значною мірою орієнтована на «використання природних ресурсів» і, на відміну від більшості інших галузей економіки, продукція яких доставляється до споживача, для того, щоб скористатися рекреаційними послугами, споживач повинен подорожувати до місця розташування рекреаційних ресурсів, що зумовлює значні міграційні потоки. Отже, споживання рекреаційних ресурсів відбувається там, де вони знаходяться, і не передбачає їх вилучення з природного середовища.

2. Природні ресурси є основним фактором, що визначає рекреаційне використання території: організація видів і форм рекреаційної діяльності залежить від набору природних ресурсів, наявних на даній території.

3. Рекреація відіграє важливу роль у використанні природних комплексів та їх елементів, які раніше не були включені в господарський обіг (гірські території, особливі ландшафти, печери та улоговини, гейзери, водоспади, підводний світ).

4. Рекреація – це багатопільове використання природних ресурсів. Рекреація висуває різні вимоги до природних комплексів для задоволення потреб різних рекреантів і оптимально взаємодіє з іншими видами природокористування.

Рекреаційне природокористування визначається як раціональне використання природних ресурсів для задоволення рекреаційних потреб людини. Це комплексний процес, який поєднує організацію рекреаційної діяльності на основі використання природних ресурсів та їх стану, задоволення рекреаційних потреб населення та запобігання негативним змінам у навколишньому середовищі в результаті рекреаційної діяльності.

Використання природних ресурсів в рекреаційних цілях має *три основні функції*:

1. *Соціальна функція* рекреаційного природокористування полягає у задоволенні специфічних потреб населення у відпочинку, зміцненні здоров'я та контакті з природою, що сприяє зміцненню фізичного та психічного здоров'я суспільства.

2. *Економічна функція* відновлення робочої сили (підвищення працездатності, збільшення робочого часу, сприяння підвищенню продуктивності праці). Економічна функція також включає розширення сфери застосування робочої сили і прискорення розвитку соціальної та виробничої інфраструктури в районах з інтенсивним використанням природних ресурсів в рекреаційних цілях.

3. *Природоохоронна функція* полягає у запобіганні деградації рекреаційних природних комплексів внаслідок діяльності людини, в тому числі рекреаційної.

Функціями охорони природи в сучасному рекреаційному розвитку є:

1. Забезпечення раціонального та економного використання ресурсів.

Реалізація раціонального використання природних ресурсів у сфері рекреації має ґрунтуватися на принципі сталого розвитку, який сприяє використанню природних ресурсів у кількостях, що не перевищують їхньої здатності до відновлення або самовідтворення.

2. Задоволення потреб в оздоровленні.

Одним із шляхів до цього є усунення або часткове зменшення негативних факторів цивілізації, що потребує значних інвестицій через екологізацію виробничої діяльності. Другий шлях – періодична оптимізація людського організму під впливом природних ресурсів, що природно збігається із завданнями рекреаційної діяльності.

3. *Охорона природи з метою пізнання навколишнього світу і розвитку науки* – це продиктовано зникненням багатьох видів тварин і рослин та їх зміною внаслідок діяльності людини, а також необхідністю більш глибокого вивчення природних об'єктів.

4. *Задоволення духовних потреб людини в красі природи: мальовничі пейзажі, тиша лісу, шум водоспадів і моря.*

Подолання протиріччя між зростаючими рекреаційними потребами населення та охороною природи призвело до появи та впровадження в систему управління природними ресурсами природоохоронних інструментів.

Рекреаційні диверсії.

Стихійний рекреаційний розвиток може призвести до втрати лікувальних, оздоровчих, пізнавальних, естетичних чи інших рекреаційних якостей природних комплексів. Ці процеси називають *«рекреаційним дрейфом»*.

Основними показниками стійкості природних комплексів є кількісні та якісні зміни рослинного покриву та ущільнення ґрунту. На основі цього критерію виділяють п'ять стадій деградації природних комплексів:

– перша стадія – недоторканий і незмінний – діяльність людини не спричинила помітних змін у лісовому комплексі;

– друга стадія – незначні зміни – рекреаційний вплив людини виражається в розвитку розрідженої мережі стежок, появи деяких світлолюбних видів серед трав'янистих рослин, першій стадії знищення підліску;

– третя стадія – помірно змінений – мережа стежок відносно густа, серед трав'янистих видів переважають світлолюбні трав'яністі види, починають з'являтися лучні трави, товщина підстилки зменшилася, на ділянках поза стежками відновлення лісу ще задовільне;

– четверта стадія – щільно змінені – густа мережа стежок, з мінімальною кількістю характерних лісових видів у трав'яному покриві, з майже повною відсутністю молодого підросту (до 5–7 років) та фрагментарним наметом навколо стовбурів дерев;

– п'ята стадія – стан деградації – повна відсутність підстилки та підліску, трави та одnorічні рослини присутні в окремих пробах на вищупаній ділянці.

Межа стабілізації ландшафту, тобто межа, за якою відбуваються незворотні зміни, лежить між стадіями 3 і 4. Відповідно, навантаження, що відповідає *третьій стадії деградації*, вважається *гранично допустимим*.

Незворотні зміни в природному комплексі починаються на 4-й стадії, а ризик деградації лісу – на 5-й стадії.

Інструментами для контролю кількості туристів є:

- функціональне зонування рекреаційних територій;
- визначення допустимого рекреаційного навантаження, виходячи з природно-географічних особливостей територій;
- освоєння території в рекреаційних цілях, включаючи розробку оптимізованої мережі рекреаційних маршрутів;
- розробка та впровадження заходів щодо корекції поведінки рекреантів у природних комплексах;
- раціональна просторово-територіальна організація рекреаційних об'єктів.

Планування рекреаційного *землекористування* – це процес виділення різних типів земель для рекреаційного використання та визначення відповідних видів та інтенсивності рекреаційної діяльності.

Наприклад, у випадку природоохоронних територій, таких як національні природні парки та регіональні природні парки, виділяються такі функціональні зони:

– *заповідна зона* – призначена для охорони та відновлення найбільш цінних природних комплексів, режим якої визначається відповідно до специфічних вимог природно-заповідного фонду;

– *зона організованої рекреації* – в її межах здійснюється короткочасна рекреаційна діяльність, спрямована на оздоровлення населення, відвідування особливо мальовничих і пам'ятних місць; в цій зоні можуть бути організовані та належним чином обладнані туристичні маршрути та екологічні стежки; забороняються рубки головного користування, промислове рибальство, полювання та інші види діяльності, які можуть негативно вплинути на стан природних комплексів та об'єктів заповідної території;

– *зона стаціонарної рекреації* – для готелів, мотелів, кемпінгів та інших об'єктів, що обслуговують відвідувачів парку;

– *господарська зона* – в її межах здійснюється господарська діяльність з метою виконання завдань, покладених на парк, муніципальні та комунальні об'єкти парку, а також землі інших власників та користувачів земель парку, де господарська діяльність здійснюється з дотриманням загальних вимог охорони навколишнього природного середовища.

Одним із засобів охорони природи є платне природокористування, яке базується на сплаті збору за рекреаційне використання природних ресурсів на двох рівнях:

– на рівні рекреаційних організацій, які вносять плату за використання природних рекреаційних ресурсів;

– на рівні споживачів, які оплачують надання загальних і специфічних рекреаційних послуг, що виробляються з використанням природних рекреаційних ресурсів і земель.

Наприклад, відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися бюджетними установами природно–заповідного фонду», платними є такі послуги:

1. Послуги, які можуть надаватися установами природно–заповідного фонду відповідно до їх функціональної компетенції:

– послуги, пов’язані з проведенням рекреаційних заходів на території установ природно–заповідного фонду: екскурсії визначеними природними стежками та екостежками до виставок, музеїв, еколого–освітніх центрів, створених зазначеними установами;

– екскурсії до карстових печер;

– організація та проведення освітніх та екологічних заходів;

– послуги, пов’язані з науково–дослідною діяльністю, спеціалізованими дослідженнями та лабораторними аналізами, пов’язаними з охороною, відтворенням та раціональним використанням природних ресурсів.

2. Послуги, які можуть надаватися установами Фонду у сфері господарської діяльності:

– послуги, пов’язані зі створенням умов для організованого туризму, рекреації та інших форм відпочинку в природному середовищі, відповідно до режиму територій та об’єктів природно–заповідного фонду: короткостроковий відпочинок, любительське (спортивне) рибальство, велосипедні, кінні прогулянки (трекінг), мисливство тощо;

– проведення фото–, відео–, кіно– і телезйомок фізичними та юридичними особами на території об’єктів природно–заповідного фонду;

– транспортне обслуговування туристів та будинків відпочинку;

– користування стоянками та причалами (пірсами), що належать до об’єктів природно–заповідного фонду;

– розміщення, проживання, харчування та організація харчування туристів і відпочиваючих;

– рекламно–інформаційні, видавничі та інші послуги.

Плата за надані послуги диференціюється залежно від якісного стану, кількості, поширення, цінності, унікальності, рідкості, дефіцитності, ефективності, відновлювального потенціалу, доступності, складності, продуктивності, вартості та частки витрат, пов’язаних з утриманням об’єкта. Розробка і реалізація заходів щодо корекції поведінки туристів у природних комплексах базується на принципах різноманітних освітньо–виховних заходів, включаючи масову освіту, пропаганду і агітацію, а також набуття екологічних знань, умінь і навичок засобами туризму та екскурсійної діяльності.

У комплексі освітніх заходів виділяють чотири види освітньої діяльності: інформування, навчання, виховання та пропаганда.

Наприклад, Міжнародна організація екотуризму (TIES) розробила 10 заповідей екотуризму, щоб допомогти туристам краще зрозуміти свою поведінку в природному середовищі:

1. Пам’ятайте про крихкість землі.

2. Залишайте тільки сліди і робіть тільки фотографії.

3. Знайте світ, в який ви вступаєте: культуру та географію народів.

4. Поважайте місцеві народи.
5. Не купуйте у виробників, які ставлять під загрозу навколишнє середовище.
6. Завжди ходіть тільки добре протоптаними стежками.
7. Підтримуйте екологічні програми.
8. Використовуйте природоохоронні методи, де це можливо.
9. Підтримуйте (спонсоруйте) організації, які сприяють збереженню природи.
10. Подорожуйте з компаніями, які підтримують принципи екотуризму.

Завдання для самостійного контролю

1. Назвіть групи курортів за характером природних лікувальних ресурсів.
2. Яким чином рекреаційні кліматичні ресурси впливають на стан здоров'я рекреанта?
3. Назвіть фізико–хімічні властивості мінеральних вод.
4. Охарактеризуйте процес утворення торфових грязей.
5. Які об'єкти належать до водних рекреаційних ресурсів?
6. Надайте визначення поняттю «історико–культурні ресурси».
7. Охарактеризуйте етнографічні рекреаційні ресурси.
8. Назвіть групи підприємств, які складають рекреаційну інфраструктуру.
9. Які основні етапи оцінки рекреаційних ресурсів виділяють?
10. Назвіть стадії рекреаційної дигресії та надайте їх характеристику.

ПИТАННЯ

ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

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

40. Правила проведення екскурсійної діяльності.
41. Ліцензування та сертифікація транспортних перевезень.
42. Сертифікація закладів готельного та ресторанного господарства.
43. Безпека в туризмі.
44. Багатостороння міжнародна туристична співпраця.
45. Інновації в туризмі.
46. Рекреалогія як наука.
47. Взаємозв'язок рекреалогії з іншими науками.
48. Об'єкт та предмет вивчення рекреалогії.
49. Завдання рекреалогії та рекреаційних досліджень.
50. Підходи до вивчення рекреалогії.
51. Фактори формування рекреалогії.
52. Етапи розвитку рекреалогії.
53. Основні категорії рекреалогії.
54. Гуманоцентровані концепції рекреалогії.
55. Економоцентровані концепції рекреалогії.
56. Натуроцентрована концепція рекреалогії.
57. Види рекреаційної діяльності.
58. Рекреаційні функції.
59. Рекреаційні заняття.
60. Характеристики рекреаційних занять.
61. Цикли рекреаційних занять.
62. Рекреаційні потреби.
63. Мотиви, що формують рекреаційну діяльність.
64. Рекреаційний попит.
65. Організація рекреаційних занять за сезонами року.
66. Рекреаційна система.
67. Просторові відношення між елементами рекреаційних систем.
68. Закономірність просторово–територіальної диференціації рекреаційних ресурсів.
69. Закономірність глобалізації рекреаційних процесів.
70. Закономірність диверсифікації рекреаційних послуг.
71. Закономірність перманентного зростання значення рекреації у житті суспільства.
72. Закономірність географічного (територіального) поділу праці в рекреації.
73. Закономірність просторово–територіальної спеціалізації рекреаційного господарства.
74. Закономірність просторово–територіальної комплексності в рекреації.
75. Закономірність геопросторової структурності рекреаційних систем.
76. Принцип відкритості державних кордонів для рекреантів.
77. Принцип випереджального розвитку рекреації і туризму.
78. Принцип відповідності між наявними рекреаційними ресурсами і рівнем розвитку та спеціалізацією рекреаційного господарства.

79. Принцип формування раціонального географічного поділу праці в галузі рекреації і туризму.
80. Принцип поглиблення спеціалізації ТРС.
81. Принцип комплексного освоєння рекреаційних ресурсів.
82. Принцип перманентної структуризації ТРС.
83. Функції рекреаційної системи.
84. Територіальний рекреаційний комплекс як основа функціонування рекреаційного господарства на певній території.
85. Компоненти рекреаційної системи.
86. Природні рекреаційні ресурси.
87. Кліматичні рекреаційні ресурси.
88. Природні мінеральні води: характеристика, фізико-хімічні властивості.
89. Лікувальні грязі: характеристика основних груп.
90. Основні види рекреаційної діяльності на територіях об'єктів ПЗФ.
91. Історико-культурні рекреаційні ресурси.
92. Класифікація засобів розміщення.
93. Класифікація готелів.
94. Інфраструктурні рекреаційні ресурси.
95. Методологія оцінки рекреаційних ресурсів.
96. Рекреаційне природокористування й охорона природи.

ПІСЛЯМОВА

Навчальний посібник являє собою короткий виклад теоретичних основ туризму та рекреації та складається з двох частин, які присвячено вивченню туризмознавства й рекреації відповідно. В посібнику розкриваються теми «Сутність, характеристика та основні категорії туризму», «Туристична індустрія та туристичні послуги», «Світова і національна туристична політика. Механізм регулювання туризму», «Порядок ліцензування туристичної діяльності та сертифікація туристичних послуг», «Теоретичні основи рекреації», «Рекреаційна діяльність», «Рекреаційна система як об'єкт вивчення рекреації», «Рекреаційні ресурси та рекреаційне природокористування», даються визначення основних понять і термінів, якими оперує туристична індустрія, пропонується концепція підготовки менеджерів з туризму та рекреації. Наприкінці кожного розділу подано завдання для самостійного контролю, за допомогою яких можна повторити та закріпити знання, набуті після ознайомлення з темою.

Запропоновано перелік питань до підсумкового контролю знань і спеціалізовану літературу для опрацювання матеріалів посібника та його практичного застосування. Навчальний посібник містить короткий словник туристичної термінології.

Навчальний посібник пропонується для здобувачів вищої освіти початкових курсів закладів вищої освіти, фахівців туристичної індустрії та широкого кола читачів, яких цікавлять проблеми розвитку туризму й рекреації.

СЛОВНИК ТУРИСТИЧНИХ ТЕРМІНІВ

Автосафарі-туризм – один з різновидів туризму, який має на меті відвідання важкодоступних та незаселених районів країн світу.

Агентський договір – вид договірних відносин у підприємницькій діяльності, згідно з яким одна сторона (агент) зобов'язується за винагороду здійснити за дорученням іншої сторони (принципала) юридичні та інші дії від свого імені, але за рахунок принципала: а) за угодою, укладеною агентом з третьою особою від імені і за рахунок принципала, набуває права і стає зобов'язаним агент, хоча принципал і був названий в угоді або вступив з третьою особою в безпосередні відносини щодо її виконання; б) за угодою, укладеною агентом з третьою особою від імені та за рахунок принципала, права та обов'язки виникають безпосередньо у принципала. У туристичній діяльності як принципал виступає туроператор, а як агент – турагент.

Агентські (конфіденційні) тарифи – ціни на готельні послуги, що пропонуються для реалізації турагенту і виражаються у вигляді процентних знижок від опублікованих тарифів.

Активний туризм – вид подорожі, пов'язаний з активними способами пересування маршрутом, використовуваний людиною в рекреаційних та спортивних цілях.

Активні туристи – різнорідна (гетерогенна) група, що об'єднує представників різних соціальних прошарків і характеризується середнім рівнем прибутків (технічні працівники, висококваліфіковані робітники, службовці та ін). Відрізняються збалансованістю особистих потреб і економічності.

Анімація – комплекс туроперейтинга з розробки й надання спеціальних програм проведення вільного часу – досить часто проявляється в організації розваг і спортивного проведення дозвілля (додаткових анімаційно-сервісних програм) готелями, ресторанами, компаніями з надання транспортних послуг: спортивні ігри, змагання, танцювальні вечірки, карнавали, хобі, заняття, які входять у сферу духовних інтересів.

