

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет ветеринарної медицини
та біотехнологій імені С.З. Гжицького

Кафедра туризму

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО
СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ ТА ВИКОНАННЯ
САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ
«ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ»**

**(для студентів II курсу навчання факультету
економіки та менеджменту спеціальності 242 «Туризм і рекреація»)**

Львів – 2023

Методичні вказівки до семінарських занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Географія туризму і рекреації» (для студентів другого курсу навчання факультету економіки та менеджменту спеціальності 242 «Туризм і рекреація»).

Укладачі: Терлецька О.В. – кандидат географічних наук, доцент.

Рецензент: доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри географії України Львівського національного університету ім. Івана Франка **Лозинський Роман Мар'янович.**

Погоджено навчально-методичною комісією спеціальності «Туризм і рекреація» (Протокол № 1 від 12.10.2023р.)

Затверджено навчально-методичною радою факультету економіки та менеджменту (Протокол № 1 від 26.10.2023р.)

В С Т У П

Дисципліна «Географія туризму і рекреації» передбачає системне викладення конструктивно-прикладних та теоретичних здобутків даної галузі науки та особливості організації туризму в умовах нестабільної економіки України.

Туристично-географічні знання є необхідні кожному працівнику туристичної сфери, вони сприяють розвитку наукових підходів щодо організації туризму та дають змогу оцінювати і аналізувати довкілля крізь призму розвитку туризму.

Географія туризму і рекреації як дисципліна займається вивченням країн і регіонів, які представляють інтерес для туризму. Особливий підхід даної дисципліни, що вирізняє її з поміж інших напрямів географії полягає в тому, що її цікавить не комплексне дослідження природи, населення і господарства тої чи іншої країни чи місцевості, і не встановлення взаємозалежності між людством та географічним середовищем, а вивчення і характеристика тих особливостей природи, ландшафту, клімату, флори та фауни країни, що роблять її цікавою та привабливою як туристичний об'єкт.

Велике значення для географії туризму має історико-культурний компонент, оскільки чимало країн привертають увагу туристів не тільки сприятливим кліматом та чудовими особливостями ландшафту, а й пам'ятками історії та культури.

Сфера інтересів географії туризму і рекреації дуже багатогранна, вона охоплює не тільки природні та культурно-історичні об'єкти, але й інші цікаві місця та події, що привертають увагу туристів з різними потребами та вподобаннями.

Своїм походженням туризм зобов'язаний різноманітності географічних районів світу і прагненням людей ознайомитись з цією різноманітністю. Види, цілі і форми подорожей, а також вибір маршруту тісно пов'язані з певними географічними об'єктами та районами. Отож, географічний чинник відіграє ключову роль у туризмі.

Метою даного курсу є формування:

- системи знань про наукові підходи і принципи організації туризму;
- навиків оцінення туристичної діяльності крізь призму простору та на основі цього оптимізувати територіальну організацію сфери туризму;

- знань про значення туристичних ресурсів та об'єктів для людства;
- навичок комплексної географічної характеристики спеціалізованих видів туризму, що являються інформаційною базою для формування програм перебування туристів, розробки спеціальних турів та умовою розвитку програмного туризму.

Завдання курсу:

- висвітлення теоретико-методологічних засад географії туризму;
- розкриття особливостей методології та методики проведення географічних досліджень у сфері туризму;
- гармонізація взаємовідносин природного середовища та суспільства.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен:

знати:

- теоретичні та методологічні основи географії туризму;
- туристське ресурсознавство (природні, історико-культурні, соціально-економічні, їх склад та особливості);
- найвідоміші методики оцінення рекреаційних ресурсів та рекреаційних навантажень на природні системи;
- географію спеціальних видів туризму;

вміти:

- пояснювати предметну сферу дослідження географії туризму;
- аналізувати існуючий туристський потенціал територій щодо здійснення того чи іншого виду туризму, використовуючи статистичну та планову документацію, а також дотримуючись стандартних методик;
- розробляти проекти нових турів, пропонувати ефективні та альтернативні форми надання рекреаційних послуг, опираючись на потенційний попит споживачів;
- укладати угоди із зарубіжними споживачами, користуючись результатами досліджень світового ринку послуг.

Структуру курсу побудовано таким чином, щоб поєднати теоретичне навчання з отриманням певних вмінь і навичок під час семінарських занять, спрямованих на активізацію пізнавальної діяльності студентів не тільки в аудиторний час, а й у процесі самостійної роботи.

Загальні положення для виконання самостійної роботи

Самостійна робота є однією з форм навчального процесу і охоплює як аудиторну, так і поза аудиторну роботу студентів.

Однією з форм самостійної роботи студентів є вивчення матеріалів з літературних джерел, періодичних видань, законодавчих документів. Для раціонального запам'ятовування матеріалу потрібно скласти конспект основних тез або посилань на конкретні сторінки, що дозволить швидко знайти потрібний матеріал.

Готуючись до лекції, студенту треба опрацювати матеріал попередньої, користуючись додатково підручниками зі списку рекомендованої літератури. Це має особливе значення, оскільки в лекціях висвітлюється не весь матеріал, а лише основні теоретичні положення, найактуальніші проблеми.

Другою формою самостійної роботи є підготовка до семінарських занять, яка починається після опрацювання лекційного матеріалу. Студент повинен уважно вивчити теоретичні положення теми для відповіді на контрольні питання, які наведено у даних методичних вказівках. Метою проведення семінарського заняття є здійснення контролю опанування матеріалу студентами.

Наступною формою самостійної роботи для студентів заочної форми навчання є написання контрольних робіт з окремих тем чи розділів навчального курсу. Вони є важливим засобом перевірки знань студентів та використовуються під час підсумкового контролю.

Теми контрольних робіт обираються кожним студентом самостійно із числа запропонованих. Разом із тим, студенти можуть вносити свої пропозиції щодо тематики.

Однією з форм контролю є підготовка рефератів з основних питань тем. Написання реферату дає студентам можливість глибше вивчити проблемні питання. Студенти набувають навичок самостійної роботи з літературою, нормативними документами, вміють систематизувати матеріали і викладати його в письмовій формі.

Головні вимоги до змісту реферату – творчий підхід щодо підбору та викладення матеріалу. Реферат включає титульний аркуш, план, висновки, список використаної літератури. Обсяг реферату – не більше 10 сторінок друкованого тексту.

Формою самостійної роботи є також підготовка до іспиту. Вона пов'язана з систематичним вивченням питань та вмінням логічно викладати суть питання

Тематика семінарських занять

I. Географія туризму як наука та навчальна дисципліна.

План

1. Географія туризму як наука. Особливості вивчення географії туризму.

Географія туризму - це географічна наука, що вивчає територіальну організацію туристичного господарства, умови та особливості його розвитку в різних районах та країнах».

Завданнями географії туризму визначались: оцінка рекреаційних ресурсів, економічне обґрунтування та пошук засобів їх ефективного використання; визначення передумов розвитку туризму; вивчення територіальної організації туристичного господарства; дослідження туристичних зв'язків; туристичне районування та моделювання територіальної організації; прогнозування розвитку туризму.

Таким чином, предметне коло географії туризму торкалось передусім питань територіальної організації туристичного господарства, яке розглядається як «галузь народногосподарського комплексу, яка обслуговує туристів». Ця галузь сфери обслуговування є комплексною, спеціалізованою, розвивається на основі ефективного використання туристичних ресурсів, а найефективнішою формою територіальної організації туризму є територіальна рекреаційна система (ТРС).

2. Об'єкт, предмет та зміст географії туризму.

Динамічність та масштабність туризму, його соціально-економічні наслідки є тим об'єктивним підґрунтям, на якому сформувався соціальне замовлення на географічні дослідження туризму. Географія туризму на вітчизняних теренах формувалась протягом 60-80-х років ХХ ст. в складі рекреаційної географії як її розділ.