Апарт-готель має номерний фонд від 100 до 400 кімнат з умовами, аналогічними до мебльованих кімнат, за цінами, що залежать від сезону та варіантів самообслуговування. Такі готелі орієнтовані в основному на бізнесменів і сімейних туристів, які приїжджають надовго.

Балунінг – катання туристів на повітряних кулях (теплових аеростатах, теплових повітряних кулях), прогулянка, подорож на них.

Бальнеологія – розділ культурології, що вивчає мінеральні води та їх лікувальні властивості

Бізнес-тур – тип подорожі, який необхідний діловим людям і, можливо, вимагає особливого сервісу, наприклад, кімнати для переговорів, послуг секретарів.

Блок-чартер – чартер, що обумовлює оренду певної частини транспортного засобу на один або декілька регулярних рейсів.

Ботель – готель на воді, який передбачає можливість використання різноманітних плавальних засобів для розміщення туристів.

Бунгало – будинок у вигляді легкої споруди з верандою.

В'їзний туризм – подорожі в межах країни осіб, які не проживають у ній постійно, з туристичними цілями без заняття оплачуваної діяльності з місцевого джерела.

Ваучер туристський – документ, виданий туристської або транспортною фірмою на підтвердження того, що турист оплатив конкретні види послуг: проживання в готелі, харчування, екскурсійне обслуговування, проїзд на транспорті і т.д., – що є підставою для отримання цього обслуговування. На підставі ваучера проводиться врегулювання взаєморозрахунків між приймаючої і спрямовуючої сторонами. Форма ваучера визначається зазначеними вище сторонами. Ваучер встановлює право туриста на послуги, що входять в турпакет, і підтверджує факт їх надання.

Внутрішній туризм – туризм всередині країни. Подорожі в межах України громадян, які постійно проживають в Україні. Особливістю внутрішнього туризму є тимчасовий виїзд громадян конкретної країни з постійного місця проживання для відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом та інших туристичних цілей. Здійснюється тільки в межах національних кордонів цієї країни. Використовується для визначення туризму резидентів в межах власної країни. У міжнародних розрахунках і статистиці внутрішній туризм може належати до визначення діяльності і витрати на туризм і нерезидентів в даній країні. Внутрішній туризм не є окремою сферою, а пов'язаний з усіма іншими секторами національного життя.

Гарантоване резервування – це бронювання зі спеціальним підтвердженням готелю про те, що він гарантує клієнту отримання замовленого ним номера.

Готелі в центрі міста – зазвичай, це висотні споруди із закритою стоянкою для автомобілів у самому готелі або поруч з ним.

Готелі на воді – плавальні засоби, які обладnano під готель для розміщення та відпочинку туристів на березі моря, річки або озера.

Готелі на околиці міст і в аеропортах – як правило, споруди мало- або середньоповерхові з відкритою стоянкою для автомобілів, закладами відпочинку та розваг, банкетними залами, залами для конференцій, нарад.

Готель – підприємство, потужність якого становить не менше 10 місць (номерів), яке гарантовано може забезпечити послуги розміщення й харчування (в обов'язі не менше сніданку) та надати інші послуги за заздалегідь обумовлену плату.

Готель високого класу має від 400 до 2000 номерів. Як правило, такий готель розміщується в межах ділового центру міста, пропонує широкий набір послуг, має висококваліфікований персонал, пропонує послуги за цінами вище середнього рівня і орієнтований на бізнесменів, індивідуальних туристів, учасників конференцій.

Готель економічного класу може мати номерний фонд від 10 до 150 кімнат, розміщується поблизу центра міста, має невеликий штат персоналу, пропонує невисокі ціни при сучасних, добре обладнаних кімнатах, але без послуг харчування.

Готель середнього рівня може мати різні розміри залежно від місцеположення, максимально використовує сучасні технології для зниження експлуатаційних витрат. Відповідно, ціни в таких готелях утримуються на середньому в регіоні рівні.

Готель типу кондомініум (тайм-шер). Його розмір може коливатися від 50 до 250 кімнат, можуть бути окремі споруди на 4-5 кімнат. Має номери типу квартири і спортивні споруди аналогічні курортним.

Готель-люкс – має від 100 до 400 номерів, розташовується, як правило, у центрі міста, характеризується високим рівнем обслуговування, кваліфікації персоналу, ціною, має вишукане оздоблення приміщень, розрахований на знавців, пропонує елітарні послуги для гостей, в основному керівників великих підприємств, професіоналів, учасників конференцій тощо.

Груповий туризм – вид туризму, при якому туристську подорож здійснюють групи людей (в тому числі і сім'ї) за індивідуальним планом або за планом туристичної фірми, що включає визначення районів відвідування, тривалість зупинок, умов ночівлі тощо.

Екскурсант – тимчасовий відвідувач, що перебуває в країні відвідування менше 24 годин; поняття Е. включає круїзних мандрівників, але виключає транзитних пасажирів.

Екскурсійний пункт – поселення з невеликим культурно-історичним потенціалом спеціалізованої тематики і мінімальним набором необхідних інфраструктурних об'єктів, що забезпечують надання спеціалізованих екскурсійних послуг.

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

Інтенсив-туризм – різновид ділового туризму, тобто туристичні поїздки (зазвичай групові), що надаються адміністрацією підприємств і установ своїм співробітникам на виключно пільгових умовах або безкоштовно як премії за високі виробничі показники.

Караванінг – поширений вид автомобільного туризму на каравані або автомобілі типу «будинок на колесах» зі спеціально обладнаним для житла кузовом або причепом.

Караванний туризм – вид автотуризму, при якому в якості засобу розміщення використовується самохідний або причеплюваний до автомобіля фургон (караван).

Кемпінги – табори для автотуристів, які служать для ночівлі або нетривалого відпочинку.

Кемпінги, туристські бази, хатини (хижі) – засоби розміщення, які розташовуються в мальовничих місцевостях відпочинку туристів і мають всі необхідні зручності.

Керівник організованої групи дітей – відповідальна особа, призначена організатором перевезення дітей для їх супроводження.

Керівник туристської групи – особа, що є представником суб'єкта туристичної діяльності і виступає від його імені.

Маркетинг – включає систему управління та організації діяльності підприємств, які надають окремі послуги (розміщення, харчування, організація дозвілля тощо) або їх комплекс щодо розробки нових, більш ефективних видів туристично-екскурсійних послуг, їх виробництва та збуту з метою отримання прибутку на основі підвищення якості продукту (послуг) і урахування процесів, які відбуваються на світовому туристичному ринку.

Маркетинг у туризмі – діяльність, спрямована на задоволення потреб різних категорій населення в тому чи іншому виді рекреаційно-туристських послуг, вивчення ринку останніх; фізичне переміщення товару та послуг від виробника (туроператор, турфірма тощо) до споживача (рекреант).

Маршрут замкнений – шлях прямування із транспортування туристів до місця призначення і назад тим самим видом транспорту.

Маршрут кільцевий – шлях подорожі, який починається і закінчується в тому самому географічному пункті перебування.

Маршрут лінійний – шлях прямування, початок і закінчення якого припадають на різні географічні пункти перебування.

Маршрут похідний – тур з обов'язковою участю в багато добових туристичних походах з різними активними способами пересування, тривалість яких становить не менше 25 % від тривалості турсу.

Маршрут радіальний – шлях прямування, під час якого турист перебуває на туристичній базі (готелі), реалізуючи програму походів та екскурсій з одного туристичного центру (базу).

Маршрут туристичний самодіяльний – шлях прямування групи туристів, мандрівників, який розробляється і організовується туристами самостійно. Туристи самі забезпечують його матеріальну базу, добровільно й самостійно здійснюють господарсько-побутове й туристичне обслуговування.

Маршрутизація – розробка та впровадження нового туристичного маршруту, що є складовою туристичного продукту, турсу та однією з важливих функціональних складових туроперейтингової діяльності.

Міжнародний туризм – подорожі за межами своєї рідної країни.

Міжнародний туристичний ваучер – унікальна система, яка вперше поєднала ваучер з офіційним платіжним документом у якості його інтегральної частини. Цей ваучер має такі переваги: гарантія отримання комісійних наперед; зменшення витрат при обміні валюти; скорочення паперової роботи та забезпечення бронювання навіть залізничних квитків.

Мотель, або готель, для туристів, які подорожують автомобілем, має розмір від 150 до 400 кімнат. Розташований, зазвичай, у приміській зоні, на автошляхах, при в'їзді в місто.

Організатор турсу – приватна особа (іноді турагент) або організація, які збирають групу туристів для участі в турі (часто цільового призначення), що пропонує будь-яка туристська фірма.

Організований туризм – подорож одного туриста чи групи туристів за точним маршрутом і регламентом, встановленим туристичною фірмою. При цьому туристи і туристська фірма пов'язані між собою взаємними вимогами і зобов'язаннями. Путівки на подібні тури реалізуються зазвичай на умовах попередньої оплати.

Пекідж-тур – будь-який тур (індивідуальний або груповий), що складається з деякого набору послуг (перевезення, розміщення, харчування, екскурсії тощо), загальна продажна вартість якого дорівнює сумі вартості його елементів.

Програма туристичної подорожі– план заходів із зазначенням днів (дат) і часу перебування в пунктах зупинки на маршруті в готелі, режиму харчування, порядку відвідування місць туристичного інтересу з метою їх огляду (екскурсії), проведення розважальних, спортивних заходів, який супроводжується характеристикою пересування на маршруті за допомогою вказаних у програмі внутрішньо маршрутних транспортних засобів.

Проїзний документ груповий – проїзний документ, оформлений для проїзду осіб, що прямують у складі організованої групи.

Проїзний документ дитячий – проїзний документ, оформлений для дитини з установленою законодавством знижкою.

Проїзний документ пільговий – проїзний документ, оформлений для особи, що має право на пільги з оплати вартості проїзду на підставі законодавства, та оформлений з відповідною знижкою вартості проїзду чи безплатно (безкоштовно).

Проїзний документ повний – проїзний документ, оформлений для проїзду дорослого пасажера за повну вартість відповідно до затверджених тарифів.

Регіональний аналіз туристичного ринку– економіко-географічний аналіз факторів регіонального розвитку, який використовується для пізнання закономірностей і особливостей розвитку туризму в конкретних районах.

Резервування місць – виділення на певний час місць на підставі разового замовлення або договору, за заявками юридичних та фізичних осіб з подальшим оформленням проїзних документів у спеціалізованій касі.

Рекреаційна діяльність – індивідуальна (сімейна) або колективна форма організації відпочинку, спрямована на відновлення фізичних та духовних сил.

Рекреаційно-туристське природокористування – цілісна система відносин людина (суспільство) – довкілля (природа), які складаються на певному етапі суспільного розвитку в процесі вивчення, освоєння, використання, перетворення, охорони та відтворення природно-ресурсного потенціалу території (акваторії, аероторії) задля задоволення індивідуальних і суспільних рекреаційних потреб.

Рекреаційно-туристський потенціал – сукупна продуктивність розвіданих природних ресурсів та культурних цінностей території, які можуть бути мобілізовані, використані з рекреаційною метою: з метою відпочинку, лікування, туризму.

Референс – це підтвердження Міністерством закордонних справ України, видане суб'єкту туристичної діяльності України, про те, що його закордонні партнери (за угодами) будуть мати візову підтримку консульських установ України за кордоном при їх зверненні щодо оформлення туристичних віз іноземцям для подорожі в Україну. Референс оформлюється в одному екземплярі терміном на 1 рік.

Родтелі – пересувні готелі, які являють собою вагон із одно- або двомісними кабінами, кожна з яких має санітарно-технічне обладнання, вентиляцію, персональне освітлення.

Ручна поклажа – особисті предмети або речі пасажирів, які перевозяться разом з ними.

Самодіяльний туризм – різновид туризму, в якому подорожігруп або окремихтуристів, що здійснюються не за планом, передбаченим туристичними організаціями і підприємствами.

Спелеотуризм – один з видів активного туризму, основним фактором розвитку якого є наявність спелеоресурсів (печери, лійки, підземні озера та інші карстові форми).

Суб'єкти туристичної діяльності – підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, фізичні особи, що зареєстровані у встановленому чинним Законодавством України порядком и мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних услуг.

Суперточка-тур–локальна (просторово обмежена) територія антропогенного («синтетичного») або природного походження, що являє собою унікальне поєднання природних компонентів (пейзажне різноманіття, атрактивність ландшафтів).

Транспорт – засіб пересування, за допомогою якого можна дістатися до туристичного центру.

Трансфер – будь-яке перевезення туриста всередині туристичного центру (доставка з вокзалу. Аеропорту або морського порту в готель і назад; з одного вокзалу, аеро- або морського порту на інший; з готелю в театр і назад тощо).

Тур – первинна одиниця туристичного продукту – продукт роботи туристичного підприємства на певному маршруті в конкретні терміни, який реалізується клієнту як єдине ціле.

Тур вихідного дня – невеликі за протяжністю (5-25 км) та незначні за складністю туристичні походи й екскурсії протягом вихідних днів кінця робочого тижня (свят), які покликані дати туристу або екскурсанту уявлення про туризм і екскурсії, навички, необхідні кожному для успішного просування й орієнтування на місцевості, про організацію відпочинку та харчування в похідних умовах.

Тур комбінований – тур, який поєднує в програмі обслуговування елементи тематичного, похідного й фізкультурно-оздоровчого маршрутів. Також – траса туристичної подорожі, яка містить у собі елементи лінійного, кільцевого й радіального маршрутів у тій чи іншій комбінації, або поєднання різних транспортних засобів, відмінної за окремими ділянками категорії надання транспортних послуг.

Тур річковий – рейси з використанням суден річкових пароплавств, які поділяються на підвиди: туристично-екскурсійні рейси (подорожі на орендованих річкових суднах тривалістю більше однієї доби) та екскурсійно-прогулянкові рейси (подорожі екскурсантів з метою ознайомлення з пам'ятками та місцями і тривалістю відпочинку не більше 24 год.).

Тур тематичний – тур з переважанням у програмі екскурсійного обслуговування, занять пізнавальної спрямованості (оглядові й тематичні екскурсії, відвідування музеїв, фольклорних свят, вивчення мови тощо).

Тур теплохідний – тур, організований на теплоході річкових і морських пароплавств, що поділяються на **морські та прогулянкові**.

Турагент – 1. Роздрібна туристична фірма, що займається реалізацією турів, які організуються оптовими туристичними фірмами, а також продажем споживачам окремих туристичних послуг (транспортних квитків, екскурсій тощо). 2. Співробітник туристичної фірми.

Турагентство – це фірма-посередник між туроператором і клієнтом.

Туризм – тимчасові виїзди громадян з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових, спортивних, релігійних та інших цілях без заняття оплачуваною діяльністю; подорож (поїздка, похід) у вільний час – один з видів активного відпочинку; тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю. Т. – найбільш ефективний засіб задоволення рекреаційних потреб.

Туризм дальній – поїздки, що вимагають витрати часу на проїзд до місця призначення літаком – більш ніж 4 год., автомобілем – 4 дні, теплоходом – 4-5 днів.

Туризм діловий – тимчасові відрядження зі службовою метою, включаючи участь у конференціях, конгресах тощо, без отримання прибутку в місці відрядження. Вид туризму, складовою якого є подорожі спеціалізованих груп однорідного професійного складу.

Туризм екологічний – складова рекреаційної діяльності, за якої негативний вплив на природне середовище та його компоненти є мінімальним. Т.е. передбачає гармонійне єднання людини, засобів рекреації, природного середовища та рекреаційної інфраструктури; виник наприкінці 80-х.

Туризм екскурсійний – подорожі тривалістю не більш 24 годин, як правило, без ночівлі.

Туризм заохочувальний – туристські поїздки (як правило, групові), що надаються адміністрацією підприємств та установ своїм співробітникам на пільгових умовах або безкоштовно як премії за високі виробничі показники.

Туризм кочовий – вид рекреаційної діяльності, що передбачає постійне пересування, зміну місця перебування.

Туризм круїзний – туристські поїздки з використанням транспортних засобів не тільки для перевезення, але й як засобу розміщення, харчування, розваг тощо.

Туризм соціальний – туризм, що субсидується коштами, виділеними на соціальні потреби.

Туризм стаціонарний – групові або індивідуальні поїздки без активного пересування за маршрутом та перебуванням в одному або двох місцях призначення з оздоровчими та пізнавальними цілями.

Турист – особа, яка здійснює подорож по Україні або в іншу країну з різними, що не заборонені законом країни перебування, цілями на термін від 24 годин до шести місяців без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування у зазначеній термін; мандрівник, який проживає в місці призначення не менше 24 годин, мета поїздки якого – відпочинок, бізнес, сім'я, певна місія, зустріч.

Туристична діяльність – діяльність з надання різноманітних туристичних послуг відповідно до вимог закону та інших актів законодавства України;

Туристична індустрія – сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінгі, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

Туристична компанія – підприємство, що здійснює збут туристичних послуг споживачам. Залежно від функцій, виконуваних туристичними фірмами, їх поділяють на турагентів і туроператорів.

Туристична путівка – документ, який підтверджує факт передання туристичного продукту. Туристична путівка є письмовим акцептом оферти туроператора чи турагента на продаж туристичного продукту.