Об'єктом вивчення географії туризму є людина, групи людей, суспільство та сфера туризму з усіма можливими взаємозв'язками і взаємовідношеннями між ними. Розрізняють ще й конкретні об'єкти вивчення географії туризму. З-поміж них — туристична поведінка і ставлення до туризму людини, груп людей, суспільства, туристична діяльність туристичних організацій, туристичні ресурси.

Предметом вивчення географії туризму постають властивості або особливості територіальних поєднань, спрямовані на формування туристичного продукту задля задоволення туристичних потреб на ринку туристичних послуг.

Аспект дослідження цієї науки становлять особливості геопросторово-часового розвитку і функціонування як загального, так і конкретних об'єктів

географії туризму. Найважливіший *метод* дослідження в географії туризму геометод, а також низка методів, які використовуються в інших науках (наприклад, картографічні, моделювання, статистичні, соціологічні).

Мета дослідження географії туризму — розроблення оптимальних моделей сфери туризму, зокрема територіально-туристичних систем, обґрунтування та реалізація туристичного районування з метою визначення особливостей туристичних функцій території, прогноз тенденцій зміни цих функцій при трансформації географічного поділу праці у сфері туризму та координації розвитку туризму відповідно до динаміки поступу видів економічної діяльності територіальних господарських комплексів, наукове передбачення, планування оптимального використання соціальних і природних систем туристичних ресурсів. Отже, йдеться про виявлення територіальних закономірностей та особливостей територіальної організації туризму як комплексу природних, економічних і соціальних явищ, об'єктів.

3. Місце географії туризму в системі наук.

Місце географії туризму в системі географічних наук визначається предметно-об'єктною сферою та колом завдань, спрямованих на виконання суспільного замовлення. Розширення предметно-об'єктної сфери географії туризму є об'єктивним процесом, відповідним розвитку об'єкту дослідження, що позначилось й на розширенні теоретико-методологічної бази географії туризму в бік збільшення впливу суспільно-географічної складової. Зокрема, дослідження ринку споживача посилило роль географії населення та розселення, а дослідження ринку виробника послуг - географії послуг; питання територіальної диференціації та врівноваження попиту/пропозиції потребують геомаркетингових досліджень.

Дослідження ринку туристичних послуг - міждисциплінарна географічна проблема, яка може бути ефективно вирішена застосуванням теоретико-методологічного та методичного апарату рекреаційної географії (вчення про ТРС), географії послуг (вчення про територіальну організацію сфери послуг) та географії туризму (закономірності формування туристичних потоків та географія туристичних міграцій).

Сучасний розвиток географії туризму як складової географічного мислення у напрямках, які відображають новітні соціальні орієнтири загальнонаукового процесу, по-перше, свідчать про здатність наукової дисципліни, що безпосередньо відбиває функціонально-змістовну сутність такого складного і багатоаспектного явища як туризм, вчасно реагувати на вимоги модернізації концептуальних аспектів; по-друге, саме ґрунтуючись на цьому, визначає її ключову роль у реалізації синергетичного підходу у

формуванні вихідних теоретико-методологічних засад туризмології як цілісного і єдиного у світоглядному відношенні системного розуміння туризму.

4. Зв'язки з іншими науками. Система географічних наук в туризмі.

Ми розглядаємо географію туризму як галузь географічної науки, що вивчає територіальну організацію туристичної діяльності, умови й особливості її розвитку та розміщення, будучи у тісних взаємозв'язках із іншими географічними дисциплінами.

Так, фізична географія вивчає природні чинники розвитку географії туризму, а також вплив туристичної діяльності на природне середовище. Кліматологія, будучи пов'язаною з бальнеокліматологією, біокліматологією, досліджує природну ресурсну базу, необхідну для розміщення оздоровниць, і придатність клімату для розвитку активного відпочинку й оздоровлення відпочиваючих.

Економічна та соціальна географія як одна зі суспільних дисциплін аналізує розміщення й просторову диференціацію туризму та супутних з нею галузей.

Географія населення та міграції вивчає зміни і демографічні особливості територій, пов'язані з розвитком туризму, а також особливості розселення, яке може визначально впливати на розміщення туристичних об'єктів. Географія сфери послуг вивчає питання, що характеризують забезпеченість відповідних територій найрізноманітнішими послугами, необхідними для розвитку туристичної діяльності.

Географія культури доповнює інші географічні дисципліни знаннями про соціокультурні утворення обжитих територій, які використовуються або можуть стати ресурсом для розвитку туристичної діяльності.

Картографії належить вагома роль у дослідженні просторових закономірностей туристичної діяльності, що можуть становити інтерес для географії туризму.

5. Головні поняття і категорії в географії туризму.

Поняття «туризм» почало формуватися з початком масового переміщення значної кількості людей з метою змістовного проведення дозвілля. Нині вже можемо говорити про туризм як про суспільне явище, пов'язане з добровільною тимчасовою зміною місця перебування, ритму і середовища життя, а також безпосереднім контактом із середовищем (природним, культурним чи суспільним). Це суспільне явище настільки багатогранне, що дати йому єдине точне та повне визначення практично неможливо.

Туризм — найдинамічніша сфера людської діяльності, чинник економічного та культурного розвитку, захисту навколишнього середовища та історико-культурної спадщини, міжнародного взаєморозуміння, миру, дотримання прав людини та основних свобод без різниці у расі, статі, мові та релігії. Туризм — економічне джерело створення нових робочих місць та отримання прибутку, розвитку інфраструктур: промисловості. Туризм — невід'ємна складова загального міжнародного ринку.

Суб'єкт туризму — це турист, який задовольняє свої рекреаційні потреби та характеризується певними рисами, властивостями і станами (фізіологічними, психологічними, екологічними, економічними, соціальними тощо).

турист - особа, яка здійснює подорож по Україні або в іншу країну з різною, не забороненою законом країни, метою на термін від 24 годин до шести місяців.

суб'єкти туристичної діяльності - підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, фізичні особи, які в установленому чинним законодавством України порядку і мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг;

туристична індустрія - сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів;

туристичні послуги - послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямованих на задоволення потреб туристів;

туристичний продукт - комплекс туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туриста під час його подорожі;

6. Еволюція туризму в контексті географічних наук.

Друга половина ХХ ст. позначена значними темпами розвитку туризму, що обумовило стрімку розбудову туристичної індустрії, тому на перший план вийшли дослідження з питань територіальної організації і оптимізації рекреаційної діяльності. Міждисциплінарний підхід покладений в основу туризмознавства - комплексної географічної дисципліни про територіальну організацію туризму. Зарубіжні дослідження рекреації і туризму на цьому етапі

торкались переважно економічних питань, в складі яких вирішувались і питання територіальної організації.

Оскільки, предметом вивчення географії туризму постають властивості або особливості територіальних поєднань, спрямовані на формування туристичного продукту задля задоволення туристичних потреб на ринку туристичних послуг.

Виходячи з предметно-об'єктної сутності географії туризму, її основними завданнями є визначення: - кола умов та чинників, що впливають на формування попиту та пропозиції, їх просторово-часової структури, динаміки, диференціації, напрямків та сили впливу з метою прогнозування розвитку та моделювання процесу; - впливу та проявів загальносвітових закономірностей розвитку туризму в конкретних умовах національного ринку з метою розробки принципів його територіальної організації; - місця і ролі національного туристичного ринку в глобальному та регіональному туристичному процесі, в формуванні глобальних геопросторових структур; - просторово-часової структури та територіальної диференціації туристичного споживання, яке відтворює рівень сформованості внутрішньому ринку, що функціонує в формі міжгалузевого комплексу - індустрії туризму; - рівня сформованості, комплексно-пропорційного розвитку індустрії туризму, її відповідності обсягу та структурі попиту, форм територіального зосередження попиту та територіальної організації індустрії туризму.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Підходи до вивчення визначення туризму.

У сучасній науковій літературі можемо знайти багато визначень поняття "туризм", що суттєво відрізняються одне від одного насамперед тому, що їх автори розглядають туризм із різних аспектів:

— як особливу форму пересування людей за визначеним маршрутом з метою відвідання конкретного об'єкта або задоволення своїх інтересів і повернення на постійне місце проживання;

— як форму розвитку особистості, яка реалізується через соціально-гуманітарні функції (виховну, навчальну, оздоровчу та спортивну);

— як форму організації відпочинку, проведення дозвілля; — як галузь господарства, пов'язану з обслуговуванням людей, що тимчасово перебувають поза межами постійного місця проживання;

— як сегмент ринку, в якому сходяться підприємства таких галузей господарства, як транспорт, харчування, готельне господарство, культура торгівля тощо;

— як явище, що виходить за межі традиційних уявлень, які асоціюються виключно з відпочинком.

У законі України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р. наведено так визначення: туризм — це тимчасовий виїзд (подорож) осіб з постійного місця проживання з пізнавальною, оздоровчою, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою на термін від 24 годин до одного року поспіль, без зайняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування.

2. Історичні періоди розвитку географії туризму.

Слід зазначити, що європейська школа географії туризму почала складатися ще в середині XIX ст. і напрямки географічних досліджень відбивають основні етапи розвитку туризму. Подорожі задля активного відпочинку (походи і прогулянки в горах, прогулянки на човнах, а згодом і велосипедні прогулянки) стимулювали перш за все комплексні дослідження фізико-географічних об'єктів (Альпи, Карпати) з метою визначення можливостей їх використання в туризмі. Саме виявленню природно-рекреаційних ресурсів і можливостям їх атракції в туризм присвячені роботи кінця XIX - початку XX ст. В першій половині XX ст. основна увага приділялась краєзнавчій діяльності, чим був зроблений значний внесок в розширення ресурсної бази туризму і стимулювався його комплексний розвиток.

Друга половина XX ст. позначена значними темпами розвитку туризму, що обумовило стрімку розбудову туристичної індустрії, тому на перший план вийшли дослідження з питань територіальної організації і оптимізації рекреаційної діяльності. Основні функції рекреаційного природокористування.

3. Система географічних наук в туризмі.

Географія туризму в рівній мірі пов'язана з географічними, гуманітарними та технічними науками, зокрема, соціально-економічною історією та архітектурою, рекреаційною географією, етикою та естетикою, географією культури та правознавством, медичною географією та конструктивною географією.

Географія туризму тісно пов'язана з такими природничими науками як біологія, екологія, медицина.

ЗАВДАННЯ

1. Опрацюйте матеріал щодо різних трактувань визначення «туризм» та оформіть його у вигляді таблиці.
2. Охарактеризуйте основні групи туристів.

Література до теми I:

1. Луцишин Н.Я., Луцишин Я. В. Економіка й організація міжнародного туризму: Навч. посіб. Луцьк, 2003. 148 с.
2. Мальська М. Я., Худо В. В. Туристичний бізнес; теорія і практика: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
3. Мальська М. Я., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: Навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 348 с.

II Головні поняття і терміни географії туризму.

План

1. Підходи до визначення туризму та їх географічна інтерпретація.

У сфері туризму використовують значну кількість спеціальних термінів і понять, які здебільшого ще не отримали загальноприйнятого визнання. Вони продовжують розвиватися та вдосконалюватися.

Слово "туризм" походить від французького *tourisme* (*tour*) - обхід, об'їзд, прогулянка, поїздка, подорож. Цей термін міцно ввійшов у світову практику з другої половини XIX ст. На перших порах він означав пішохідне переміщення з метою прогулянки, а в XX ст. поступово набув універсального значення, охоплюючи цим поняттям будь-які переміщення людини з метою відпочинку, оздоровлення, пізнання. Дотепер не сформовано однозначного підходу до трактування поняття "туризм".

У науковій літературі дефініції терміна "туризм" подано в працях вітчизняних (М. Крачило, О. Любіцева, В. Федорченко, В. Кравців, М. Мальська, М. Рутинський, С. Кузик) і зарубіжних учених (В. Преображенський, М. Мироненко, П. Жолдак, І. Зорін, К. Крапф, В. Гунзикер, Ц. Каспар, В. Гаворецькі та ін.). Більшість розглядають туризм різновидом подорожі, де його учасники перебувають поза межами постійного місця проживання з метою відпочинку, оздоровлення або в інших подібних справах. Швейцарські науковці (Бернський університет) К. Крапф і В. Гунзикер вважають: туризм - це сукупність відносин та явищ, які мають місце під час подорожей у певну місцевість за умови

нетривалого поселення та нездійснення діяльності, що може спричинити отримання доходів.

2. Класифікація туризму з позицій географічної науки. Форми, види та типи туризму.

Стосовно класифікації туризму, то висвітлені у попередніх підрозділах його зміст і сутність підтверджують, що туризм - це складне соціально-економічне явище, яке вимагає своєрідного підходу, оскільки необхідно враховувати різноманітні мотиви проведення відпочинку та можливості його здійснення. Тому кількісні відмінності значно поступаються явищам, котрі в туризмі класифікують через посилення на їх ознаки.

У науковій літературі використовують найрізноманітніші підходи до класифікації туристичної діяльності. Так, відомий український географ-туризмознавець М. Крачило виокремлює класи, форми та види туризму. Залежно від характеру туристичних потоків, він визначає два класи: внутрішній (національний) та іноземний.

Форми туризму вчений вирізняє за такими ознаками: характером організації: плановий (організований) і самодіяльний (неорганізований); тривалістю подорожі (короткотривалий, довготривалий); інтенсивністю туристичних потоків: постійний, сезонний.

Види туризму, що визначаються мотивацією туристичної подорожі, М. Крачило класифікує на курортно-лікувальний, культурно-розважальний, релігійний, спортивний, пізнавально-діловий і навіть промисловий. Залежно від способу подорожування вчений виокремлює такі види туризму, як автомобільний, автобусний, авіаційний, морський, річковий, залізничний, мотоциклетний, велосипедний, пішохідний, гірський, лижний, водний, підводний, спелеологічний і комбінований.

3. Функції туризму та їх значення. Сутність і складові напрямки туризмології.

До головних функцій туризму відноситься:

- а) функція відпочинку, пов'язана із задоволенням потреб відновлення фізичних і психічних сил;
- б) оздоровча функція, пов'язана з покращенням стану здоров'я в результаті туристичних виїздів, напр. до санаторіїв;

- в) виховна функція, яка стосується сукупності впливів і діяльності, спрямованої на формування розвитку людини (туриста) в процесі туристичного виїзду;
- г) економічна функція, яка виникає з факту, що туризм є, зокрема, чинником економічного розвитку територій туристичної рецепції;
- д) навчальна функція (напр. пізнавальна, освітня), пов'язана з пізнаванням світу, набуванням досвіду;
- е) функція охорони природи, яка виникає з охорони об'єктів природної спадщини для розвитку туризму (напр. національних парків) а також формування екологічної свідомості серед туристів;
- є) політична функція, напр. через формування іміджу країни за кордоном;
- ж) містоформуюча функція, що виникає з процесу туристичної урбанізації і розвитку міст;
- з) етнічна функція, яка супроводжує приїзд осіб (емігрантів або їх нащадків) до країни предків.

4. Сучасні наукові концепції та моделі в географії туризму.

Теорія розвитку туризму концептуально відповідає моделі залежного розвитку у широко популярному на заході ще у 70-х роках ХХ ст. Її заснував відомий аргентинський економіст Р. Пребіш. Згідно зі згаданою моделлю, економічний стан однієї групи країн, які характеризуються вищим рівнем розвитку, зумовлює розвиток іншої групи менш розвинутих країн. Ці відносини залежності зводяться до того, що існують країни, де економіка може успішно розвиватися лише за умови зовнішнього впливу на них розвинутіших країн. На думку більшості прихильників концепції залежного розвитку, під такий вплив потрапляють лише галузі міжнародного значення.