Туристична фірма – підприємство, що здійснює збут туристичних послуг споживачам. Залежно від функцій, виконуваних туристичними фірмами, їх поділяють на турагентів і туроператорів.

Туристичне агентство – роздрібна туристична фірма, що займається реалізацією турів населенню, які організовуються гуртовими туристичними фірмами, а також продажем споживачам окремих туристичних послуг (транспортних квитків, екскурсій і т.п.).

Туристичний бізнес– вид підприємницької діяльності з виробництва послуг та товарів туристичного призначення, які реалізуються на туристичному ринку з метою отримання прибутку.

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

Туристичний комплекс – замкнута мережа споруд, що призначається для обслуговування туристів і складається з бази для ночівлі (готелі, мотелі тощо), харчування (ресторани, кафе, бари тощо), супутніх послуг (обладнані пляжі, оглядові та спортмайданчики, стадіони, басейни, кабаре.

Туристичний маршрут– це завчасно спланована траса послідовного пересування туристів між географічними пунктами, які відвідуються протягом певного періоду з метою отримання послуг, як передбачених програмою обслуговування, так і додаткових: розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, спортивні, видовищні, соціальні заходи тощо.

Туристичний об'єкт – місце, що приваблює туристів завдяки своїм природним і штучно створеним рисам (природа, художні та археологічні цінності, кліматичні умови тощо)

Туристичний пакет – це основний (обов'язковий) комплекс послуг, що надаються під час подорожі за індивідуальним або груповим планом, який має серійний характер, пропонується в широкий продаж. Туристичний пакет включає чотири обов'язкових елементи: *туристичний центр, транспорт, послуги розміщення, трансфер.*

Туристичний продукт – сукупність речових (предмети споживання), неречових (послуги) споживчих вартостей, необхідних для повного задоволення потреб туристів, що виникають під час їхньої подорожі. Турпродукт складається із трьох елементів: *тур, додаткові туристсько-екскурсійні послуги, товари.*

Туристичний пункт – одиничний туристичний об'єкт, первинна ланка туристичного районування, функціонування якого базується на використанні природного (соціального) рекреаційного потенціалу місцевості (турбаза, кемпінг, мотель, туристський поїзд тощо).

Туристичний регіон – (в територіальному аспекті): 1. Місцевий ринок туристичних послуг у будь-якому пункті. 2. Районний ринок туристичних послуг у межах територіальної одиниці країни. 3. Єдиний національний ринок туристичних послуг на території всієї країни

Туристичний ринок – це система відносин, сформована попитом (турист) і пропозицією (індустрія туризму) щодо формування та споживання туристичного продукту.

Туристичний центр – район локалізації турпослуг. Це місце відпочинку туриста, яке містить у собі всі рекреаційні можливості: природні, культурно-історичні, екологічні, етнічні, соціально-демографічні, інфраструктурні.

Туристичні агенції – невеликі, переважно спеціалізовані підприємства, які підвладні сезонним коливанням попиту.

Туристичні перевезення – перевезення пасажирів заздалегідь визначеними маршрутами з туристичною метою (п.14 Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 18.02.1997 № 176).

Туристичні послуги – послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів.

Туристичні ресурси – сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різноманітні потреби туриста.

Туроператор – оптова туристична фірма, що займається розробкою турів, розрахованих на масовий споживчий попит, їх рекламою і збутом через мережу роздрібних турагентів; туристична установа, що займається організацією внутрішніх та міжнародних туристських подорожей з різноманітним асортиментом послуг.

Туроператорська діяльність – діяльність з формування, просування та реалізації туристичного продукту, яка здійснюється на основі ліцензії юридичною особою або індивідуальним підприємцем.

Туроперейтинг – діяльність туроператора з комплектації послуг, які ним самим не виробляються (послуг готелів, транспортних компаній, дозвільно-розважальних закладів) у туристичний пакет, тур, тур продукт.

Турпакет – туристичний план (маршрут), що охоплює основні елементи відпочинку: транспорт, розміщення, екскурсії та ін. послуги.

Флотель – «курорт на воді»: туристам надається широкий асортимент послуг для відпочинку на воді: водні лижі, мотоцикли, катамарани тощо.

Ціна – міра та регулятор динамічної рівноваги між попитом і пропозицією на туристичному ринку.

Чартер – договір між власником транспортного засобу (теплохода, літака, автобуса тощо) та фрахтувальником (наймачем) на оренду всього транспортного засобу або його частини на певний рейс або термін.

Чартерний рейс – рейс, замовлений ексклюзивно для спеціальної групи людей, які належать одній організації або їх переліт організовується від одного імені (наприклад, туроператором). Чартерні рейси зазвичай набагато дешевше, ніж регулярні рейси авіаліній за розкладом. Ці рейси можуть здійснюватися додатковими літаками або літаками, що виконують регулярні рейси.

Шале – являє собою сільський дім у гірській місцевості.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна:

1. Джинджоян В.В., Горожанкіна Н.А., Бойко З.В. Основи туризмознавства : навчальний посібник. Київ: Видавець ФО-П Піча Ю.В., 2022. 246 с.
2. ДСТУ «Системи управління якістю. Основні положення та словник» / ISO 9000/2000, ІДТ / К.: Держстандарт України, 2001. 40 с.
3. Кляп М. П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2011.334 с.
4. Любіцева О. О., Бабрицька В. К. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник. К. Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. 335 с.
5. Любчук О. К. Організація туризму. Основи туризмознавства: навч. посібник. Маріуполь : ГВУЗ «ПДТУ», 2018. 154 с.
6. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
7. Мальська, М.П., Гамкало М.З., Бордун О.Ю. Туристичне країнознавство. Європа: навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2009. 224 с.
8. Михайліченко Г.І. Основи туризмознавства: Опорний конспект лекцій. К.: КНТЕУ, 2003. 99 с.
9. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей: навч. посіб. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. 156 с.
10. Організація туризму: підручник / Л. М. Алексеєнко, Т. І. Божук, В. Я. Брич [та ін.]; за заг. ред. В. Я. Брича. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 448 с.
11. Основи туризмознавства: навчальний посібник / Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад.: О. В. Литвин, М. Г. Акулов. Умань : Візаві, 2019. 169 с.
12. Про Національну раду з туризму. Постанова Кабінету Міністрів України від 13 березня 1996 р. № 322.
13. Про ратифікацію Кіотського протоколу до Рамкової Конвенції Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату. Закон України від 04.02.2004 р. №1430-IV.
14. Про утворення Наукового центру розвитку туризму. Постанова Кабінету Міністрів України від 17 серпня 2002 р. № 1132.
15. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: підручник. К.: Грамота, 2006. 264 с.
16. Торяник В.М., Джинджоян В.В. Безпека туризму: навч. посіб. Д. : ДГУ, 2018. 284 с.

17. Торяник В.М., Джинджоян В.В. Механізм державного управління туристичною галуззю в Україні (ліцензування, сертифікація, стандартизація). Словник-довідник: навч. посіб. Д. : ВНПЗ «ДГУ», 2020. 182 с.
18. Торяник В.М., Джинджоян В.В. Піхун Н.А. Реклама та PR у сфері туризму: підручник. Д. : ДГУ, 2018. 320 с.
19. Торяник В.М., Сардак С.Е., Джинджоян В.В. Туризмологія: підручник. Д. : ДГУ, 2022. 306 с.
20. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку. – Тернопіль, "Терно-граф". 2008 976 с.
21. Устименко Л. М. Основи туризмознавства: навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. К. Альтерпрес, 2011. 345 с.
22. Устименко Л. М., Булгакова Н. В. Основи туризмознавства: практикум. Київ : Видавництво Ліра-К, 2018. 80 с.
23. Холловой Дж. К., Тейлор Н. Туристический бизнес: пер. с 7-го англ. изд. К.: Знання, 2007. 798 с.

Допоміжна:

1. Бойко З.В., Горб К.М., Горожанкіна Н.А. Танцювальні фестивалі України як складова фестивального туризму. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Серія: географія. Тернопіль: СМП «Тайп». №1 (46). 2019. С. 129-133.
2. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А. Івент-туризм як фактор формування туристського іміджу території у регіональному аспекті. Існуюча практика та новітні тенденції в управлінні суб'єктами господарювання різних організаційно-правових форм: монографія / за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріна. Дніпро, 2020. С. 495-515/
3. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А. Основи туризмознавства як теоретичне вивчення сутності туризму. Сучасні реалії фінансово-економічного розвитку регіонів, галузей, підприємств, бізнесу: монографія /за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2020. С.410-425
4. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А. Розвиток спеціалізованого туризму в Україні як одне з практичних питань організації туризму (на прикладі кінного туризму). *Сучасні процеси трансформації у бізнесі та виробництві: теорія, методологія, практика (фінансовий сектор, аграрна галузь та сфера послуг): монографія/за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної*. Дніпро: Журфонд. 2019. С. 504-519.
5. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А., Горб К.М. Methods of tourist resources evaluation as a component of tourism organization. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені*

Володимира Гнатюка. Серія: географія. Тернопіль: СМП «Тайп». №1 (випуск 48), 2020.С. 70-76

6. Гаагская декларация по туризму. Конкретные выводы и рекомендации. Приложение к Гаагской декларации по туризму от 14 апреля 1989 г. *Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Зб. нормат. актів* / За ред. В.К. Федорченка. К.: Юрінком Інтер, 2002. 640 с.

7. Джинджоян В.В. Базисні детермінанти розвитку туристичних підприємств на основі їх соціальної діяльності: монографія. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2020. 248 с.

8. Джинджоян В.В. Новітні методи китайського освітнього менеджменту з підготовки фахівців для туристичного бізнесу. *Туристичний бренд як фактор формування позитивного іміджу України на світовому ринку* : Зб. матер. II Всеукр. наук.-практ. інтернет конф. (Львів, 20 лютого 2020 р.). Львівський інститут економіки і туризму. Львів: ЛІЕТ, 2020. С. 201-203.

9. Джинджоян В.В. Реалізація туристичних програм в сфері освіти, медицини, природо охорони. *Економіка і держава*. 2020. № 1. С. 50-53.

10. Джинджоян В.В., Ємельянова М.О., Штонда Г.А. Стратегічне управління розвитком туризму. *Право і суспільство*. 2018. №6-1. С. 132-137

11. Джинджоян В.В., Зубко О.Є., Матвейчук В.К. Особливості розвитку туризму в Україні. *Актуальні проблеми та перспективи сталого розвитку підприємств та регіонів України* : зб. наук. праць Всеукр. наук.-практ. конф., 12 трав.. 2016 р. Дніпропетровськ: Ліра, 2016. С. 46-48.

12. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / Укл.: В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух. К.: Вид. Дім «Слово», 2006. 372 с.

13. Інформаційні інтернет-ресурси галузей туризму та готельно-ресторанного господарства : інформ.-довід. вид. / [уклад. : Пітин М. П., Антал Л. В.]. Львів : 2009. 52 с.

14. Методичні рекомендації для семінарських (практичних) занять та самостійної роботи студентів з дисципліни «Основи туризмознавства» підготовки фахівців ступеня вищої освіти «бакалавр» спеціальність 242 «Туризм». Укл. Бойко З.В., Язіна В.А. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2020. 37 с.

15. Петрова К.В., Джинджоян В.В., Сардак С.Е. Особливості екскурсійного обслуговування іноземних туристів. *Економічний простір. Збірник наукових праць*. Дніпро: ПДАБА. 2017. №126. С. 71-81.

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

17. Федорченко В.К., Дворова Т.А. Історія туризму в Україні: навч. посіб. К.: Вища шк., 2002. 195 с.: іл.

18. Федорченко В.К., Пазенок В.С. Філософія туризму: навч. посіб. К.: Кондор, 2004. 298 с.

Інформаційні ресурси мережі Internet:

1. Глобальный этический кодекс туризма ВТО.URL: http://www.world-ecotourism.org/ruso/declarations/dec_quebec.htm

2. Квебекская декларация по экологическому туризму 22 мая 2002 г. URL: http://www.world-ecotourism.org/ruso/global_globalcodeethicscode documents

3. Офіційний сайт Міністерства культури і туризму України.URL: www.mincult.gov.ua

4. Офіційний сайт Державного Комітету статистики України.URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

5. Офіційний сайт Конференції ООН з торгівлі і розвитку ЮНКТАД.URL: <http://www.unctad.org>

6. Офіційний сайт Організації економічного співробітництва і розвитку.URL: <http://www.oecd.org/>

7. Офіційний сайт Світового економічного форуму.URL: <http://www.weforum.org/>

8. Офіційний сайт Світової Організації торгівлі.URL: <http://www.wto.org>

9. Офіційний статистичний сайт Євросоюзу.URL: <http://www.europa.eu.int/comm/eurostat>

10. Положення про Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1162-2019-%D0%BF#n11>

Платформи для самоосвіти:

1. Громадський проект масових відкритих онлайн-курсів «PROMETEUS»

2. ВУМ – відкритий університет майдану

3. Динамічне навчальне середовище MOODLE

4. Студія онлайн-освіти EDERA

ДОДАТКИ

ЗАКОН УКРАЇНИ ПРО ТУРИЗМ

(поточна редакція від 15.11.2024)

Цей Закон визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України.

Розділ I. Загальні положення

Стаття 1. Визначення термінів

У цьому Законі наведені нижче терміни вживаються в такому значенні:

туризм – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає;

турист – особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін;

туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо);

супутні туристичні послуги та товари – послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротяться без їх реалізації туристам;

характерні туристичні послуги та товари – послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких суттєво скоротяться без їх реалізації туристам;

просування туристичного продукту – комплекс заходів, спрямованих на створення та підготовку дореалізації туристичного продукту чи туристичних послуг (організація рекламно-ознайомлювальних подорожей, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів тощо);

місце продажу (реалізації) туристичних послуг– країна, в якій зареєстровано відповідний суб'єкт господарювання, що реалізує туристичний продукт;

місце надання туристичних послуг – країна, на території якої безпосередньо надаються туристичні послуги; готель – підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням. Порядок встановлення категорій готелям визначається Кабінетом Міністрів України;

готельна послуга– дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу відповідно до категорії готелю;

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

Стаття 2. Законодавство України про туризм

Законодавство України про туризм складається з Конституції України, цього Закону, інших нормативно-правових актів, виданих відповідно до них.

Майнові відносини в галузі туризму, засновані на рівності, автономії волі і майновій самостійності їх учасників, регулюються Цивільним та Господарським кодексами України з урахуванням особливостей, встановлених цим Законом.

Якщо міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, передбачені інші правила, ніж ті, що встановлені цим Законом, застосовуються правила міжнародного договору.

Стаття 3. Туристичні ресурси України

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

Напрями освоєння і розвитку туристичних ресурсів України визначаються органами державної влади, органами місцевого самоврядування відповідно до програм розвитку туризму.

Класифікація та оцінка туристичних ресурсів України, режим їх охорони, порядок використання з обліком гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля, порядок збереження цілісності туристичних ресурсів України, заходи для їх відновлення визначаються відповідно до закону.

Унікальні туристичні ресурси можуть знаходитися на особливому режимі охорони, що обмежує доступ до них. Обмеження доступу до туристичних

ресурсів визначається їх реальною пропускнуою спроможністю, рівнем припустимого антропогенного навантаження, сезонними та іншими умовами.

Під час містобудівного планування, проектування, розміщення, будівництва і реконструкції об'єктів містобудування на територіях рекреаційних зон відповідні органи виконавчої влади, власники об'єктів містобудування повинні передбачати максимальну інтеграцію споруджуваних об'єктів до місцевого соціально-економічного, природного та історико-культурного середовища.

Стаття 4. Організаційні форми та види туризму

Організаційними формами туризму є міжнародний і внутрішній туризм.

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

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

Залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі види туризму:

дитячий; молодіжний; сімейний;

для осіб похилого віку; для інвалідів; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний;

релігійний; екологічний (зелений); сільський;

підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний тощо.

Особливості здійснення окремих видів туризму встановлюються законом.

Стаття 5. Учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності

Учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг, а також громадяни України, іноземці та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

Суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність (далі – суб'єкти туристичної діяльності), є:

туристичні оператори (далі – **туроператори**) –

юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із

надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на тулоператорську діяльність;

туристичні агенти (далі – турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту тулоператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг;

інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;

гiди-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;

фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

Перелік посад фахівців туристичного супроводу та кваліфікаційні вимоги до них визначаються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, за погодженням із центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері трудових відносин.

Розділ II. Державна політика та державне регулювання в галузі туризму

Стаття 6. Основні способи та цілі державного регулювання в галузі туризму. Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму

Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності.

Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:

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

визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони; спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;

визначення основ безпеки туризму;

нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);

ліцензування в галузі туризму, стандартизації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу;

встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;

організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;

визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму; участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму.

Державне регулювання в галузі туризму здійснюється іншими способами, визначеними законом. Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є:

забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпеку для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

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

Основними пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму є:

удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;

забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць; розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму;

розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку; створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;

забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб.

Стаття 7. Органи, що здійснюють регулювання в галузі туризму

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.

Стаття 8. Повноваження Верховної Ради України, Верховної Ради Автономної Республіки Крим та органів місцевого самоврядування в галузі туризму

До виключних повноважень Верховної Ради України в галузі туризму належать: визначення основних напрямів державної політики в галузі туризму;

визначення правових засад регулювання відносин у галузі туризму, їх удосконалення та адаптація із загальновизнаними нормами міжнародного права;

визначення в законі про Державний бюджет України обсягу фінансового забезпечення туристичної галузі. Верховна Рада України відповідно до Конституції України може брати до свого розгляду й інші питання, що стосуються туризму.

Верховна Рада Автономної Республіки Крим, обласні і районні ради відповідно до їх повноважень: затверджують регіональні програми розвитку туризму, що фінансуються з бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів;

визначають кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів для фінансового забезпечення регіональних програм розвитку туризму;

контролюють фінансування регіональних програм розвитку туризму за кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів.

Верховна Рада Автономної Республіки Крим відповідно до Конституції та законів України здійснює інше нормативне регулювання з питань туризму, історико-культурних заповідників, музеїв, інших закладів культури, вирішує питання щодо організації і розвитку курортно-рекреаційної сфери і туризму тощо.

Представницькі органи місцевого самоврядування – сільські, селищні, міські ради відповідно до їх повноважень:

затверджують місцеві програми розвитку туризму;

визначають кошти місцевих бюджетів для фінансового забезпечення місцевих програм розвитку туризму; доручають своїм виконавчим органам фінансування місцевих програм розвитку туризму за рахунок коштів місцевого бюджету;

живають заходів для стимулювання суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність з надання туристичних послуг.

Стаття 9. Повноваження Кабінету Міністрів України в галузі туризму

Кабінет Міністрів України відповідно до Конституції та законів України:

здійснює державне управління та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму;

розробляє та затверджує програми розвитку туризму в Україні і фінансує їх виконання відповідно до бюджетного законодавства;

приймає нормативно-правові акти, що регулюють відносини в галузі туристичної діяльності; забезпечує раціональне використання туристичних

ресурсів і вжиття заходів для їх збереження; сприяє розвитку туристичної індустрії та створенню ефективної туристичної інфраструктури; вживає заходів щодо забезпечення безпеки туристів, захисту їх прав, інтересів і власності;

організовує та забезпечує реалізацію державної інвестиційної політики в галузі туристичної діяльності;

готує та подає на розгляд Верховної Ради України як складову частину проекту закону про Державний бюджет України на відповідний рік пропозиції щодо обсягів бюджетних коштів для фінансової підтримки проектів і програм з розвитку туризму;

інформує Верховну Раду України про виконання програми розвитку туризму в Україні; визначає порядок організації рятувальних команд і порядок вжиття рятувальних заходів; створює державну систему наукового забезпечення в галузі туристичної діяльності; здійснює міжнародне співробітництво в галузі туризму;

вирішує інші питання, віднесені Конституцією та законами України до його повноважень.

Стаття 10. Повноваження центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів

1. Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів:

організує та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму, виконання цього Закону та інших нормативно-правових актів;

бере участь у підготовці проектів нормативно-правових актів у галузі туризму, у межах своєї компетенції розробляє і затверджує нормативно-правові акти, узагальнює практику застосування законодавства в галузі туризму, курортно-рекреаційної сфери, вносить пропозиції щодо його удосконалення;

забезпечує реалізацію програм розвитку туризму в Україні;

організує облік туристичних ресурсів України, забезпечує їх раціональне використання та охорону;

організує здійснення контролю за якістю наданих туристичних послуг;

реалізує державну інвестиційну політику в галузі туризму та курортно-рекреаційній сфері;

бере участь у розробці програм облаштування транспортних магістралей об'єктами туристичної інфраструктури;

бере участь у підготовці, перепідготовці та підвищенні кваліфікації кадрів, визначенні пріоритетних напрямів наукових досліджень у галузі туризму та проведенні науково-дослідних робіт у цій галузі;

проводить дослідження туристичного ринку, готує і поширює інформацію про Україну і її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави;

у межах своєї компетенції розробляє, укладає і виконує міжнародні договори в галузі туристичної діяльності, представляє країну у міжнародних туристських організаціях і на міжнародних заходах щодо туризму; вживає

заходів щодо розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;

сприяє координації діяльності органів виконавчої влади, суб'єктів підприємницької діяльності, їх об'єднань, що здійснюють діяльність у галузі туризму;

надає суб'єктам туристичної діяльності методичну, консультативну та іншу допомогу;

пропонує для спільного використання юридичними особами та громадянами-підприємцями, які надають туристичні послуги, знаки для товарів і послуг;

поширює соціальну рекламу в галузі туризму;

для забезпечення реалізації своїх повноважень, узгодження та врахування інтересів суб'єктів туристичної діяльності утворює координаційно-дорадчий орган.

2. Інші центральні органи виконавчої влади в межах своїх повноважень: забезпечують реалізацію державної політики в галузі туризму;

здійснюють підготовку пропозицій щодо реалізації державної політики в галузі туризму;

беруть участь у створенні організаційно-правових та економічних механізмів реалізації державної політики в галузі туризму,

Стаття 11. Повноваження Ради міністрів Автономної Республіки Крим, місцевих державних адміністрацій, виконавчих органів місцевого самоврядування в галузі туризму

1. Рада міністрів Автономної Республіки Крим, місцеві державні адміністрації в межах своїх повноважень: здійснюють виконавчі та організаційно-розпорядчі функції щодо організації і розвитку курортно-рекреаційної сфери і туризму;

розробляють проекти регіональних програм розвитку туризму і подають їх для затвердження відповідно Верховній Раді Автономної Республіки Крим, обласним і районним радам;

вживають заходів щодо виконання регіональних програм розвитку туризму;

сприяють туристичній діяльності у своєму регіоні і створенню сучасної туристичної інфраструктури; розробляють і впроваджують заходи для захисту місцевих туристичних ресурсів;

аналізують ринок туристичних послуг у межах адміністративно-територіальних одиниць, представляють центральному органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, необхідні відомості про розвиток туризму в адміністративно-територіальних одиницях; здійснюють соціальну рекламу туристичних ресурсів, утворюють відповідні інформаційні центри;

сприяють дитячому та молодіжному туризму;

беруть участь у підготовці, перепідготовці і підвищенні кваліфікації кадрів у галузі туристичної діяльності, що фінансуються за рахунок коштів місцевого бюджету;

надають суб'єктам туристичної діяльності методичну і консультативну допомогу щодо організації їх діяльності;

залучають підприємства, установи і організації, розташовані на підпорядкованій їм території, до розв'язання проблем розвитку туризму в регіонах;

подають центральному органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, пропозиції стосовно включення заходів з регіональних програм розвитку туризму до відповідних програм;

вносять у встановленому порядку до центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, пропозиції про анулювання відповідної ліцензії; здійснюють іншу діяльність у галузі туризму відповідно до законодавства.

2. Виконавчі органи місцевого самоврядування в межах їх повноважень:

розробляють проекти місцевих програм розвитку туризму і подають їх для затвердження відповідним місцевим радам;

живають заходів щодо виконання місцевих програм розвитку туризму;

залучають на договірних засадах підприємства, установи і організації, розташовані на відповідній території, до розв'язання проблем розвитку місцевого туризму та підтримки туристичних ресурсів;

організують проведення інвентаризації туристичних ресурсів місцевого значення; сприяють охороні і збереженню туристичних ресурсів;

залучають місцеве населення до туристичної діяльності, створюючи нові робочі місця; сприяють розвитку на відповідній території різних видів туризму.

Стаття 12. Програми розвитку туризму в Україні

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.

Програми розвитку туризму затверджуються з метою реалізації довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму і становлять комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян, розвиток туристичної галузі.

Державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму повинні передбачати заходи щодо забезпечення безпеки в галузі туризму.

Порядок формування, фінансування і реалізації регіональних та місцевих програм розвитку туризму визначається законом.

Розділ III. Безпека туризму

Стаття 13. Безпека в галузі туризму

Безпека в галузі туризму – сукупність факторів, що характеризують соціальний, економічний, правовий та інший стан забезпечення прав і законних інтересів громадян, юридичних осіб та держави в галузі туризму. Органи державної влади та органи місцевого самоврядування, їх посадові особи в межах своїх повноважень вживають заходів, спрямованих на:

забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на безпечне для життя і здоров'я довкілля при здійсненні туристичних подорожей, захист громадян України за її межами;

забезпечення особистої безпеки туристів, збереженість їх майна, незавдання шкоди довкіллю; інформування суб'єктів туристичної діяльності про загрозу безпеці туристів у країні (місці) тимчасового перебування;

надання необхідної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації;

забезпечення туристам (екскурснтам) можливості безперешкодного одержання медичної, правової та інших видів невідкладної допомоги, доступу до засобів зв'язку;

заборонення використання туризму з метою незаконної міграції, сексуальної, трудової та інших видів експлуатації громадян;

охорону туристичних ресурсів України, встановлення гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;

забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій тощо.

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.

Особи, які організують експлуатацію туристичних ресурсів, зобов'язані забезпечувати виконання вимог щодо охорони довкілля та охорони культурної спадщини, а також вживати заходів щодо забезпечення мінімізації або припинення шкідливого впливу на довкілля і соціально-культурне середовище та компенсувати завдані їм при цьому збитки.

Надання необхідної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації в межах території України, здійснюється спеціалізованими державними, комунальними та приватними службами, а також рятувальними командами, що утворюються відповідно до законодавства.

Організація рятувальних команд і порядок здійснення рятувальних заходів визначаються Кабінетом Міністрів України.

Держава забезпечує захист законних прав та інтересів іноземних туристів відповідно до законодавства та міжнародних договорів України.

Стаття 14. Захист інтересів українських туристів за межами України

Держава гарантує захист законних прав та інтересів громадян України, які здійснюють туристичні подорожі за кордон.

У разі виникнення надзвичайних ситуацій держава вживає заходів щодо захисту інтересів українських туристів за межами України, у тому числі заходів для їх евакуації з країни тимчасового перебування.

Стаття 15. Фінансове забезпечення відповідальності туроператора та турагента

Метою забезпечення прав та законних інтересів громадян – споживачів туристичних послуг туроператор та турагент зобов'язані здійснити фінансове забезпечення своєї цивільної відповідальності (гарантією банку або іншої кредитної установи) перед туристами.

Туроператор для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, які пов'язані з необхідністю покриття витрат туриста з його повернення в місце проживання (перебування), відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом, в установленому порядку.

Турагент для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, та які пов'язані з необхідністю відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом, в установленому порядку.

Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму, еквівалентну не менше ніж 20000 євро. Розмір фінансового забезпечення туроператора, який надає послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму, має становити суму, еквівалентну не менше ніж 10000 євро. Мінімальний розмір фінансового забезпечення турагента має становити суму, еквівалентну не менше ніж 2000 євро.

Будь-які суми, надання яких гарантується фінансовим забезпеченням цивільної відповідальності туроператора, використовуються виключно для задоволення вимог, що висуваються на підставі та за наявності обставин, зазначених у цій статті.

Відшкодування збитків, заподіяних туристу в разі виникнення обставин неплатоспроможності туроператора (турагента) чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, здійснюється відповідною кредитною установою на підставі заяви туриста, договору на туристичне обслуговування (ваучера) та документів, що підтверджують невиконання туроператором (турагентом) договірних зобов'язань.

Стаття 16. Страхування туристів при здійсненні туристичних поїздок

Страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) є обов'язковим і забезпечується суб'єктами туристичної діяльності на основі угод із страховиками. Туристи вправі самостійно укладати договори на таке страхування. У цьому випадку вони зобов'язані завчасно підтвердити туроператору чи турагенту наявність належним чином укладеного договору страхування.

Договором страхування повинні передбачатися надання медичної допомоги туристам і відшкодування їх витрат при настанні страхового випадку безпосередньо в країні (місці) тимчасового перебування. Інформація про умови обов'язкового страхування має бути доведена до відома туриста до укладення договору на туристичне обслуговування.

Обов'язкове (медичне та від нещасного випадку) страхування здійснюється один раз на весь період туристичної подорожі.

За вимогою туриста туроператор чи турагент забезпечують страхування інших ризиків, пов'язаних із здійсненням подорожі.

За бажанням туриста з ним може бути укладено угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з анулюванням договору на туристичне обслуговування з ініціативи туриста, або угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з передчасним поверненням до місця проживання при настанні нещасного випадку або хвороби.

Компенсація шкоди, заподіяної життю чи здоров'ю туриста або його майну, проводиться у встановленому порядку.

Розділ IV. Організація туристичної діяльності

Стаття 17. Ліцензування туристичної діяльності

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

Суб'єкт підприємницької діяльності, який отримав ліцензію на туроператорську діяльність, має виключне право на надання послуг з оформлення документів для виїзду за межі України. Туроператор може здійснювати також і турагентську діяльність.

Загальний розмір частки туроператора в статутних фондах інших туроператорів України не може перевищувати 20 відсотків їх статутних фондів.

Суб'єкт господарювання не має права у своїй назві використовувати слово «туроператор» без отримання ним ліцензії на здійснення туроператорської діяльності.

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

Стаття 18. Стандартизація у сфері туристичної діяльності

Державна система стандартизації у сфері туристичної діяльності спрямована на:

захист інтересів споживачів і держави з питань безпеки туризму, життя і здоров'я громадян, охорони майна та довкілля;

класифікацію туристичних ресурсів України, забезпечення їх охорони, встановлення гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;

підвищення якості товарів, робіт, послуг відповідно до потреб споживачів;

забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій;

взаємозамінність та сумісність товарів, робіт, послуг, їх уніфікацію;

створення нормативної бази функціонування систем стандартизації і сертифікації товарів, робіт, послуг. Частину другу статті 18 виключено.

Частину третю статті 18 виключено. Частину четверту статті 18 виключено.

Стаття 19. Встановлення категорій об'єктів туристичної інфраструктури

З метою підвищення рівня туристичного обслуговування, сприяння споживачам у свідомому виборі туристичних послуг, забезпечення рівних

можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг, забезпечення захисту прав і законних інтересів, життя, здоров'я та майна громадян, підвищення рівня екологічної безпеки об'єктам туристичної інфраструктури присвоюються категорії якості та рівня обслуговування.

Встановлення об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо) відповідної категорії здійснюється за заявою його власника.

Види категорій об'єктів туристичної інфраструктури, порядок їх встановлення та зміни, а також порядок доведення до споживачів інформації про вид об'єкта туристичної інфраструктури та про вид його категорії визначаються Кабінетом Міністрів України.

Встановлення категорії об'єктів туристичної інфраструктури (готелів, інших об'єктів, призначених для надання послуг з розміщення, закладів харчування, курортних закладів тощо) здійснюється центральним органом виконавчої влади, що забезпечує реалізацію державної політики у сфері туризму та курортів, а об'єктів туристичної інфраструктури, розташованих на території Автономної Республіки Крим, — органом виконавчої влади Автономної Республіки Крим з питань туризму.

Забороняється надавати послуги з розміщення без наявності свідоцтва про встановлення відповідної категорії.

Стаття 19-1. Інформування споживачів про умови надання туристичних послуг

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

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

- 1) місце надання туристичних послуг, програму туристичного обслуговування;
- 2) характеристику транспортних засобів, що здійснюють перевезення, зокрема їх вид і категорію;
- 3) характеристику готелів та інших об'єктів, призначених для надання послуг з тимчасового розміщення, у тому числі місце їх розташування, категорію, строки і порядок оплати готельного обслуговування;
- 4) види і способи забезпечення харчування під час туристичної подорожі;
- 5) мінімальну кількість туристів у групі, а також інформування туриста про те, що туристична подорож не відбудеться через недобір групи, не пізніше ніж за три дні до початку туристичної подорожі;
- 6) ціну туристичних послуг.

Туроператор (турагент) зобов'язаний додержуватися умов надання комплексу туристичних послуг, про які був поінформований споживач до укладення договору на туристичне обслуговування, крім випадків, коли про зміну таких умов повідомлено споживача до укладення договору або якщо зміни внесені на підставі угоди, укладеної між сторонами договору.

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

1) основні вимоги до оформлення в'їзних/виїзних документів (паспорт, дозвіл (віза) на в'їзд/виїзд до країни тимчасового перебування), у тому числі строк їх оформлення;

2) медичні застереження стосовно здійснення туристичної подорожі, зокрема протипоказання через певні захворювання, особливості фізичного стану (фізичні недоліки) і вік туристів, а також умови безпеки туристів у країні (місці) тимчасового перебування;

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

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

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

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

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

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

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

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

Стаття 20. Договір на туристичне обслуговування

За договором на туристичне обслуговування одна сторона (туроператор, який укладає договір безпосередньо або через турагента) зобов'язується надати

за замовленням іншої сторони (туриста) комплекс туристичних послуг (туристичний продукт), а турист зобов'язується оплатити його.

До договору на туристичне обслуговування застосовуються загальні положення договору про надання послуг, якщо інше не передбачено законом.

Договір на туристичне обслуговування укладається в письмовій чи електронній формі відповідно до закону. У договорі на туристичне обслуговування зазначаються істотні умови договору:

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

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

3) готелі та інші аналогічні засоби розміщення, їх місце розташування, категорія, а також строк і порядок оплати готельного обслуговування;

4) види і способи забезпечення харчування;

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

6) програма туристичного обслуговування;

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

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

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

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

11) вартість туристичного обслуговування і порядок оплати;

12) форма розрахунку.