5. Концепція сталого розвитку туризму.

Концепція розвитку туризму як зустрічі культур. Суть її полягає у тому, що туристичні центри є місцем зустрічі представників різних культур, носії котрих - приїждже і місцеве населення. Унаслідок такої "зустрічі" відбувається взаємне зацікавлення, пізнання, можливе взаємопроникання культур. Однак може скластися ситуація, коли приїждже і навіть місцеве населення почуватимуться некомфортно, а в гіршому випадку - ображеними, що може зумовити конфлікт.

У такому випадку, зауважує А. Ковальчук, необхідно або минати таку місцевість, або змінювати поведінку обох сторін, аби запобігти такому непорозумінню. Концепція самознищення розвитку туризму пов'язана з екологічним станом рекреаційних територій. Якщо попередня концепція більше стосується моральних засад розвитку туризму, то концепція самознищення туризму пов'язана з негативною зміною рекреаційних територій, що здійснюється внаслідок проведення масових туристично-рекреаційних занять. Отже, неконтрольований розвиток туризму посилює його антропогенний тиск на рекреаційні території, призводить до самознищення туризму, де про подальший розвиток не може бути й мови.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Охарактеризуйте визначення «турист».

Перше офіційне тлумачення поняття «турист» прийняла Рада Ліги Націй у 1937 р., де сказано: туристом є кожен, хто подорожує 24 год або більше, а якщо подорож здійснюється поза межами своєї країни, подорожуючий вважається міжнародним туристом. Не можна вважати туристами, за рішенням Комітету експертів Ліги Націй, осіб, котрі перебувають у пошуках праці, заробітку, або постійного місця проживання, а також транзитних подорожуючих і тих, хто навчається.

Після Другої світової війни Міжнародний союз офіційних туристичних організацій (МСОТО) вніс окремі поправки до названого визначення. Однак, на думку польського дослідника В. Гаворецькі, ці поправки ще не посприяли одностайному визначенню поняття "турист". Проблема звелася до мотивації подорожі як підстава визначення категорії туризму. Адже кожен турист - подорожуючий, але не кожен подорожуючий - турист.

2. Міжнародні та внутрішні відвідувачі.

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

Термін "внутрішні відвідувачі» також був погоджений представниками країн - учасниць Римської конференції. Ними почали вважати осіб, котрі проживають у будь-якій країні й подорожують будь-якою місцевістю своєї країни за межами постійного помешкання, на період не більше ніж 12 місяців, і головною метою мандрівки не вважається заняття, що оплачують із джерел відвідуваного місця.

3. Туристичні ресурси, їхня характеристика та типи.

Туристичні ресурси - це сукупність природних і штучно створених людиною об'єктів (історико-культурних пам'яток, обслуговуючих закладів), що використовуються або придатні для творення туристичного продукту. їм притаманні такі ознаки: атрактивність (привабливість); доступність; стан вивчення; екскурсійно-пізнавальна значущість; запаси; спосіб використання та ін.

Туристичні ресурси розподіляють на природні, історико-культурні й інфраструктурні. Рекреаційна діяльність.

ЗАВДАННЯ

1. Перелічіть основні види туризму. Вкажіть числою класифікацією ви користувались та оформіть її у вигляді таблиці.

2. Виберіть правильну відповідь.

Дипломатичний туризм – це.....

- а) поїздки з метою відвідування родичів, знайомих, родинних місць.;
- б) поїздки пов'язані із задоволенням потреб мандрівника у пізнанні звичаїв, побуту та культури інших країн та народів;
- в) поїздки й участь у різнобічних політичних заходах, що офіційно влаштовують держави-учасники.

Література до теми II:

- 1. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України. К.: Альтерпрес, 2007. 369 с.
- 2. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підруч. для студ. вищ. навч. закл. К.: Знання, 2008. 661 с.
- 3. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.

III Чинники розвитку туризму і формування туристичного попиту.

План

1. Головні групи чинників розвитку туризму.

Більшість дослідників географії туризму вирізняють дві групи чинників його розвитку - соціально-економічні й природні (Е. Котляров, Н. Недашківська, І. Родічкін). На нашу думку, найконструктивнішу модель факторів розвитку туризму запропонував московський учений І. Зорін ще у 70-х роках ХХ ст. Суть зводилася до поділу чинників розвитку туризму на генеруючий і ті, які реалізують рекреаційно-туристичні потреби. Професор О. Шаблій вважає, що з територіально-просторового погляду, чинники розвитку туризму поділяють на

загальнодержавні та регіональні; з погляду приналежності до суспільних або природних процесів - на соціально-економічні й природно-географічні.

2. Природні та суспільно-географічні чинники розвитку туризму.

Геополітичні чинники розвитку туристичної діяльності.

У запропонованій нами класифікації географічних факторів розвитку і розміщення туризму поруч із фізико-географічними та суспільно-географічними вирізняють історико-культурні та геополітичні. З-поміж фізико-географічних чинників особливе місце посідають ландшафтні ресурси та кліматичні умови, які здебільшого і визначають туристично-рекреаційне використання території, впливають на формування та розвиток туристичного господарства, вибір району відпочинку і подорожі.

Геополітичні чинники суттєво позначаються на прийнятті рішень із організації міжнародних поїздок. Тут необхідно враховувати політичну ситуацію, її стабільність, відсутність конфліктів, ставлення населення до іноземних туристів, політичну культуру й аж тоді приймати рішення про відвідування цієї чи іншої території, країни, регіону.

3. Класифікація умов та чинників, їх вплив на формування попиту на послуги туризму.

Важливим чинником розвитку туризму залишаються кліматичні умови. Його складові - температурний і вітровий режим, кількість опадів - можуть бути визначальними під час розміщення відпочинково-оздоровчих об'єктів, формування туристичних центрів та створення необхідної інфраструктури. Кліматичне тло території значно пов'язане з характером рельєфу.

Дуже важливим чинником розвитку туризму є структура населення і наявність трудових ресурсів. Кількість населення, його розміщення можуть сприяти розвитку туризму або бути на перешкоді туристично-рекреаційного освоєння території.

4. Групи умов і чинників формування попиту на туристичні послуги.

Соціально-економічні умови формування ринку як чинник.

Соціально-економічний стан країни може мати вирішальне значення для розвитку туризму. Це добре простежуємо на прикладі країн, які постачають туристів, і країн, які їх приймають. Країни та регіони, котрі постачають туристів і є центрами формування міжнародних туристичних потоків, характерні високим рівнем розвитку економіки, високим життєвим рівнем, наявністю вільного часу, що сприяє більшості їх населення подорожувати екзотичними країнами. До них належить низка країн Європейського Союзу - Німеччина, Велика Британія, Франція, країни Бенілюксу, а також США, Канада, Японія.

Друга група факторів вказує на те, що обсяг туристичних потреб і його динаміка залежать передусім від загальної чисельності населення, тобто демографічної ситуації. І насамперед - від режиму відтворення населення, віку, статі, сімейного стану. З-поміж соціально-психологічних чинників істотно впливають на особистість потенційного туриста спосіб життя, стереотип поведінки у вільний час, традиції населення, його ментальність.

Важливим елементом інфраструктури, яка безпосередньо впливає на розвиток туризму, є її транспортна система – дорожня мережа, транспортні засоби.

5. Види туристичного попиту. Стиль життя як чинник туристичного попиту. Типи споживачів туристичних послуг.

Туристичний попит за характером можна поділити на основний, що полягає в реалізації мети подорожування, та додатковий, який виникає в певний час і в певному місці. Витрати туриста спрямовані на дотримання звичного способу життя і збільшуються на величину додаткового попиту, пов'язаного зі зміною потреб (наприклад, зростають потреби в товарах, особливо туристичного призначення; зростає частота звертання до культурно-просвітницьких закладів та закладів розваг тощо). До того ж, перебуваючи в іншому місці нетривалий термін, турист погано орієнтується в цінах і тому зростає вірогідність нерациональних покупок. На обсяг витрат суттєво впливає кон'юнктура цін.