Зміна ціни туристичного продукту після укладення договору на туристичне обслуговування допускається лише у разі необхідності врахування зміни тарифів на транспортні послуги, запровадження нових або підвищення діючих ставок податків і зборів та інших обов'язкових платежів, зміни курсу гривні до іноземної валюти, в якій виражена вартість туристичного продукту.

Зміна ціни туристичного продукту можлива не пізніше як за 20 днів до початку туристичної подорожі. При цьому збільшення ціни туристичного продукту не може перевищувати п'яти відсотків його початкової ціни. У разі якщо ціна туристичного продукту 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.

Кожна із сторін договору на туристичне обслуговування до початку туристичної подорожі може вимагати внесення змін до цього договору або його

розірвання у зв'язку із зміною істотних умов договору та обставин, якими вони керувалися під час укладення договору, зокрема у разі:

- 1) погіршення умов туристичної подорожі, зміни її строків;
- 2) непередбаченого підвищення тарифів на транспортні послуги;
- 3) запровадження нових або підвищення діючих ставок податків і зборів, інших обов'язкових платежів;
- 4) істотної зміни курсу гривні до іноземної валюти, в якій виражена ціна туристичного продукту;
- 5) домовленості сторін.

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.

Якщо під час виконання договору на туристичне обслуговування туроператор не в змозі надати значну частину туристичного продукту, щодо якого відповідно до договору на туристичне обслуговування сторони досягли згоди, туроператор повинен з метою продовження туристичного обслуговування вжити альтернативних заходів без покладення додаткових витрат на туриста, а в разі потреби відшкодувати йому різницю між запропонованими послугами і тими, які були надані. У разі неможливості здійснення таких заходів або відмови туриста від них туроператор зобов'язаний надати йому без додаткової оплати еквівалентний транспорт для повернення до місця відправлення або іншого місця, на яке погодився турист, а також відшкодувати вартість ненаданих туроператором туристичних послуг і виплатити компенсацію у розмірі, визначеному в договорі за домовленістю сторін.

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

- невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося з вини туриста;
- невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося з вини третіх осіб, не пов'язаних з наданням послуг,

зазначених у цьому договорі, та жодна із сторін про їх настання не знала і не могла знати заздалегідь;

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

Договір на туристичне обслуговування може передбачати компенсацію у разі спричинення шкоди туристу невиконанням або неналежним виконанням туристичних послуг, включених до туристичного продукту, відповідно до міжнародних конвенцій, що регламентують надання таких послуг.

Права і обов'язки, відповідальність сторін та інші умови договору між туроператором і турагентом визначаються відповідно до загальних положень про агентський договір, якщо інше не передбачено договором, укладеним між ними, а також цим Законом.

Якість туристичних послуг має відповідати умовам договору на туристичне обслуговування, порядок і способи захисту порушених прав туристів визначаються Законом України «Про захист прав споживачів». Відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю та майну туриста, встановлюється законом, якщо договором на туристичне обслуговування не передбачена більша відповідальність туроператора.

Стаття 21. Договір на екскурсійне обслуговування

За договором на екскурсійне обслуговування одна сторона (суб'єкт, що здійснює туристичну діяльність) за встановлену договором плату зобов'язується надати за замовленням іншої сторони (екскурсанта) обслуговування, істотною частиною якого є послуги екскурсовода (гіда-перекладача) загальною тривалістю не більше 24 годин, які не включають у себе послуги з розміщення.

Договір на екскурсійне обслуговування укладається за правилами, визначеними цивільним законодавством, у тому числі шляхом видачі ваучера.

Загальні положення про договір на надання послуг застосовуються до договору на екскурсійне обслуговування, якщо інше не передбачено законом та не суперечить суті зобов'язання.

Особа, яка надає екскурсійні послуги, зобов'язана до укладення договору на екскурсійне обслуговування надати екскурсанту необхідну і достовірну інформацію щодо екскурсійного обслуговування, його видів і особливостей, кваліфікації екскурсовода, про порядок і строки оплати екскурсійних послуг, а також надати екскурсанту на його прохання іншу інформацію з питань екскурсійного обслуговування.

Відповідальність сторін за невиконання, неналежне виконання зобов'язань відповідно до договору на екскурсійне обслуговування, порядок припинення договору на екскурсійне обслуговування визначаються відповідно до цивільного законодавства та законодавства з питань захисту прав споживачів.

Стаття 22. Договір на готельне обслуговування

За договором на готельне обслуговування одна сторона (готель або інший суб'єкт, що надає послуги з розміщення) зобов'язується за дорученням іншої сторони (проживаючого) надати послуги по тимчасовому проживанню (ночівлі) у спеціально обладнаному жилому приміщенні (номері), виконати або організувати виконання інших визначених договором на готельне обслуговування послуг, пов'язаних з тимчасовим проживанням, а проживаючий зобов'язується сплатити за ці послуги встановлену плату.

До послуг, пов'язаних з тимчасовим розміщенням, належать послуги з обслуговування жилого приміщення (номера), харчування (ресторанного обслуговування), із збереження майна і багажу проживаючого, а також інші послуги, надані залежно від категорії готелю.

До відносин за договором на готельне обслуговування застосовуються норми цивільного законодавства, цей Закон, законодавство з питань захисту прав споживачів та інші нормативно-правові акти, прийняті відповідно до них. Цей Закон застосовується при наданні готельного обслуговування в мотелях, будинках відпочинку, санаторіях, пансіонатах, а також інших місцях, призначених для розміщення громадян.

Готель або інший суб'єкт, що надає послуги з розміщення, зобов'язаний до укладення договору надати необхідну і достовірну інформацію про послуги з готельного обслуговування, їх види і особливості, про порядок і терміни оплати послуг готелю та надати проживаючому на його прохання інші пов'язані із договором і відповідним готельним обслуговуванням відомості, а також іншу інформацію, передбачену законодавством про захист прав споживачів.

Договір на готельне обслуговування укладається як шляхом укладення письмового договору, так і шляхом прийняття готелем заявки на бронювання за допомогою поштового, телефонного чи іншого зв'язку, що дозволяє достовірно встановити особу, від якої надходить заявка. У разі прийняття заявки договір на готельне обслуговування вважається укладеним з моменту отримання підтвердження готелю про прийняття замовлення та вказівки можливого початку надання готельного обслуговування з визначеного часу.

Відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю чи майну проживаючого, визначається відповідно до цивільного законодавства, якщо договором на готельне обслуговування не передбачена підвищена відповідальність готелю.

Права й обов'язки, відповідальність сторін та інші умови договору між туроператором (турагентом) та готелем чи іншим суб'єктом, що надає послуги з розміщення, визначаються загальними положеннями про агентський договір, якщо інше не передбачено договором між ними та цим Законом.

Стаття 23. Ваучер

Ваучер – форма письмового договору на туристичне або на екскурсійне обслуговування, яка може використовуватися відповідно до цього Закону.

У договорі на туристичне обслуговування, укладеному шляхом видачі ваучера, мають міститися такі дані: найменування та місцезнаходження суб'єкта туристичної діяльності, номер ліцензії на відповідний вид діяльності, юридична адреса;

прізвище, ім'я (по батькові) туриста (при груповій поїздки прізвища, імена (по батькові) членів групи); строки надання і види туристичних послуг, їх загальна вартість;

назва, адреса та номер телефону об'єкта розміщення, його тип та категорія, режим харчування;

розмір фінансового забезпечення відповідальності туроператора (турагента) або межі відповідальності суб'єкта туристичної діяльності за договором агентування;

інші дані, обумовлені характером угоди, складом групи тощо; дата видачі ваучера.

Частина 3 виключено Порядок оформлення ваучера та його використання затверджується центральним органом виконавчої

влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів.

Стаття 24. Права та обов'язки суб'єктів туристичної діяльності

Суб'єкти туристичної діяльності мають право:

виробляти і реалізовувати туристичні послуги згідно із законодавством;

вносити пропозиції щодо охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, порядку використання;

вносити пропозиції щодо вдосконалення освітніх програм з професійного навчання в галузі туризму, підвищення рівня професійної підготовки працівників і фахівців у галузі туризму;

на встановлення об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо), власниками яких вони є, відповідної категорії;

на отримання в установленому порядку інформації, необхідної для здійснення їх діяльності, в органах державної влади та органах місцевого самоврядування;

брати в установленому порядку участь у розробці програм розвитку туризму та курортно-рекреаційної сфери;

визначати та оприлюднювати шляхом опублікування загальні умови типового (публічного) договору на надання туристичних послуг;

визначати мінімальну кількість туристів (екскурсантів) у групі;

на відшкодування збитків, заподіяних внаслідок незаконних рішень, дій чи бездіяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб чи заподіяних суб'єктами туристичної діяльності.

Суб'єкти туристичної діяльності зобов'язані:

проводити діяльність у галузі туризму, яка підлягає ліцензуванню, лише за наявності ліцензій;

залучати до надання туристичних послуг осіб, які відповідають встановленим законодавством відповідним кваліфікаційним вимогам;

надавати туристам необхідну і достовірну інформацію про туристичні послуги, права, обов'язки та правила поведінки туристів (екскурсантів), умови страхування, порядок відшкодування завданих збитків, умови відмови від послуг, правила візового митного режиму, перетинання державного кордону та іншу інформацію, передбачену цим Законом;

надавати туристичні послуги в обсягах та в терміни, обумовлені договором;

виконувати вимоги закону щодо забезпечення безпеки туристів, охорони туристичних ресурсів України та довкілля;

вести облікову та іншу визначену законодавством документацію, надавати в установленому порядку бухгалтерську та статистичну звітність;

відшкодовувати в установленому порядку збитки, завдані туристам (екскурсантам), іншим особам та довкіллю.

Стаття 25. Права та обов'язки туристів і екскурсантів

Туристи і екскурсанти мають право на:

реалізацію закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб, захист і повагу людської гідності;

необхідну і достовірну інформацію про правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування, а також виїзду з країни (місця) тимчасового перебування і перебування там, про звичаї місцевого населення, пам'ятки природи, історії, культури та інші об'єкти туристичного показу, що знаходяться під особливою охороною, стан навколишнього середовища;

інформацію про наявність ліцензії у суб'єкта, що здійснює підприємницьку діяльність у галузі туризму, інших документів, наявність яких передбачена законодавством;

отримання обов'язкової інформації, що передує укладенню договору; отримання туристичних послуг, передбачених договором; особисту безпеку, захист життя, здоров'я, прав споживача, а також майна; одержання відповідної медичної допомоги;

відшкодування матеріальних і моральних збитків у разі невиконання або неналежного виконання умов договору;

сприяння з боку органів державної влади України в одержанні правових та інших видів допомоги, а громадяни України також і за її межами;

реалізацію інших прав.

Туристи і екскурсанти зобов'язані:

не порушувати права та законні інтереси інших осіб, вимоги законів, які діють на території країни перебування;

виконувати митні, прикордонні, санітарні та інші правила;

поважати політичний та соціальний устрій, традиції, звичаї, релігійні вірування країни (місця) перебування; зберігати довкілля, дбайливо ставитися

до об'єктів природи та культурної спадщини в країні (місці) тимчасового перебування;

дотримуватися умов і правил, передбачених договором про надання туристичних послуг; надавати персональну інформацію в обсязі, необхідному для реалізації туристичного продукту; дотримуватися під час подорожі правил особистої безпеки;

відшкодовувати збитки, завдані їх неправомірними діями.

Виконувати інші обов'язки, передбачені законодавством України та законодавством країни тимчасового перебування.

Розділ V. Професійна підготовка фахівців та наукове забезпечення туризму. Об'єднання підприємств та неприбуткові організації в галузі туризму

Стаття 26. Професійна підготовка фахівців у галузі туризму

Професійна підготовка, перепідготовка і підвищення кваліфікації кадрів у галузі туризму здійснюються державними, комунальними та приватними навчальними закладами в порядку, визначеному законодавством.

Підготовка окремих категорій фахівців туристичного супроводу (гідів-перекладачів, екскурсодів, спортивних інструкторів, провідників тощо), які не потребують здобуття громадянами професійно-технічної або вищої освіти із здобуттям кваліфікації за певним освітньо-кваліфікаційним рівнем, може здійснюватися у встановленому порядку юридичними чи фізичними особами.

Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів бере участь у підготовці навчальних планів і програм навчання фахівців у галузі туризму, їх професійній підготовці, перепідготовці та підвищенні кваліфікації.

Стаття 27. Наукові дослідження розвитку туризму

Наукові дослідження розвитку туризму проводяться з метою: наукового забезпечення державної політики в галузі туризму, прогнозування та визначення перспектив його розвитку;

встановлення методик класифікації та оцінки туристичних ресурсів, режиму їх охорони, збереження та відновлення, порядку використання;

обліку гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;

розробки пропозицій щодо проектів державних цільових, регіональних та місцевих програм розвитку туризму, а також щодо визначення ліцензійних умов та переліку посад фахівців туристичного супроводу, кваліфікаційних вимог щодо них, удосконалення професійної підготовки фахівців у сфері туристичної діяльності тощо.

Визначення пріоритетних напрямів, керівництво та координація наукових досліджень у галузі туризму належать до компетенції наукового центру розвитку туризму.

Положення про науковий центр розвитку туризму затверджується центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів.

Стаття 28. Об'єднання суб'єктів туристичної діяльності та неприбуткові організації в галузі туризму

Учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, – юридичні особи та громадяни, які надають туристичні послуги, залежно від мети можуть утворювати об'єднання підприємств, що є юридичними особами чи без створення юридичних осіб, або вступати в такі об'єднання в порядку, визначеному Господарським кодексом України та іншими законами.

З метою реалізації та захисту своїх прав і законних інтересів у галузі туризму суб'єкти туристичної діяльності можуть створювати неприбуткові організації у сфері туристичної діяльності в порядку, визначеному Цивільним кодексом України або Законом України «Про об'єднання громадян» чи іншими законами.

Громадяни України, іноземці та особи без громадянства з метою реалізації та захисту прав і законних інтересів можуть об'єднуватися в громадські організації туристичної спрямованості.

Неприбуткові організації в галузі туризму можуть спрямовувати свою діяльність на: формування і поширення інформації про туристичні ресурси України;

підготовку пропозицій щодо розвитку туризму, курортно-рекреаційної сфери, охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, порядку використання;

популяризацію туризму і сприяння його розвитку;

розробку власних стандартів туристичного, готельного, екскурсійного та іншого обслуговування, схвалення кодексів усталеної практики та правил професійної етики;

впровадження власних систем контролю якості здійснення туристичної діяльності;

пропонування для спільного використання юридичними особами та громадянами-підприємцями, що надають туристичні послуги, знаків для товарів і послуг;

вдосконалення освітніх програм з професійного навчання в галузі туризму, підвищення рівня професійної підготовки працівників і фахівців у галузі туризму;

саморегулювання в галузі туризму;

реалізацію та захист спільних прав і інтересів учасників туристичної діяльності; вирішення інших завдань, що не суперечать законодавству України.

Громадські організації туристичної спрямованості можуть відповідно до закону представляти інтереси громадян – споживачів туристичних послуг.

Розділ VI. Контроль за діяльністю в галузі туризму. Відповідальність за порушення законодавства України про туризм

Стаття 29. Органи, уповноважені на здійснення контролю за діяльністю в галузі туризму

Органи державної влади, органи місцевого самоврядування, їх посадові та службові особи у випадках і в порядку, визначених законом, здійснюють контроль за додержанням вимог законодавства з питань туристичної діяльності, проводять перевірки якості надаваних (наданих) туристичних послуг, додержання ліцензійних умов, стандартів, норм і правил щодо здійснення туристичної діяльності та відповідно до закону накладають стягнення і вживають інших заходів за порушення законодавства в галузі туризму.

Стаття 30. Відповідальність за порушення законодавства в галузі туризму

Порушення законодавства в галузі туризму тягне за собою відповідальність згідно із законом. Порушеннями законодавства в галузі туризму є:

- провадження туроператорської діяльності без отримання відповідної ліцензії або недодержання ліцензійних умов;

- залучення до надання туристичних послуг осіб, які не відповідають встановленим законодавством відповідним кваліфікаційним вимогам;

- ненадання, несвочасне надання або надання туристові інформації, що не відповідає дійсності; порушення вимог стандартів, норм і правил у галузі туризму;

- незаконне використання категорії об'єкта туристичної інфраструктури;

- порушення умов договору між туристом і суб'єктом туристичної діяльності з надання туристичних послуг; невиконання розпоряджень уповноважених органів та осіб про усунення порушень ліцензійних умов; порушення правил щодо охорони чи використання об'єктів туристичної інфраструктури, знищення або пошкодження об'єктів відвідування;

- створення перешкод уповноваженій на те законом посадовій чи службовій особі у здійсненні контролю за туристичною діяльністю, у проведенні перевірки якості надаваних (наданих) туристичних послуг або додержанні ліцензійних умов, стандартів, норм і правил щодо здійснення туристичної діяльності; незаконне втручання у здійснення туристичної діяльності;

- розголошення відомостей, що становлять конфіденційну або іншу охоронювану законом інформацію. Законами може передбачатися відповідальність і за інші порушення у сфері туристичної діяльності.

Стаття 31. Відповідальність органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб у галузі туристичної діяльності

Органи державної влади, органи місцевого самоврядування, їх посадові і службові особи у галузі туристичної діяльності за порушення законодавства несуть відповідальність згідно із законом.

Рішення, дії або бездіяльність органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб можуть бути оскаржені до суду в порядку, встановленому законом.

Шкода, заподіяна органами державної влади, органами місцевого самоврядування, їх посадовими і службовими особами фізичним чи юридичним особам під час виконання ними покладених на них обов'язків, підлягає відшкодуванню в порядку, встановленому законом.

Стаття 32. Цивільно-правова та інші види відповідальності суб'єктів туристичної діяльності

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.

Розмір майнової відповідальності туроператора, турагента чи іншого суб'єкта туристичної діяльності не може перевищувати фактично завданих замовнику збитків з їх вини.

Спори майнового характеру між суб'єктами туристичної діяльності та споживачами туристичних послуг вирішуються у встановленому порядку з дотриманням вимог цього Закону.

За порушення встановлених законодавчими актами правил здійснення господарської діяльності до суб'єктів господарювання органи державної влади та органи місцевого самоврядування відповідно до своїх повноважень та в порядку, встановленому законом, застосовують заходи організаційно-правового або майнового характеру, спрямовані на припинення суб'єктом господарювання правопорушення та ліквідацію його наслідків.

Стаття 33. Відшкодування шкоди, завданої порушенням законодавства у галузі туристичної діяльності

Суб'єкт туристичної діяльності, який порушив законодавство в галузі туристичної діяльності при наданні туристичної послуги, що завдало шкоду, зобов'язаний відшкодувати туристу збитки у повному обсязі, якщо договором або законом не передбачено відшкодування у меншому або більшому розмірі.

Заподіяна туристу моральна (немайнова) шкода, якою порушені його законні права, відшкодовується суб'єктом туристичної діяльності в порядку, встановленому законом.

Суб'єктам туристичної діяльності, яким заподіяна шкода юридичними чи фізичними особами внаслідок порушення ними законодавства в галузі туризму, збитки відшкодовуються відповідно до закону.

Стаття 34. Порядок розгляду спорів з питань надання туристичних послуг

Спори з питань надання туристичних послуг розглядаються у встановленому законом порядку третейськими судами та судами загальної юрисдикції.

Розділ VII. Міжнародне співробітництво в галузі туризму

Стаття 35. Міжнародні договори України в галузі туризму. Участь України в міжнародних туристичних організаціях

Правову основу міжнародного співробітництва в галузі туризму становлять міжнародні договори України, укладені відповідно до Закону України «Про міжнародні договори України».

Держава сприяє розширенню та зміцненню міжнародного співробітництва в галузі туризму на принципах і нормах, розроблених Всесвітньою туристською організацією (ЮНВТО).

Органом державної влади, що забезпечує представництво і реалізацію інтересів України в галузі туризму у відносинах з іншими країнами та з міжнародними туристичними організаціями, є центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, який у встановленому порядку бере участь в укладенні міжнародних договорів з питань туризму.

Україна бере участь у діяльності міжнародних туристичних організацій відповідно до міжнародно-правових зобов'язань України та статутних документів таких організацій.

Стаття 36. Представництва України в галузі туризму за межами України

З метою розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку та ефективного використання її туристичних ресурсів окремі повноваження з представництва інтересів України в галузі туризму за межами України покладаються на її торгові представництва.

За поданням центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, Кабінет Міністрів України може відкривати за межами України туристичні представництва. Порядок створення, діяльності і ліквідації туристичних представництв визначається Кабінетом Міністрів України відповідно до міжнародних договорів України.

Стаття 37. Особливості здійснення діяльності в Україні іноземними суб'єктами туристичної діяльності

Юридичні особи, створені за законодавством інших держав, іноземці та особи без громадянства здійснюють туристичну діяльність на території України відповідно до міжнародних договорів України в порядку, визначеному законом.

Іноземні юридичні та фізичні особи можуть здійснювати туроператорську та турагентську діяльність шляхом утворення підприємств за законодавством України та отримання в установленому порядку ліцензії на здійснення туроператорської діяльності.

Туристичний супровід, що здійснюється на території України, може надаватися фахівцями туристичного супроводу, громадянами України та особами, які постійно проживають на території України, якщо інше не

передбачено міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України.

Посередницька діяльність на території України з укладення договорів на туристичне обслуговування з іноземними суб'єктами туристичної діяльності не допускається. Така діяльність може здійснюватися лише через туроператорів, створених за законодавством України.

Угоди, укладені з порушенням вимог цієї статті, є недійсними.

Розділ VIII. Прикінцеві та перехідні положення

1. Цей Закон набирає чинності з 1 січня 2004 року.

2. До приведення законодавства у відповідність із цим Законом закони та інші нормативно-правові акти застосовуються в частині, що не суперечить цьому Закону.

3. Фізичні і юридичні особи, які отримали ліцензії на організацію іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійну діяльність до дня офіційного опублікування цього Закону, до 1 квітня 2004 року можуть безкоштовно на термін дії ліцензії старого зразка отримати ліцензію на провадження туроператорської чи турагентської діяльності за умови виконання вимог цього Закону та Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності».

4. Кабінету Міністрів України у місячний строк з дня набрання чинності цим Законом:

підготувати та подати на розгляд Верховної Ради України пропозиції щодо приведення законів України у відповідність із цим Законом;

відповідно до своєї компетенції забезпечити прийняття нормативно-правових актів, передбачених цим Законом;

привести свої нормативно-правові акти у відповідність із цим Законом;

забезпечити перегляд і скасування міністерствами та іншими центральними органами виконавчої влади їх нормативно-правових актів, що суперечать цьому Закону.

5. Пункт 50 статті 9 Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» (Відомості Верховної Ради України, 2000 р., № 36, ст. 299; 2001 р., № 22, ст. 105) викласти в такій редакції:

«50) туроператорська та турагентська діяльність».

ХАРТІЯ ТУРИЗМУ

Стаття 1

1. Право кожної людини на відпочинок і дозвілля, включаючи право на розумне обмеження робочого дня та на оплачувану періодичну відпустку, а також право вільно пересуватися без обмежень, крім тих, які передбачені законом, визнається в усьому світі.

2. Використання цього права складає фактор соціальної рівноваги і підвищення національної та загальної свідомості.

Стаття 2

Як наслідок цього права, держави повинні розробляти і проводити політику, спрямовану на забезпечення гармонійного розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, а також займатись організацією відпочинку.

Стаття 3

З цією метою державам слід:

а) сприяти упорядкованому і гармонічному росту як внутрішнього, так і міжнародного туризму;

б) проводити туристську політику відповідно до політики загального розвитку, проведеної на різних рівнях – місцевому, регіональному, національному та міжнародному, – і розширювати співробітництво в галузі туризму як на двосторонній, так і на багатосторонній основі, використовуючи для цієї мети також можливості Всесвітньої туристської організації;

в) приділяти належну увагу принципам Манільської декларації про світовому туризму і Документу Акапулько «при розробці та здійсненні, де це доречно, своєї політики, планів і програми в галузі туризму відповідно до своїх національних пріоритетів і в рамках програми роботи Всесвітньої туристської організації»;

г) сприяти заходам, що дозволяють кожному брати участь у внутрішньому і міжнародному туризмі, особливо за допомогою регулювання робочого часу і дозвілля, встановлення або поліпшення системи щорічних оплачуваних відпусток і рівномірного розподілу днів таких відпусток протягом року, а також приділення особливої уваги молодіжному туризму, туризму людей похилого віку та осіб з особливими потребами;

д) захищати в інтересах нинішнього і майбутніх поколінь туристське середовище, яке, включає в себе людину, природу, суспільні відносини і культуру, є надбанням усього людства.

Стаття 4

Держави повинні також:

а) сприяти доступу туристів – громадян своїх країн та іноземних туристів до суспільного надбання відвідуваних місць, застосовуючи положення існуючих документів щодо спрощення формальностей, випущених Організацією Об'єднаних Націй, Міжнародною організацією цивільної авіації,

Міжнародною морською організацією, Радою митного співробітництва або будь-якою іншою організацією, зокрема Всесвітньою туристською організацією, з урахуванням постійного скорочення обмежень на подорожі;

б) сприяти зростанню туристської свідомості і сприяти контактам відвідувачів з місцевим населенням з метою поліпшення взаєморозуміння і взаємного збагачення;

в) забезпечувати безпеку відвідувачів і їх майна за допомогою превентивних заходів та заходів захисту;

г) надавати можливо, кращі умови гігієни і доступу до служб охорони здоров'я, а також попередження інфекційних захворювань та нещасних випадків;

д) запобігати будь-якій можливості використання туризму для експлуатації інших з метою проституції;

е) посилювати з метою захисту туристів і місцевого населення заходи щодо попередження нелегального використання наркотиків.

Стаття 5

Нарешті, державам слід:

а) дозволяти туристам – громадян своєї країни і іноземним туристам пересуватися вільно по країні, без шкоди для будь-яких обмежувальних заходів, прийнятих в національних інтересах щодо певних районів території;

б) не допускати будь-яких дискримінаційних заходів відносно туристів;

в) давати туристам можливість швидкого доступу до адміністративних та юридичних служб, а також до представників консульств і надавати в їх розпорядження внутрішні і зовнішні суспільні засоби зв'язку;

г) сприяти інформуванню туристів з метою створення умов для розуміння звичаїв місцевого населення в місцях транзиту і тимчасового перебування.

Стаття 6

1. Міське населення в місцях транзиту і тимчасового перебування має право на вільний доступ до своїх власних туристських ресурсів, забезпечуючи своєю поведінкою дбайливе ставлення до навколишнього природного та культурного середовища.

2. Воно також вправі очікувати від туристів розуміння і поваги їх звичаїв, релігій і інших сторін їх культури, які є частиною спадщини людства.

3. З метою сприяння такому розумінню і дбайливому відношенню необхідно сприяти поширенню відповідної інформації:

а) про звичаї місцевого населення, його традиційну та релігійну діяльність, місцеві заборони і священні місця і святині, що повинні поважатися;

б) про їх художні, археологічні та культурні цінності, які повинні бути збережені;

в) про фауну, флору та інші природні ресурси, які повинні бути захищені.

Стаття 7

Місцевому населенню у місцях транзиту і тимчасового перебування пропонується приймати туристів з можливо більшою гостинністю, ввічливим зверненням і повагою, необхідними для розвитку гармонійних людських і суспільних відносин.

Стаття 8

1. Працівники в галузі туризму і постачальники послуг для туризму і подорожей можуть зробити позитивний внесок у розвиток туризму і у втілення в життя положень цієї Хартії.

2. Вони повинні дотримуватися принципів цієї Хартії та дотримуватися будь-яких зобов'язань, взятих на себе в рамках їх професійної діяльності, забезпечуючи високу якість наданого туристичного продукту в цілях сприяння затвердженому гуманістичному характеру туризму.

3. Вони повинні, зокрема, перешкоджати заохоченню використання туризму для всіх видів експлуатації інших людей.

Стаття 9

Необхідно сприяти працівникам в галузі туризму і постачальникам послуг для туризму і подорожей шляхом надання їм через відповідні національні і міжнародні законодавства необхідних умов, що дозволяють їм:

а) займатися своєю діяльністю за сприятливих умов, без будь-яких перешкод чи дискримінації;

б) використовувати загальну і технічну професійну підготовку як всередині країни, так і за кордоном з метою забезпечення кваліфікованими людськими ресурсами;

в) співпрацювати між собою, а також з органами влади через національні та міжнародні організації з метою поліпшення координації їх діяльності та покращення якості наданих ними послуг.

Схвалено в 1985 р. на VI сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристської організації.

ГААЗЬКА ДЕКЛАРАЦІЯ МІЖПАРЛАМЕНТСЬКА КОНФЕРЕНЦІЯ З ТУРИЗМУ

(Гаага, 10 - 14 квітень 1989 року)

Міжпарламентська конференція з туризму, проведена в Гаазі (Нідерланди) з 10 по 14 квітня 1989 спільно з Міжпарламентським союзом (МПС) і Всесвітньою туристською організацією на запрошення Міжпарламентської групи Нідерландів оголошує Гаазьку декларацію з туризму інструментом міжнародного співробітництва, зближення між народами і фактором індивідуального і колективного розвитку і закликає парламенти, уряду, державні та приватні організації, асоціації та установи, що відповідають за туристську діяльність, професіоналів в галузі туризму, а також самих туристів ретельно враховувати її принципи в тому вигляді, як вони викладені нижче, і постійно ґрунтуватися на них у своїй діяльності.

Принцип I

1. Туризм став явищем, яке увійшло в наші дні вповсякденне життя сотень мільйонів людей:

а) він включає всі вільні переміщення людей від їх місця проживання та роботи, а також сферу послуг, створену для задоволення потреб, що виникають у результаті цих переміщень;

б) він являє собою вид діяльності, що має найважливіше значення для життя людей і сучасних суспільств, що перетворилася на важливу форму використання вільного часу окремих осіб і основний засіб міжособистісних зв'язків і політичних, економічних і культурних контактів, що стали необхідними в результаті інтернаціоналізації всіх секторів життя націй;

в) він повинен бути турботою кожного. Він є одночасно наслідком і вирішальним фактором якості життя в сучасному суспільстві. Тому парламентам та урядам слід приділяти все більш активну увагу туризму з метою забезпечення його розвитку в гармонійному відповідно до забезпечення інших основних потреб та видів діяльності суспільства.

2. Всім урядам слід прагнути до зміцнення миру і безпеки на національному, регіональному та міжнародному рівнях, що є найважливішою умовою розвитку внутрішнього та міжнародного туризму.

Принцип II

1. Туризм може бути ефективним засобом сприяння соціально - економічному зростанню для всіх країн, якщо одночасно робляться необхідні заходи відносно того, щоб вирішити найбільш термінові національні завдання і дозволити національній економіці досягти прийнятного рівня самозабезпечення, при якому країна не повинна витратити більше того, що вона сподівається отримати від туризму.

2. Відповідно слід вживати, зокрема, наступні заходи (якщо потрібно, то за допомогою різних форм двостороннього та багатостороннього технічного співробітництва) для забезпечення того, щоб:

а) була створена надійна інфраструктура та там основні об'єкти;

б) були створені навчальні заклади для задоволення потреб туристської індустрії в персоналі на різних рівнях;

в) туризм становив частину комплексного плану розвитку країни поряд з іншими пріоритетними секторами, сільським господарством, промисловістю, охороною здоров'я, соціальним забезпеченням, освітою тощо;

г) розвиток внутрішнього туризму стимулювався б так само, як і розвиток міжнародного туризму. Міцна база внутрішнього туризму була б великою перевагою при розвитку міжнародного туризму в країні;

д) навіть при плануванні внутрішнього туризму розроблявся б підхід на територіальній основі з урахуванням загального плану розвитку для формування збалансованого та комплексного зростання на благо суспільства;

е) завжди ретельно враховувалася загальна здатність природною, фізичною і культурного навколишнього середовища, місць призначення до прийому туристів (пропускна здатність).

Принцип III

1. Незіпсована природна, культурна і людська навколишнє середовище є основною умовою розвитку туризму. Більше того, раціональне управління туризмом може внести значний внесок у захист і розвиток фізичної навколишнього середовища та культурної спадщини, а також у підвищення рівня життя.

2. З урахуванням цієї глибокої взаємозв'язку, що існує між туризмом і навколишнім середовищем, слід вживати ефективних заходів для того, щоб:

а) інформувати і просвіщати туристів, які подорожують як бвсередині країни, так і за кордоном, в плані збереження і поваги природної, культурної та людської навколишнього середовища в місцях, які вони відвідують;

б) сприяти комплексному плануванню туристського розвитку на основі концепції «підтримуваного розвитку», яка була викладена в Доповіді Всесвітньої комісії з навколишнього середовища і розвитку (Брундтландській доповідь) і в доповіді «Прогноз навколишнього середовища до 2000 року і в наступні роки» Програми ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП); причому обидва документи були схвалені Генеральною Асамблеєю ООН;

в) визначати рівень пропускну здатності місць, відвідуваних туристами, і забезпечувати його дотримання навіть у тому випадку, якщо це означатиме обмеження доступу до подібних місць певні періоди або сезони;

г) продовжити складання переліку штучних та / або природних туристських пам'яток, що представляють інтерес з точки зору відпочинку, спорту, історії, археології, мистецтва, культури, релігії, науки, соціального середовища або техніки, і вживати заходів до того, щоб плани туристського розвитку особливо враховували питання, що стосуються захисту навколишнього середовища та необхідності сприяти інформованості туристів, туристської індустрії і громадськості в цілому про важливість захисту природної і культурного довкілля;

д) стимулювати розвиток альтернативних форм туризму, які сприяють більш тісному контакту і взаєморозуміння між туристами і приймаючим

населенням, зберігають культурну самобутність і пропонують різноманітні та оригінальні туристські продукти та об'єкти;

е) забезпечувати необхідну співпрацю державного та приватного секторів у досягненні цих цілей як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Принцип IV

1. Враховуючи яскраво виражений гуманний характер туризму, слід завжди приділяти увагу специфічним проблемам самих туристів, будь то іноземні туристи або туристи, які подорожують по своїй країні. Іноземним туристом є будь-яка людина:

а) який має намір здійснити подорож і / або здійснює подорож у будь-яку іншу країну крім тієї, яка є його або її постійним місцем проживання;

б) основною метою подорожі якого є поїздка або перебування, що не перевищує трьох місяців, за винятком тих випадків, коли дозволено перебування строком більше трьох місяців або відновлено тримісячне дозвіл;

в) який не здійснюватиме якої оплачуваної діяльності в відвідувану країну незалежно від того, чи було йому це запропоновано чи ні;

г) який наприкінці зазначеної поїздки або перебування в обов'язковому порядку покине відвідувану країну або для повернення в країну його або її постійного проживання, або для поїздки в іншу країну.