Туристський попит має часову та територіальну структуру. Часова структура формується можливостями споживання певних туристичних благ (особливо природних) в певний час, а територіальна структура обумовлена локалізацією об'єктів туристичного призначення і їх концентрацією. Відповідно до цього туристичний попит пульсує протягом певного відрізка часу (року), набуваючи пікових значень в періоди масового відпочинку в найбільш популярних для даної території районах і затухаючи в періоди міжсезоння.

Поведінка потенційного споживача, - бо поки турист не придбав тур він є потенційним споживачем, - на ринку туристичних послуг обумовлена сукупною дією об'єктивних та суб'єктивних чинників, умов та обставин, які впливають на вибір турпродукту та прийняття рішення про його купівлю. Ключовою позицією тут є мета подорожі.

Тип особистості (екстравертний чи інтравертний) впливає передусім на мотивацію, вибір форми та виду подорожування. Екстраверти надають перевагу динамічним формам відпочинку з калейдоскопом вражень, більш підвладні впливу моди. Нові враження, нові знайомства можуть складати для них сенс відпочинку. Інтраверти почасти, навпаки, прагнуть обмежити спілкування під

час відпочинку, надаючи перевагу подорожуванню в звичному оточенні (родичі, друзі), в звичних місцях за звичних обставин.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Природно-антропогенні рекреаційно-туристичні ресурси.

Найбільш поширеним прикладом природно-антропогенних туристичних ресурсів є об'єкти природо-заповідного фонду: окремі функціональні зони природних і біосферних заповідників, національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, заказники, пам'ятки природи загальнодержавного та місцевого значення, а також ботанічні сади, зоологічні парки, дендрологічні парки, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва.

2. Назвіть основні чинники розвитку туризму та опишіть їх.

Дуже важливим чинником розвитку туризму є структура населення і наявність трудових ресурсів. Кількість населення, його розміщення можуть сприяти розвитку туризму або бути на перешкоді туристично-рекреаційного освоєння території. Зі зростанням кількості населення та підвищенням його добробуту потенційно зростатиме кількість бажаючих займатися туризмом. Зміна структури населення, зокрема до збільшення пенсійних груп, впливає на зростання потреби в стаціонарних закладах відпочинку й оздоровлення і, навпаки, зі зростанням кількості молодіжних груп виникає потреба в активних видах туризму, в тому числі пішохідного, лижного, водного та ін. До вагомих факторів розвитку туризму належить розвиток галузей матеріального виробництва, що дотичні до нього.

3. Головні типи туристичного попиту.

Туристичний попит за характером можна поділити на основний, що полягає в реалізації мети подорожування, та додатковий, який виникає в певний час і в певному місці. Витрати туриста спрямовані на дотримання звичного способу життя і збільшуються на величину додаткового попиту, пов'язаного зі зміною потреб (наприклад, зростають потреби в товарах, особливо туристичного призначення; зростає частота звертання до культурно-просвітницьких закладів та закладів розваг тощо). До того ж, перебуваючи в іншому місці нетривалий термін, турист погано орієнтується в цінах і тому зростає вірогідність нераціональних покупок. На обсяг витрат суттєво впливає кон'юнктура цін.

4. Основні принципи поведінки споживача туристичних послуг.

Основні принципи поведінки споживача ґрунтуються на свободі волевиявлення та законності вимог. На поведінку кожного конкретного

споживача впливає безліч об'єктивних, суб'єктивних, постійних, тимчасових, випадкових умов та чинників, від сукупної дії яких залежить його остаточний вибір. Споживча поведінка обумовлюється комплексом психофізичних та соціокультурних характеристик. Їх вплив детально розглядається в більшості робіт з маркетингу (наприклад, Ф. Котлер, 1999) та маркетингу туризму (наприклад, А.П. Дурович, 1998) і ґрунтується на значному фактичному матеріалі. В нашому дослідженні хотілося б звернути увагу на важливість цього аспекту вивчення споживчого ринку і навести основні класифікації.

ЗАВДАННЯ

1. Згрупуйте в таблицю головні чинники розвитку туризму.
2. Чи впливає стиль життя людей при виборі туристичних об'єктів та видів туризму? Свою думку обґрунтуйте!

Література до теми III:

1. Бабарицька В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2004. 288 с.
2. Бабарицька В.К. Організація туризму: навчальний посібник. ч. 1. К., 1998. 82 с.
3. Басюк Д.І. Основи туризмології: навчальний посібник. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2005. 202 с.
4. Бейдик О.О. Стратегічні напрями розвитку національного туризму. Географія та туризм: наук. зб. / Відп. ред. Я.Б.Олійник. К.: Альтерпрес, 2009. Вип. 1. С. 35–41.
5. Ільїна О.В. Туризм. Рекреаційна географія: Поняття і терміни: довідник. Луцьк: Терен, 2004. 104 с.

IV Методи географічних досліджень в туризмі.

План

1. Методи збору географічної інформації.

Методологія - це філософське вчення про методи пізнання, наука про побудову людської діяльності¹. Іншими словами, це застосування світоглядних принципів до процесу пізнання, духовної творчості загалом і до практики. Відповідно, методика - це вчення про особливості застосування окремого методу чи системи методів.

Класичним прикладом застосування методів збору географічної інформації цього можуть бути: математичний метод, який є одним з видів методу формалізації; або картографічний метод можна трактувати як одну форму методу

моделювання. Методи науки можуть характеризуватися різною широтою охоплення предметних галузей. Враховуючи цю рису, в географії всю сукупність методів слід поділяти на три великі групи (системи): філософський (-і), загальнонаукові та конкретно-наукові, в тому числі власне суспільно-географічні (спеціальні).

2. Система методів дослідження у географії туризму.

Класичні туристичні карти.

Загальнонаукові методи застосовуються у переважній більшості наук, наукових дисциплін і напрямків. Ці методи дещо умовно поділяються на дві великі групи: традиційні та сучасні (модерні).

Традиційні загальнонаукові методи (ТЗМ): спостереження, аналіз і синтез, індукція і дедукція, порівняння та аналогія, узагальнення та абстрагування. Як бачимо, це переважно методи формальної логіки. У географії відсутній (чи майже відсутній) поширений у природничих науках метод експерименту. Однак часто сама природа чи суспільство змінюються упродовж короткого проміжку часу, ніби експериментують. Прикладом може бути аварія на Чорнобильській АЕС, унаслідок якої утворилася особлива територіальна еколого-соціально-економічна система 30-кілометрової зони. Її не створити жодним спеціальним експериментом.

До сучасних (модерних) загальнонаукових методів належать: метод моделювання, системний, формалізація, аксіоматико-дедуктивний.

Системний підхід (системний аналіз і синтез) - це вивчення географічних об'єктів, які трактуються як складні і (або) великі системи. Найпростіше, робоче поняття системи: це взаємопов'язана множина елементів, яка утворює певну цілісність. Кожна система характеризується такими рисами:

- а) складається з множини елементів (N1);
- б) має множину системо-утворювальних відношень;
- в) взаємопов'язані групи елементів і групи груп формують підсистеми певної системи;
- г) характеризується певною цілісністю і новими рисами цілісності;
- г) сукупність підсистем системи разом із зв'язками між ними утворює її структуру;
- д) має свою одну або декілька надсистем;
- е) виконує властиву їй одну або декілька зовнішніх функцій.

3. Статистичні та математичні методи.

Нормативний метод.