2. Логічно впливає те, що конкретна особа не можна розглядати в якості іноземного туриста, якщо він або вона не задовольняють всім умовам, перерахованим у частині 1, і, в Зокрема, особа, яка після в'їзду в країну в якості туриста з метою туристичної поїздки або перебування прагне продовжити його або її термін поїздки або перебування для поселення і / або здійснення в цій країні оплачуваної діяльності.

Принцип V

1. Право кожної людини на відпочинок і вільний час, включаючи право на розумне обмеження робочого часу та періодичні оплачувані відпустки, а також право вільно подорожувати, підмет розумним обмеженням, які ясно передбачені законом і які не ставлять під сумнів сам принцип свободи пересування, повинні отримати загальне визнання.

2. Для того щоб повністю забезпечити ці основні права кожного чоловіка і жінки, необхідно:

а) розробляти і проводити політику гармонійного розвитку внутрішнього і міжнародного туризму і видів діяльності, пов'язаних з проведенням дозвілля, на благо всіх тих, хто в них бере участь;

б) приділяти належну увагу принципам, викладеним у Манильській декларації по світовому туризму, Документі Акапульк, Хартії туризму та Кодексі туриста, особливо в тих випадках, коли держави розробляють або здійснюють політику, плани і програми розвитку туризму відповідно до їх національними пріоритетами.

Принцип VI

Розвиток туризму вимагає спрощення подорожей. Тому державному і приватному секторам слід вжити ефективних заходів щодо:

а) спрощення туристських подорожей, поїздок і перебувань, як в індивідуальному порядку, так і на колективній основі, незалежно від використованого виду транспорту;

б) внесенню ефективного внеску в розширення туристських подорожей, поїздок і перебувань шляхом прийняття відповідних заходів щодо спрощення туристських формальностей щодо паспортів, віз, медичного і валютного контролю та статусу туристських представництв за кордоном;

в) сприяння з цією метою прийняття та виконання Будапештській конвенції щодо спрощення туристських подорожей, поїздок і перебувань, що сприяло б лібералізації юридичних положень, застосованих до туристів, і погодження технічних норм, стосуються діяльності туристських підприємств, туристських агентств та інших організацій, що обслуговують туристів.

Принцип VII

Безпека і захист туристів і повагу їх гідності є неодмінною умовою розвитку туризму. Тому необхідно наступне:

а) щоб заходи зі спрощення туристських подорожей, поїздок і перебувань супроводжувалися заходами щодо забезпечення безпеки та захисту туристів і туристських об'єктів і гідності туристів;

б) щоб в цих цілях була сформована ефективна політика, спрямована на забезпечення безпеки та захисту туристів і туристських об'єктів, а також повагу гідності туристів;

в) точно визначати туристські товари, об'єкти і обладнання, які через те, що вони використовуються туристами, вимагають особливої уваги;

г) готувати відповідну документацію та інформацію і забезпечувати доступ до неї у разі загрози туристських об'єктів і / або туристським пам'яток;

д) виконувати згідно з процедурами, специфічними для систем законодавства в кожній окремій країні, юридичні становища в області захисту туристів, включаючи, зокрема, правоздатність туристів домагатися ефективного судового захисту в національних судах у разі дій, що завдають шкоди їм особисто або їх майну, і особливо при таких найбільш небезпечних актах, як тероризм;

е) щоб держави співпрацювали в рамках СОТ при підготовці програми рекомендованих заходів, що регулюють питання безпеки і захисту туристів.

Принцип VIII

Тероризм являє собою реальну загрозу туризму та туристським пересуванням. До терористам необхідно ставитися як до будь-яких інших кримінальних елементів, і їх потрібно переслідувати і карати без застосування по відношенню до них терміну давності; в цьому випадку жодна країна не стане для терористів безпечним притулком.

Принцип IX

1. Якість туризму як міжособистісної діяльності залежить від якості наданих послуг. Тому відповідне освіта для широкої громадськості, що починається зі школи, освіта та навчання професіоналів в галузі туризму та підготовка нових осіб, які освоюють дану професію, є вкрай важливими для туристської індустрії та розвитку туризму.

2. У цьому зв'язку повинні бути прийняті ефективні заходи щодо:

а) підготовці окремих осіб для подорожей і туризму, в зокрема шляхом включення туризму в навчальні плани шкіл та вищих навчальних закладів;

б) підвищенню престижу туристських професій та заохочення в першу чергу молоді до вибору кар'єри в галузі туризму;

в) створення мережі навчальних закладів, здатних надавати не тільки навчання, але й освіта в галузі туризму на основі стандартизованого на міжнародному рівні навчального плану, який також полегшив би взаємне визнання дипломів та обмін туристським персоналом;

г) сприяння у відповідності з рекомендаціями ЮНЕСКО в цій області навчання викладачів, постійному процесу освіти та проведення курсів підвищення кваліфікації для всього туристського персоналу або викладачів, незалежно від рівня;

д) визнанням найважливішої ролі засобів масової інформації в розвитку туризму. гага міжпарламентська конференція туризм

Принцип X

1. Туризм повинен плануватися державними властями, а також владою і туристської індустрією на комплексній і послідовній основі з урахуванням всіх аспектів цього феномена.

2. З огляду на те що туризм має в національному житті по Щонайменше таке ж промислове значення, як і інші види економічної і соціальної діяльності, і оскільки роль туризму буде зростати в міру наукового та технічного прогресу і збільшення вільного часу, представляється необхідним розширювати у всіх країнах права та обов'язки національних туристських адміністрацій, прирівнюючи їх до того ж рівня, який мають адміністрації, що відповідають за інші найбільші економічні сектори.

3. Необхідність глобального підходу до проблем, що виникають у зв'язку з туризмом, вимагає створення справжньої національної туристської політики, при виробленні якої парламенти, отримавши відповідні можливості, могли б відігравати особливу роль з тим, щоб мати можливість прийняти окрему законодавство з туризму і, якщо буде потрібно, що має законну силу Кодекс туриста.

4. Враховуючи міжнародні масштаби туризму, для його гармонійного розвитку необхідно міжнародне співробітництво як на світовій, так і на регіональній основі через прямее міждержавне співробітництво і по каналах міжнародних організацій, таких, як СОТ, а також між різними компонентами приватного туристичного сектору через неурядові та професійні організації.

ГЛОБАЛЬНИЙ ЕТИЧНИЙ КОДЕКС ТУРИЗМУ

(Сантьяго, 1 жовтня 1999 року)

Вступ

Ми, члени Всесвітньої туристської організації (ВТО), представники світової туристської індустрії, делегати від Держав, територій, підприємств, відомств і органів, зібравшись на Генеральній асамблеї в м. Сантьяго (Чилі) в цей день 1 жовтня 1999 року, знову підтверджуючи цілі, викладені в статті 3 Статуту Всесвітньої туристської організації, і усвідомлюючи «вирішальну і провідну» роль цієї Організації, визнану Генеральною Асамблеєю Організації Об'єднаних Націй, у справі сприяння розвитку туризму для внесення вкладу в економічний розвиток, міжнародне взаєморозуміння, мир, процвітання, загальну повагу і дотримання прав людини та основних свобод для всіх людей незалежно від раси, статі, мови і релігії, будучи глибоко переконаними, що завдяки прямим, спонтанним ненастирливим контактам, які здійснюються між чоловіками і жінками, що представляють різні культури і способи життя, туризм являє собою потужний фактор забезпечення миру і зміцнення дружби та взаєморозуміння між народами нашої планети, узгоджуючись з тенденцією на примирення на стійкій основі захисту навколишнього середовища, економічного розвитку і боротьби з бідністю, як це сформулювала в 1992 році Організація Об'єднаних Націй на зустрічі на вищому рівні «Планета Земля» в Ріо-де-Жанейро і висловила у Порядку денному - 21, прийнятого з цієї нагоди, беручи до уваги швидке і постійне зростання, як в минулому, так і в прогнозованому майбутньому, туристської діяльності з рекреаційними, діловими, культурними, релігійними та оздоровчими цілями та її потужні позитивні і негативні впливи на навколишнє середовище, економіку і суспільство як у відправляючих, так і приймаючих країнах, на місцеві спільноти та корінні народи, а також на міжнародні відносини і торгівлю, ставлячи своєю метою сприяння розвитку відповідального, сталого і загально доступного туризму в рамках реалізації прав, якими володіють всі люди в плані використання свого вільного часу для відпочинку і подорожей, і поважаючи суспільний вибір всіх народів, при цьому будучи переконаними, що світова туристична індустрія в цілому багато виграє, діючи в середовищі, яке сприятливе для ринкової економіки, приватного підприємництва та вільної торгівлі, і яке дозволяє оптимізувати його позитивні впливи в плані підвищення добробуту та збільшення зайнятості, також будучи твердо переконаними, що за умови дотримання певного ряду принципів і правил, відповідальний і стійкий туризм цілком сумісний із зростаючою лібералізацією умов, які регулюють торгівлю послугами та на основі яких діють підприємства туристського сектора, і що в цій області можна примирити економіку та екологію, навколишнє середовище і розвиток, відкритість для міжнародних обмінів і захист соціальної та культурної самобутності, враховуючи, що при такому підході всі учасники туристського процесу - національні, регіональні та місцеві адміністрації, підприємства, професійні асоціації, неурядові організації, працівники туристичної індустрії, а також приймаючі спільноти, засоби масової інформації і самі туристи грають різні, але при цьому взаємозалежні ролі в

підвищенні індивідуальної і соціальної цінності туризму і що визначення їх індивідуальних прав і обов'язків буде сприяти досягненню цієї мети, прагнучи сприяти формуванню справжнього партнерства між усіма державними та приватними учасниками туристського процесу відповідно до мети, яку поставила Всесвітня туристська організація, прийнявши в 1997 році на своїй Генеральній асамблеї (м. Стамбул) Резолюцію 364 (XII), і бажаючи, щоб партнерство і співробітництво цього характеру на відкритій і збалансованій основі поширилися на відносини між відправляючими і приймаючими країнами і їх відповідними туристськими індустріями, у розвиток Манільської декларації 1980 року по світовому туризму і 1997 року по соціальному впливу туризму, Хартії туризму (995_640) та Кодексу туриста, прийнятих в 1985 році в Софії під егідою СОТ, при цьому вважаючи, що ці документи слід доповнити комплексом принципів, на основі яких основні учасники туристського процесу будуть регулювати свою діяльність на початку 21-го століття, використовуючи з метою даного документа визначення і класифікації, пов'язані з мандрівками, і особливо, поняття «відвідувач», «турист» і «туризм», які були прийняті на Оттавській міжнародній конференції, що проходила 24 - 28 червня 1991 року, і які були затверджені Статистичною комісією Організації Об'єднаних Націй на її двадцять сьомій сесії в 1993 році, посилаючись, зокрема, на такі документи:

- Загальна декларація прав людини від 10 грудня 1948 року (995_015);
- Міжнародний пакт про економічні, соціальні та культурні права від 16 грудня 1966 року (995_042);
- Міжнародний пакт про громадянські і політичні права від 16 грудня 1966 року (995_043);
- Варшавська конвенція про повітряний транспорт від 12 жовтня 1929 року (995_181);
- Чиказька міжнародна конвенція про цивільну авіацію від 7 грудня 1944 року (995_038), а також ухвалені у зв'язку з нею Токійська (995_244), Гаазька (995_167) і Монреальська конвенції (995_165);
- Конвенція про митні пільги для туризму від 4 липня 1954 року і відповідний Протокол до неї;
- Конвенція про захист світової культурної та природної спадщини від 23 листопада 1972 року (995_089);
- Манільська декларація по світовому туризму від 10 жовтня 1980 року;
- Резолюція шостої Генеральної асамблеї СОТ (Софія), якою були прийняті Хартія туризму (995_640) та Кодекс туриста від 26 вересня 1985 року;
- Конвенція про права дитини від 26 січня 1990 року (995_021);
- Резолюція дев'ятої Генеральної асамблеї СОТ (Буенос-Айрес), що стосується спрощення поїздок, а також безпеки та захисту туристів від 4 жовтня 1991 року;
- Ріо-де-Жанейрська декларація з навколишнього середовища і розвитку від 13 червня 1992 року (995_455);
- Генеральна угода з торгівлі і послуг від 15 квітня 1994 року (981_017);
- Конвенція про біологічне різноманіття від 6 січня 1995 року (995_030);

- Резолюція одинадцятої Генеральної асамблеї СОТ (Каїр) від 22 жовтня 1995 року про запобігання організованого секс-туризму;

- Стокгольмська декларація від 28 серпня 1996 року по боротьбі із сексуальною експлуатацією дітей у комерційних цілях;

- Манільська декларація по соціальному впливу туризму від 22 травня 1997 року;

- Конвенції та рекомендації, ухвалені Міжнародною організацією праці в області колективних договорів, заборони примусової і дитячої праці, захисту прав корінних народів, рівноправності та недопущення дискримінації на робочих місцях;

стверджуємо право на туризм і на свободу туристських подорожей, висловлюємо наше бажання сприяти встановленню справедливого, відповідального і сталого світового туристського порядку, який буде приносити вигоди всім секторам суспільства в умовах відкритої і лібералізованої світової ринкової економіки, і урочисто приймаємо із цими цілями принципи Глобального етичного кодексу туризму.

Стаття 1. Внесок туризму у взаєморозуміння та повагу між народами і товариствами

1. Розуміння і поширення загальнолюдських етичних цінностей у дусі терпимості і поваги різноманітності релігійних, філософських і моральних переконань є одночасно основою і наслідком відповідального туризму; учасники туристського процесу і самі туристи повинні брати до уваги соціально-культурні традиції та звичаї всіх народів, включаючи національні меншини і корінні народи, і визнавати їх гідність.

2. Туристську діяльність необхідно здійснювати в гармонії зі специфічними особливостями і традиціями приймаючих регіонів і країн, дотримуючись при цьому їх законів, звичаїв і традицій.

3. Приймаючі спільноти, з одного боку, і місцеві учасники туристського процесу, з іншого боку, повинні знайомитися і виявляти повагу до туристів, які їх відвідують, отримуючи уявлення про їх спосіб життя, смаки та очікування; освіта та професійна підготовка працівників сектора сприяють гостинному прийому.

4. Державна влада повинна забезпечувати захист туристів і відвідувачів та їх майна; вони повинні приділяти особливу увагу безпеці іноземних туристів, враховуючи їх особливу потенційну вразливість, вони сприяють прийняттю конкретних заходів за інформацією, профілактиці, захисту, страхуванню і допомозі, що відповідають їх потребам; необхідно суворо засуджувати і пригнічувати відповідно до свого національного законодавства замах, напади, пограбування і загрози, що стосуються туристів і працівників туристської індустрії, а також умисне нанесення шкоди туристським об'єктам та об'єктам культурної і природної спадщини.

5. Під час подорожей туристи і відвідувачі не повинні допускати ніяких злочинних діянь або дій, які можуть розглядатися як злочинні за законами відвідуваної країни, а також поведінки, яка може представлятися викликаючою

або навіть образливою для місцевого населення і яка може завдати шкоди місцевому середовищу; туристи та відвідувачі не повинні брати участь в обороті наркотиків, зброї, старожитностей, видів фауни і флори, що охороняються, а також предметів і речовин, які небезпечні або заборонені національним законодавством.

6. Туристи і відвідувачі повинні ще до виїзду намагатися ознайомитися з характеристиками країн, які вони мають намір відвідати; вони повинні усвідомлювати ризики для здоров'я і безпеки, які неминуче пов'язані з виїздами за межі свого звичайного середовища, і вести себе таким чином, щоб звести ці ризики до мінімуму.

Стаття 2. Туризм – фактор індивідуального і колективного удосконалення

1. Туризм - діяльність, найчастіше асоціюється з відпочинком, дозвіллям, спортом і спілкуванням з культурою і природою, має плануватися та практикуватися як привілейований засіб індивідуального і колективного вдосконалення; коли туризм практикується з духовним розкріпаченням, він стає унікальним фактором самоосвіти, терпимості і пізнання законних відмінностей між народами та культурами та їх різноманітності.

2. У всіх видах туристської діяльності необхідно дотримуватися рівності чоловіків і жінок; вони мають сприяти забезпеченню прав людини і особливо специфічних прав найменш захищених груп населення, особливо, дітей, літніх осіб та інвалідів, етнічних меншин і корінних народів.