Логіко-математичний метод застосовується особливо у процесі вивчення структури понять і у логічному численні, а також знакова формалізація - за допомогою штучної мови хімічних символів (значків) та операцій з ними. Математичне моделювання - це створення математичної моделі і експериментування з нею. Класичним прикладом є відома формула (модель) міжгалузевого балансу виробництва і споживання:

Формалізація (математизація) дає змогу використовувати у дослідженнях Географічні інформаційні системи і, відповідно, гісівські дослідницькі технології. Геоінформаційні технології стали можливими після широкого впровадження у дослідження ЕОМ. Вони передбачають передусім створення бази даних, пакетів програм (математичного програмного забезпечення), носіїв первинної геоінформації (аеро- і космічних знімків, карт, схем, діаграм, графіків, таблиць тощо), з яких автоматичними засобами можна одержувати первинну інформацію для формування бази даних, обробляти (перетворювати) її, відповідно подавати й інтерпретувати.

Математична формалізація найчастіше поєднується з картографічним моделюванням. Результатом цієї формалізації і ГІС-технологій є географічні (загальні чи тематичні) карти або їх серія, які служать проміжною моделлю для подальших експериментів.

4. Картографічний метод та форми його використання в географії туризму.

Класичні туристичні карти.

Картографічний метод - це складання картографічних моделей (окремих карт, їхніх серій, атласів) і одержання нового знання шляхом їх аналізу і перетворення. Це один із найважливіших методів географічної науки. Початковим етапом методу є складання картографічних моделей - карт. Карта - це передусім носій геопросторової інформації (вона має інформаційну місткість), її зберігач і передавач (канал). Особливості карти як образно-знакової моделі:

- двовимірність мови (текст книги є зразком одновимірної мови);
- синоптичність - одночасне охоплення особливостей території, націленість на спільне, що є в ній;
- умовний знак на карті - це не окремий знак-код, а цілісний образ чи система сигналів, що відображає об'єкт за принципом подібності та географічно локалізованої відмінності.

Картографічне моделювання складається з двох етапів: перший: складання карт, їхніх серій, атласів різного типу - аналітичних, синтетичних і комплексних. Кожне конкретне дослідження передбачає складання передусім тематичних

карт. Порівняно новими проблемами тематичного картографування є складання карт динаміки, прогнозних і оцінювальних карт. В останні два десятиріччя - це також проблема екологічного картографування.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Метод соціально-економічного районування.

Метод соціально-економічного районування - це застосування відповідних теорій для вивчення територіальної (геопросторової) структури національного комплексу. Згідно з означенням проф. Валентина Садовського, економічний район (ЕР) - це певна відмежована територія, на якій господарське життя в цілому чи певна група господарських явищ зв'язана певною закономірністю.

За П. Алампієвим ЕР - це географічно цілісна територіальна частина народного господарства, яка характеризується своєю спеціалізацією, внутрішньою зв'язаністю і пов'язана з іншими частинами територіальним поділом праці. Зауважимо, що означення Алампієва не бездоганне. Однак саме на підставі цього трактування визначалася мережа економічних районів СРСР, і, зазначимо, зовсім не враховувався національний принцип. Ми запропонували новий підхід до розуміння економічних районів як складових частин природно-господарських зон. Відповідні, соціальногеографічні райони є територіальними системами, що функціонують на основі великого демографічного, господарського, культурногій адміністративного ядра - міста-мільйонера, - вплив якого поширюється на сусідні області.

2. Спеціальні методи та їхня класифікація.

Спеціальними називаються методи, які обґрунтовуються певною наукою і застосовуються головно у ній самій. У СГ це такі методи: галузевий, міжгалузевий, енерговиробничих циклів, ТВК, економічного чи соціально-економічного районування. Передусім розроблена теорія (концепція) кожного методу. Наприклад, теорія ТВК, економічного районування, концепцій міжгалузевих комплексів і енерговиробничих циклів.

Галузевий метод (підхід) - це засіб вивчення компонентної (в тому числі компонентно-функціональної) структури ТВК регіону чи національного комплексу. Це традиційний метод, який дає змогу досліджувати передусім склад ТВК і міжгалузевих комплексів за великими галузями, секторами і сегментами. Наприклад, визначається "галузевий" (компонентний) склад району за такими показниками: виготовлення товарної продукції; головних виробничих засобів; зайнятості. Найширшим є поділ господарства за цими показниками на сфери

виробництва і послуг. А сферу виробництва - на сектори: промисловий, будівельний, сільськогосподарський, транспортний та ін.

Міжгалузевий метод (метод міжгалузевих комплексів) застосовується з метою вивчення компонентної і компонентно-функціональної структури ТВК і територіальних соціально-економічних, а також національних комплексів. Від галузевого він відрізняється тим, що окрема галузь тут трактується не як окремий компонент аналізу, а як елемент складнішого утворення - міжгалузевого комплексу.

3. Дистанційні методи.

Дистанційні методи (ДМ) - ті, що застосовуються з метою одержання наукових висновків шляхом аналізу і синтезу інформації, зафіксованої аерокосмічними знімками. Вже під час дистанційного фотографування земної поверхні відбувається генералізація (узагальнення) інформації, хоч її частина втрачається. Існує навіть такий парадоксальний вислів: "чим далі (від земної поверхні), тим видніше".

Одним чи декількома знімками охоплюються одночасно велика площа земної поверхні. Зауважимо, що обсяг зафіксованої на аерокосмічному знімку інформації залежить від висоти (відстані) знімання - масштабу знімка, зони спектра (видима чи невидима) та ін. Нову інформацію отримують і шляхом дешифрування знімків. Результати зіставляють із результатами наземних польових досліджень еталонних об'єктів. ДМ дають змогу дослідити взаємне розміщення суспільно-географічних об'єктів, територіальну структуру господарства, геопросторову організацію систем розселення (особливо це добре видно на "нічних" знімках, коли населені пункти "світяться"), динаміку явищ і процесів та ін. Одночасно це дає можливість простежувати, як розміщення господарства на знімках корелюється з розміщенням природних ресурсів (земельні угіддя і географія сільського господарства).

ЗАВДАННЯ

1. Зобразіть у вигляді таблицю основну класифікацію методів географічних досліджень в туризмі.

2. Оберіть правильну відповідь.

Філософські методи – це.....

а) це використання у науковому дослідженні категорій, положень, принципів і законів певної філософської системи, наприклад, діалектики (не фальшивого так званого діалектичного матеріалізму) як теорії пізнання;

б) передбачає усунення під час дослідження об'єктів, явищ і процесів, несуттєвих другорядних властивостей та відносин і виділення головного, визначального. Крайній випадок абстрагування маємо лише тоді, коли залишається лише одна, але суттєва риса і властивість;

в) це вивчення об'єктів шляхом відображення їхнього змісту, структури, форми чи функціонування у знаковому вигляді, з допомогою штучних мов (знакових систем).

3. Перелічіть головні ознаки методів.

Література до теми IV:

1. Влах М. Теорія і методологія географічної науки: навч. посібник для самостійної роботи студентів. Ч.2.: Допоміжні навчальні матеріали. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 138с.
2. Габович А.Г. Основи наукових досліджень. Підручник. К.: ДУІКТ, 2007.173 с.
3. Горбатенко І.Ю. Основи наукових досліджень: К.: Вища школа, 2001. 92 с.
4. Мальська М.П., Пандяк І.Г. М.П. Методологія та організація наукових досліджень. Навчальний посібник Київ. Центр навчальної літератури. 2016. 43 с.

V Етапи історії розвитку туризму в світі та Україні.

План

1. Передумови туристичних подорожей і відкриттів. Характеристика подорожей у стародавні та середньовічні часи.

Всезростаюча значущість туризму характерна для XX - початку XXI ст. Його роль зводиться не лише до впливу на економіку, а - чи не найголовніше - до усвідомлення необхідності розвитку зв'язків між народами різних країн світу та для взаємопізнання їхньої історії, культури, традицій. Туризм став послом дружби у міжнародних відносинах.