3. Експлуатація людини у всіх її формах, особливо, сексуальної, і особливо по відношенню до дітей, суперечить основним цілям туризму і є запереченням туризму та в зв'язку з цим, у відповідності з міжнародним правом, повинна енергійно переслідуватися при співпраці всіх зацікавлених держав без будь-яких поступок відповідно до національного законодавства як відвідуваних країн, так і країн походження авторів цих діянь, навіть коли вони відбуваються за кордоном.

4. Особливо корисними формами туризму, які слід заохочувати, є поїздки з релігійними, оздоровчими, освітніми цілями, а також для культурних і мовних обмінів.

5. Слід заохочувати введення в освітні програми курсу про цінність туристських обмінів, їх економічних, соціальних і культурних вигод, а також про пов'язані з ними ризики.

Стаття 3. Туризм – фактор сталого розвитку

1. Всі учасники туристського процесу зобов'язані охороняти природне середовище і ресурси з метою забезпечення здорового, поступального і сталого економічного зростання на благо рівноправного задоволення потреб і устремлінь сьогоднішніх і завтрашніх поколінь.

2. Центральна, регіональна та місцева влада повинна надавати першочергову увагу і стимулювати у фінансовому плані усі ті форми розвитку туризму, які дозволяють економити рідкісні і цінні природні ресурси, особливо,

воду і енергію, а також в максимально можливій мірі уникати утворення відходів.

3. З метою зменшення тиску туристської діяльності на навколишнє середовище і для підвищення її корисного впливу на туристську індустрію і на місцеву економіку, слід сприяти більш рівномірному розподілу потоків туристів та відвідувачів у часі і просторі, особливо, пов'язаних з оплачуваними відпустками і шкільними канікулами, а також сприяти згладжуванню сезонності.

4. Слід планувати об'єкти туристської інфраструктури та види туристської діяльності таким чином, щоб забезпечувати захист природної спадщини, яку складають екосистеми та біологічне різноманіття, а також охороняти види дикої фауни і флори, яким загрожує зникнення; учасники туристського процесу, і особливо, професіонали сфери туризму повинні погоджуватися з встановленням певних обмежень і меж на діяльність, яку вони здійснюють в особливо вразливих місцях - зонах пустель, полярних і високогірних районах, прибережних зонах, тропічних лісах і вологих зонах, які підходять для створення природних парків чи заповідників.

5. Природний туризм і екотуризм визнаються як цінні форми туризму в силу того, що вони виявляють повагу до природної спадщини і місцевого населення і дотримуються потенціалу прийому туристських об'єктів.

Стаття 4. Туризм – сфера, яка використовує культурну спадщину людства і вносить свій внесок у її збагачення

1. Туристські ресурси є загальним надбанням людства; спільноти, на території яких вони розташовані, мають по відношенню до них особливі права і обов'язки;

2. Туристська політика та діяльність здійснюються на основі поваги художньої, археологічної та культурної спадщини з метою її захисту і збереження для майбутніх поколінь; особлива увага при цьому приділяється охороні і піклуванню про пам'ятки, святилища та музеї, які повинні бути широко доступні для відвідування туристами; слід заохочувати доступ публіки до культурних цінностей і пам'ятників, що знаходяться в приватному володінні, з повагою до прав їх власників, а також в будівлях релігійного характеру, без шкоди для культурних потреб.

3. Фінансові кошти, одержувані завдяки відвідуванню об'єктів і пам'ятників культури, слід хоча б частково використовувати для підтримки, охорони, поліпшення і реставрації цієї спадщини.

4. Туристську діяльність слід планувати таким чином, щоб забезпечити збереження і процвітання традиційних ремесел, культури та фольклору, а не вести до їх стандартизації і збіднення.

Стаття 5. Туризм – діяльність, вигідна для приймаючих країн і співтовариств

1. Місцеве населення має залучатися до туристської діяльності і брати участь на рівноправній основі в отриманні економічних, соціальних і

культурних вигод, що утворюються, особливо, у формі прямого і опосередкованого створення в результаті цієї діяльності робочих місць.

2. Туристська політика повинна проводитися таким чином, щоб вона сприяла підвищенню життєвого рівня населення районів, які відвідуються, і відповідає їх потребам; при містобудівному та архітектурному плануванні та експлуатації туристських центрів і засобів розміщення необхідно передбачати їх максимальну інтеграцію в місцеве соціально-економічне середовище; при рівних умовах у першу чергу слід вишукувати можливість найму місцевої робочої сили.

3. Необхідно приділяти особливу увагу специфічним проблемам прибережних зон та острівних територій, а також вразливим сільським і гірським районам, для яких туризм часто є однією з рідкісних можливостей розвитку в умовах занепаду традиційних видів економічної діяльності.

4. Професіонали сфери туризму, особливо інвестори, повинні, в рамках правил, встановлених державною владою, проводити дослідження впливу своїх проектів розвитку на навколишнє середовище і природу, вони також повинні, з максимальною транспарентністю і об'єктивністю, надавати інформацію про свої майбутні програми та їх можливі наслідки, і сприяти діалогу з зацікавленим населенням щодо їх змісту.

Стаття 6. Обов'язки учасників туристського процесу

1. Професіонали сфери туризму зобов'язані надавати туристам об'єктивні правдиві відомості про місце призначення і про умови поїздки, прийому та перебування; вони повинні забезпечувати ясність положень договорів, пропонуєваних їх клієнтам, як у плані характеру, ціни і якості послуг, які вони зобов'язуються надати, так і в плані фінансових зобов'язань у випадку одностороннього порушення договірних зобов'язань з їхнього боку.

2. Професіонали сфери туризму, в тій мірі, в якій це від них залежить, спільно з органами державної влади повинні дбати про безпеку, запобігання нещасних випадків, охорону здоров'я та гігієну харчування для осіб, що звертаються за їх послугами; вони повинні забезпечувати належні системи страхування і допомоги; брати зобов'язання звітувати у відповідності з умовами, передбаченими в їх національному законодавстві, і надавати справедливую компенсацію при невиконанні своїх договірних зобов'язань.

3. Професіонали сфери туризму, в тій мірі, в якій це від них залежить, повинні сприяти культурному і духовному вдосконаленню туристів і дозволяти їм відправляти в ході поїздок свої релігійні потреби.

4. Влада держав, які направляють і приймають туристів, в контакт з зацікавленими професіоналами сфери туризму та їх асоціаціями, повинна забезпечувати прийняття та дотримання туристськими компаніями вищевказаних правил і зобов'язань з репатріації туристів у разі неспроможності компанії, які організували їх поїздки.

5. Уряди мають право і несуть обов'язок – особливо в кризових ситуаціях, інформувати своїх громадян про складні умови і навіть небезпеки, з якими вони можуть зіткнутися при поїздках за кордон, однак вони повинні повідомляти

такі відомості, не завдаючи невинуватої або перебільшеної шкоди туристській індустрії приймаючих країн та інтересам компаній у своїх країнах; зміст таких можливих попереджень має попередньо обговорюватися з владою приймаючих країн та зацікавленими професіоналами; вироблені рекомендації повинні суворо відповідати серйозності сформованих ситуацій і обмежуватися тими географічними зонами, в яких підтверджені проблеми з безпекою; ці попередження повинні пом'якшуватися чи скасовуватися, як тільки відновлюється нормальне положення.

6. Преса, особливо, спеціалізована туристська преса та інші засоби масової інформації, включаючи сучасні засоби електронного зв'язку, повинні забезпечувати правдиву і збалансовану інформацію про події та ситуації, які можуть вплинути на відвідуваність туристами; вони також повинні забезпечувати споживачів туристських послуг точними і надійними відомостями; з цією метою також розробляються і застосовуються нові інформаційні технології; при цьому преса та інші засоби масової інформації жодним чином не повинні сприяти сексу-туризму.

Стаття 7. Право на туризм

1. Можливість безпосередньо і особисто відкривати для себе і насолоджуватися визначними пам'ятками нашої планети являє собою право, яким в рівній мірі володіють всі жителі Землі; все більш активна участь у внутрішньому і міжнародному туризмі має розглядатися як одне з найкращих можливих проявів збільшення вільного часу, і цьому явищу не можна чинити жодних перешкод.

2. Загальне право на туризм є наслідком права на відпочинок і рекреацію, включаючи розумне обмеження робочого часу і періодичні оплачувані відпустки, що гарантується у статті 24 Загальної декларації прав людини (995_015) і в статті 7 «d» Міжнародного пакту про економічні, соціальні і культурні права (995_042).

3. Необхідно стимулювати і розвивати при підтримці державної влади соціальний туризм і особливо колективний туризм, який сприяє широкому доступу до відпочинку, поїздок і відпусток.

4. Слід заохочувати і сприяти розвитку сімейного, молодіжного та студентського туризму, а також туризму для осіб похилого віку та інвалідів.

Стаття 8. Свобода туристських подорожей

1. Відповідно до статті 13 Загальної декларації прав людини (995_015), туристи та відвідувачі мають право, з урахуванням міжнародного права і національних законодавств, вільного пересування по території своїх країн, а також з однієї держави в іншу, вони повинні мати можливість доступу в зони транзиту та перебування, а також на туристські і культурні об'єкти, не піддаючись надмірним формальностям або дискримінації.

2. Туристи і відвідувачі повинні мати доступ до всіх наявних форм внутрішніх і зовнішніх комунікацій; вони повинні мати оперативний і безперешкодний доступ до місцевого адміністративного, юридичного та

медичного обслуговування; у відповідності з діючими дипломатичними конвенціями вони повинні мати можливість вільно звертатися до консульської влади країн свого походження.

3. Туристи і відвідувачі повинні користуватися тими ж правами, що і громадяни відвідуваної ними країни в плані конфіденційності їх особистих даних та відомостей, особливо, що стосується даних, що зберігаються електронним способом.

4. Адміністративні формальності перетину кордонів, які введені державами або випливають з міжнародних угод, як наприклад, візові, санітарні та митні формальності, повинні у міру можливості адаптуватися таким чином, щоб сприяти свободі подорожей і доступу максимального числа людей до міжнародного туризму; слід заохочувати угоди між групами країн, спрямовані на гармонізацію і спрощення цих формальностей; слід поступово скасовувати або коректувати спеціальні податки і збори, що обтяжують туристську індустрію і завдають шкоди її конкурентоспроможності.

5. Відвідувачі повинні мати можливість купувати, відповідно до економічного стану країни, з якої вони виїжджають, суми у вільно конвертованій валюті, необхідні для їх поїздки.

Стаття 9. Права працівників і підприємців туристичної індустрії

1. Основні права найманих і незалежних працівників туристської індустрії та суміжних галузей необхідно гарантувати під контролем адміністрацій як держав їх походження, так і приймаючих країн, з урахуванням специфічних обмежень, пов'язаних, зокрема, з сезонним характером їх діяльності, глобальним масштабом туристської індустрії і гнучкістю, яка потрібно від них у зв'язку з характером їх роботи.

2. Наймані і незалежні працівники сфери туризму і суміжних галузей мають право і зобов'язані проходити належне початкове навчання та постійно підвищувати свою кваліфікацію, вони повинні мати гідне соціальне забезпечення; слід максимально підвищувати надійність їх зайнятості; для сезонних працівників сектора повинен бути запропонований особливий статус, особливо в плані їх соціального захисту.

3. Всі фізичні та юридичні особи, які володіють необхідними здібностями і кваліфікацією, повинні мати право займатися професійною діяльністю в сфері туризму у рамках діючих національних законодавств; підприємці та інвестори, особливо представники малих і середніх підприємств, повинні мати вільний доступ до туристського сектору з мінімальними юридичними та адміністративними обмеженнями.

4. Обмін досвідом, запропонований управлінським кадрам і працівникам з різних країн, як найманим, так і самодіяльним, сприяють вдосконаленню світової індустрії туризму; їм слід максимально сприяти з урахуванням національних законодавств і міжнародних конвенцій.

5. Багатонаціональні компанії туристської індустрії, які є незамінним чинником солідарності в справі розвитку і динамічного зростання міжнародних обмінів, не повинні зловживати домінуючим положенням, яке вони іноді

займають; вони повинні уникати свого перетворення в засоби штучного нав'язування приймаючим співтовариствам соціально-культурних моделей; в обмін на їх свободу інвестувати і торгувати, яку повністю визнати, вони повинні брати участь у місцевому розвитку, не допускаючи зменшення внесеного ними вкладу в економіку, в яких вони діють, внаслідок надмірної репатріації своїх прибутків або стимулювання імпорту.

6. Партнерство та встановлення збалансованих відносин між підприємствами відправляючих і приймаючих країн сприяють сталому розвитку туризму і справедливому розподілу вигод, що утворюються в результаті його зростання.

Стаття 10. Реалізація принципів Глобального етичного кодексу туризму

1. Державні і приватні учасники туристського процесу повинні співпрацювати в справі реалізації цих принципів і повинні контролювати їх ефективне застосування.

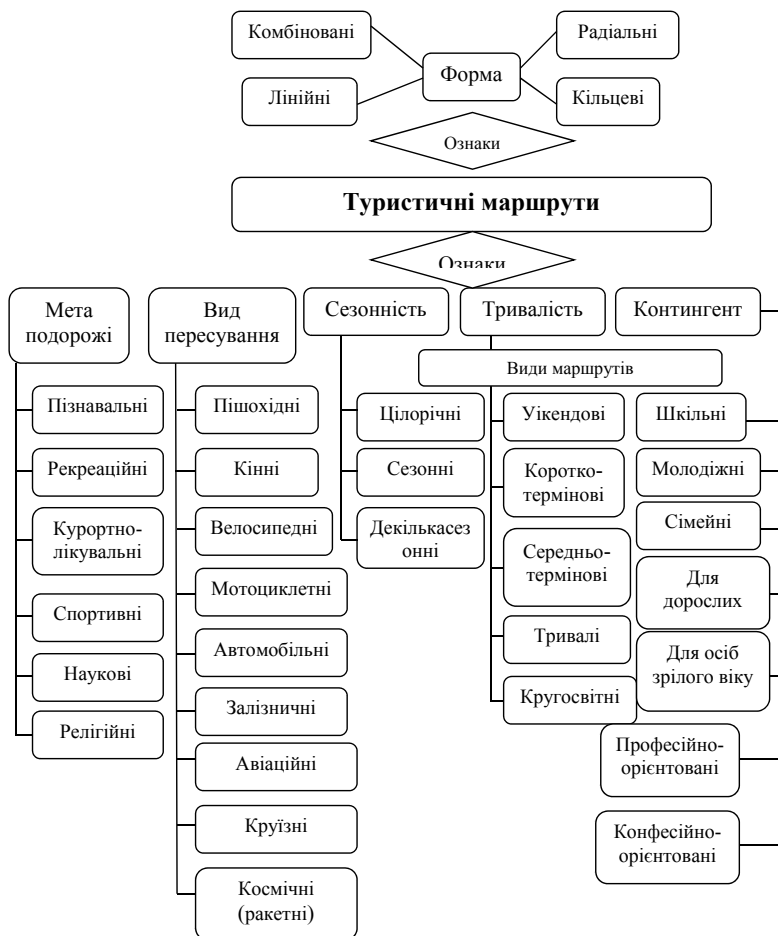
2. Учасники туристського процесу повинні визнати роль, яку відіграють міжнародні організації, в першу чергу Всесвітня туристська організація, і неурядові організації, які займаються питаннями просування та розвитку туризму, захисту прав людини та охороною навколишнього середовища і здоров'я, з урахуванням дотримання основних принципів міжнародного права.

3. Ті ж учасники туристського процесу повинні проявити намір передавати з метою примирення всі спірні питання, пов'язані із застосуванням або тлумаченням Глобального етичного кодексу туризму, неупередженому третьому органу, іменованому «Всесвітній комітет з етики туризму».

Стандартна класифікація засобів розміщення туристів

Категорія	Розряд	Група
1. Колективні засоби розміщення туристів	1.1. Готелі та аналогічні засоби розміщення туристів	1.1.1. Готелі 1.1.2. Аналогічні заклади
	1.2. Спеціалізовані заклади	1.2.1. Оздоровчі заклади 1.2.2. Табори праці та відпочинку 1.2.3. Громадські засоби транспорту 1.2.4. Конгрес-центри
	1.3. Інші колективні заклади	1.3.1. Житло для відпочинку 1.3.2. Площадки для кемпінгу 1.3.3. Інші колективні заклади
2. Індивідуальні засоби розміщення туристів	2.1. Індивідуальні засоби розміщення	2.1.1. Власне житло 2.1.2. Орендовані кімнати у сімейних будинках 2.1.3. Житло, яке орендується у приватних осіб чи агентств 2.1.4. Розміщення, що надається безкоштовно родичам чи знайомим 2.1.5. Інше розміщення на індивідуальній основі

Класифікація туристичних маршрутів



НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

В. В. Джинджоян, Н. А. Горожанкіна,
І. Л. Сазонець, М. В. Корнєєв, К. М. Горб

ОСНОВИ ТУРИЗМОЗНАВСТВА ТА РЕКРЕАЛОГІЇ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

*2-ге видання,
розширене та доповнене*

Друкується в авторській редакції

Підписано до друку 19.03.2026 р. Формат 60x84 1/16.
Друк цифровий. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 13,35. Тираж 300 прим.

Видавництво «SBA Print»
тел.: +38067-393-33-34
e-mail: 3933334@ukr.net
www.sbaprint.com.ua

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного
реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 5409 від 02.08.2017 року.