З-поміж середньовічних мандрівників, які описували культуру і побут, наприклад, народів Сходу, вирізнявся відомий мореплавець, венеціанський купець XIII ст. Марко Поло. Зібрані ним матеріали слугували основою для складання географічних карт. Кінець XV-друга половина ХУП ст. - епоха Великих географічних відкриттів, що посприяло подальшому розвитку торгівлі й мореплавства. Централізовані монархії Європи споряджали експедиції для завоювання нових заморських територій. Усе це ознаменувало зростання рухливості населення світу.

Отже, мандрівники упродовж багатьох століть вирушали в дорогу не задля отримання задоволення, а щоби досягти якоїсь мети. Подорожі задля задоволення стали лише тоді популярними, коли з'явилися регулярні пасажирські перевезення, організоване харчування та засоби розміщення, дія подорожуючих (XVII ст.), коли зникли елементи явного ризику і повсякденних перешкод, які віками були головною перешкодою на шляху подорожуючих.

Виділяють чотири основні стадії (етапи) в історії розвитку туризму.

Перша - від найдавніших часів до кінця XVIII - початку XIX ст. Це стадія започаткування розвитку світового туризму.

Друга - початок XIX ст. до кінця Першої світової війни - період становлення організованого туризму.

Третя - від 1918 р. до кінця Другої світової війни - етап індустріалізації туризму.

Четверта - з 1945 р. до наших днів. Пов'язана з масовим розвитком туризму та процесом глобалізації.

2. Географічні відкриття та подорожі у Новий Час. Формування і розвиток організованого та масового туризму.

Загалом 90-ті роки були періодом стабільних темпів зростання - від 439,5 млн осіб міжнародних туристів 1990 р. до 639,6 млн осіб 1999 р. Світова економічна криза, розпочавшись у другій половині 2008 р., ще не дає нам підстав розглядати її наслідки, але цілком зрозуміло, що її вплив на розвиток туристичного руху в світі буде негативним.

Організовані поїздки стимулювали будівництво великих готелів у містах біля вокзалів і на популярних курортах. Попит на туристичні послуги стимулював розвиток курортів, що ґрунтувалися на використанні мінеральних джерел, грязей. Це відбувалося доти, доки поїздки до моря не зумовили бурхливого зростання середземноморських центрів, таких як Ніцца, Канни у Франції та ін. Готельні компанії на межі XIX-XX ст. зайнялися будівництвом не окремих будівель, а готельних ланцюгів, надаючи відпочиваючим організовані харчувальні, лікувальні послуги і под.

Загалом упродовж першої половини четвертого періоду розвитку туризму спостерігалось екстенсивне зростання відпочинку, кількості туристичних підприємств та обсягів наданих ними послуг. Починаючи з 80-х років, з одного боку, масовий конвеєрний туризм (так його називає В. Сапрунова), трансформувался в масовий диференційований, що зумовлено різноманітністю потреб і мотивацій туристів, тобто поширенням вузькоспеціалізованих сегментів

у туристичному попиті, різноманітністю пропонованих послуг, вираженою спеціалізацією туристичних послуг.

З іншого боку, на розвиток масового туризму почали впливати нові чинники - якість послуг, економічний стан навколишнього середовища і навіть політична ситуація. Отже, на останньому етапі четвертого періоду розвитку туризму відбувся перехід від ринку виробника до ринку споживача послуг, що вимагає їх гнучкості задля задоволення не лише потреб представників еліти та середньої верстви, а й населення з низьким рівнем доходів.

3. Розвиток світової туристичної індустрії у ХХ ст.

Сучасні напрямки розвитку туризму у світі.

З другої половини 80-х років ХХ ст. з'явилися перевезення нерегулярними рейсами (чартерні послуги). На них припадало до 1/6 від всього перевезення відпочиваючих повітряним транспортом у світі й понад 50 % на європейських рейсах. Швидкому та масштабному розвитку повітряного пасажирського транспорту після війни сприяли революційне впровадження багатомісних літаків і вища ефективність устаткування, що зумовило суттєве скорочення часу перельотів та зниження реальних цін. Чартерні рейси найінтенсивніше використовували туроператори європейських країн. Масштаби розширення туристичних перевезень повітряним транспортом, за даними СОТ, уже в середині 90-х років сягнули майже 600 млн осіб, а 1960 р. налічували всього 69 млн. Загалом обсяг туристичних прибуттів від 1950 р. до 2008 р. зріс майже в 35 разів, становлячи у 2008 р. 924 млн осіб. Причому найбільша частка припала на Європу, що дорівнювало від загального обсягу міжнародних прибуттів, відповідно, 66,4% та 52,8%.

Із розширенням загального обсягу поїздок туристичні потоки змінили свій напрямок. По-перше, подорожі на великі відстані зростали швидше, ніж на короткі. По-друге, почали масово здійснюватися відпочинкові поїздки північних індустриальних міст до сонячних південних берегів. Більшість турпотоків упродовж 50-х років ХХ ст. за характером стали спеціалізованішими. Значно зросли культурні й освітні поїздки.

4. Зародження і розвиток мандрівництва на території України. Дослідження території України іноземними мандрівниками.

Туризм в Україні пройшов такі ж етапи розвитку що і в світі. Причому як пишуть В. Федорченко і Т. Дьорова, прототипом їх було мандрівництво. Перший період розвитку туризму в Україні пов'язаний з мандрівництвом від найдавніших часів. Наприклад, Геродот, про якого ми вже згадували у четвертій частині 9-томної історії, описує Північно-причорноморські степи України, населені тоді

скіфами: "їхня країна рівнинна і рясніє травою, і зрошується водою багатьох річок, яких стільки, скільки каналів у Єгипті. Назвемо ті з них, які найбільш відомі і судноплавні від самих своїх джерел. Це Істр (Дунай), що має п'ять гирл, а потім Тірас (Дністер), Тіпаній (Південний Буг), Борисфен (Дніпро). Страбон у 17-томній праці "Географія" описує життя і побут племен Північного та Східного Причорномор'я, їхнє господарство, відображає існуючі тоді зв'язки з давньогрецькими містами. Найбільше відомостей подає про Босфор і Херсонес.

У добу Середньовіччя витoki вітчизняного туризму найінтенсивніше виявилися за існування Київської Русі. Писемні джерела засвідчують, що Руська Земля була багатою державою: мала, як на цей період часу, розвинуте сільське господарство. Землеробство, садівництво, бджільництво, ремесло і промисли дивували іноземних гостей, котрі заїжджали на ці землі. Давньоруські ремісники досягли високої майстерності в ливарній справі, центрами яких були Київ, Львів, Володимир, Галич, Холм. Дотепер у кафедральному храмі Святого Юра у Львові зберігся дзвін-велет, вилитий місцевим майстром Яковом Скорою 1341 р.

Серед перших європейських мандрівників, котрі відвідали Русь Україну, називають німецького мандрівника Бруно з Кверфурта, який зустрівся у Києві з Володимиром Великим і користувався його щирою прихильністю. Єпископ Тітмар з Мерзебурга (978-1018 рр.) згадує про Київ - велике і багате місто, де налічувалося понад 400 церков і 8 ринків, а люду незчисленна сила. З-поміж середньовічних іноземних мандрівників, котрі подорожували і відвідували Україну (XIII ст.), були італієць Плано Карпіні та фламандець Віллена Рубрука. І на відміну від П. Карпіні, який проїхав усю територію нинішньої України зі заходу на схід, В. Рубрук перетнув лише Крим та Приазов'я. У 1253 р. він морем прибув до Криму й описує його великі солоні озера Криму, звідки сіль вивозили у всі кінці узбережжя Чорного моря.

5. Розвиток організованого туризму на території України. Формування туристичної індустрії України.

У 30-х роках почали зароджуватися перші об'єкти туристичної інфраструктури - "захисти", які чимось нагадували сучасні турбази. З'явилися дитячо-юнацькі пластові табори й агрооселі - літниська для самодіяльних туристів, що формувалися з української інтелігенції. З метою безпеки мандрівників та відпочиваючих, зокрема на лежачар-ських (лижних) маршрутах, організовували службу охорони.

Відомими центрами гірськолижного туризму стали курорти Славське, Розлуч, Сянки. Виникли лижні витяги на горах Тростян, Високий Верх, Ільза, Кичера. Центрами сільського зеленого туризму були с. Криворівня, присілок

Яремча - Дора, Космач, Сколе, Гребенів, Славське, Розлуч, Тухля, Болехів, Рожнятів, Жаб'є (Верховина), Ворохта, Микуличин, Вижниця, Воловець, Рахів.

У Центральній та Східній Україні, які ввійшли до складу СРСР, туристична справа розвивалася по-іншому. Якщо у 20-х роках система туристично-екскурсійних закладів формувалася на базі національнокультурного відродження, то в період сталінського деспотизму, що утвердився в Україні наприкінці 20-х років, вона зазнала грубого ідеологічного впливу партійних і державних органів. Хоча зауважимо: у 20-х роках були відкриті перші будинки відпочинку. В 1928 р. був заснований Одеський науково-дослідний інститут курортології, який розпочав діяльність із вивчення рекреаційних ресурсів України з метою використання їх для лікування найрізноманітніших захворювань.

Управління туризмом в Україні підпорядковувалося Товариству пролетарського туризму, створеному в РРФСР. В Україні діяло його відділення. У 1930 р. було створено Всесоюзне добровільне товариство пролетарського туризму та екскурсій.

6. Діяльність туристичних організацій на території України. Сучасний стан розвитку туристичної галузі України.

Відродження туризму здійснюється поступово. Важливим кроком у створенні правових засад туристичної діяльності та його розвитку стало прийняття Верховною Радою України 15 вересня 1995 р. Закону України "Про туризм", який визначив конкретні завдання розвитку сфери туризму. Розпочався новий етап, пов'язаний із розбудовою приватних туристичних підприємств, які поєднують діяльність не лише з отриманням високих прибутків, а й з намаганням досягти якісних показників в обслуговуванні своїх клієнтів.

Туризм перетворився на засіб формування ринкового механізму економіки. Від його діяльності почали надходити значні кошти до державного бюджету, він дав змогу раціонально використовувати вільний час громадянам і став вагомим чинником вивчення історії рідного краю та культурної спадщини українського народу.

На початку XXI ст. туристична галузь практично відновила попередні потужності й почала відігравати важливу роль в економічній діяльності України, виробляючи до 8 % ВВП і склавши 20 % зовнішньоторговельного обігу України. Туристична галузь забезпечила роботою 1,58 млн українців²⁷. На законодавчому рівні 18 листопада 2003 р. Верховною Радою України прийнято Закон України "Про внесення змін до Закону України "Про туризм", де поруч із загальними положеннями узаконена державна політика та державне регулювання в галузі

туризму, показана безпека туризму, подано основи організації туристичної діяльності, професійної підготовки фахівців та наукове забезпечення туризму, висвітлено правову основу міжнародного співробітництва в галузі туризму, а також контроль за діяльністю в галузі туризму і відповідальність за порушення законодавства України про туризм. Названі інші заходи посприяли зростанню обсягів обслуговування туристів.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Основні етапи розвитку туризму.

Перший - від найдавніших часів до кінця XVIII - початку XIX ст. Це стадія започаткування розвитку світового туризму.

Другий - початок XIX ст. до кінця Першої світової війни - період становлення організованого туризму.

Третій - від 1918 р. до кінця Другої світової війни - етап індустріалізації туризму.

Четвертий - з 1945 р. до наших днів. Пов'язана з масовим розвитком туризму та процесом глобалізації.

Чимало дослідників перший етап вважають етапом започаткування туризму, найчастіше пов'язують із розвитком торговельних зв'язків, між окремими містами, країнами, регіонами.

Другий етап, який ще називають «залізничною ерою» пов'язаний з першим вибухом великого попиту на подорожі та їх впливом на суспільні звички й економіку країн.

Третій (міжвоєнний) період порівняно короткий; він тривав від 1918 р. до 1945 р. Його ще називають етапом індустріалізації туризму. Цей період мав найбільшу ваду - був уражений головними світовими рецесіями (кризами) 30-х років.

Четвертий період - стадія масових подорожей - розпочинається від 1945 р. і триває дотепер. На цьому етапі впроваджується науково-технічна революція, яка зреалізувалася зростанням добробуту всіх верств населення світу, збільшенням доходів та вільного часу, що вплинуло на спосіб життя і поведінку людей. Масштаби цих змін виявилися величезними.

2. Розвиток спортивного туризму.

Із розширенням загального обсягу поїздок туристичні потоки змінили свій напрямок. По-перше, подорожі на великі відстані зростали швидше, ніж на короткі. По-друге, почали масово здійснюватися відпочинкові поїздки північних індустріальних міст до сонячних південних берегів. Більшість турпотоків

упродовж 50-х років ХХ ст. за характером стали спеціалізованішими. Значно зросли культурні й освітні поїздки.

Розвинувся спортивний туризм, поїздки з відвідуванням друзів, знайомих, родинних місць (сентиментальний туризм). Наприкінці 80-х років масовий рух із холодніших північних широт до теплих південних пляжів Середземномор'я дещо послабився, зокрема в Іспанію. Це відбулося внаслідок зміни попиту. Натомість із південних країн - Іспанії, Італії та інших значна частка приросту туристів у Європі припала на подорожі до прохолодніших північноєвропейських країн.

Одночасно надійне повітряне сполучення в світі посприяло перерозподілу міжнародних потоків на користь передусім Азійсько-Тихоокеанського макрорегіону. Якщо їх частка у 1980 р. від загальної кількості прибуттів у світі становила 8,3 %, 1990 р. - 12,8, 2000 р. - 16,0, 2005 р. - 19,3, то у 2008 р. - 20,3 %¹⁰. Зауважимо також, що на розвиток туризму безпосередньо впливають світові рецесії.

3. Розвиток туризму у 90-ті роки.

Загалом 90-ті роки були періодом стабільних темпів зростання - від 439,5 млн осіб міжнародних туристів 1990 р. до 639,6 млн осіб 1999 р. Світова економічна криза, розпочавшись у другій половині 2008 р., ще не дає нам підстав розглядати її наслідки, але цілком зрозуміло, що її вплив на розвиток туристичного руху в світі буде негативним.

В останні десятиріччя традиційні групові поїздки за межі своєї країни в Європі та й у Північній Америці почали масово здійснюватися на власних автомобілях. Це призвело до зменшення тривалості подорожей (максимум до п'яти ночей), зате виявилася нова тенденція - збільшилася частота виїздів-подорожей. Це поліпшило, тобто злагодило сезонність у туризмі. З тих пір (кінець 80-х років ХХ ст.) сезонність у багатьох країнах, котрі приймають туристичні потоки, почали розглядати не як непереможну економічну, а як маркетингову проблему.

ЗАВДАННЯ

1. Створіть таблицю, перелічивши всі історичні етапи формування туризму та вкажіть види туризму, які утворились і розвивались на кожному з етапів.
2. Напишіть короткий реферат (до 10 сторінок) на тему «Виникнення та розвиток туризму на теренах сучасної України».

Література до теми V:

1. Вишнеvsька О.О. Феномен туризму у сучасному соціокультурному просторі: монографія. Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2009. 296 с.
2. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг [Електронний ресурс]. К.: Альтапрес, 2002. 436 с.
Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp11.htm.
3. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу. навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
4. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності. підручник / за заг. ред. В.Ф. Орлова. К.: Грамота, 2006. 264 с.

VI Класифікація та оцінка туристичних ресурсів.

План

1. Підходи до вивчення туристичних та рекреаційних ресурсів.

Туризм є ресурсо-орієнтованою суспільно-господарською системою, тому визначення поняття "туристичні ресурси" та їх місця у туристичній діяльності належать до важливих завдань науки про туризм. "Туристичні ресурси, - зазначено у Законі України "Про туризм" - сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різноманітні потреби туриста".

Дещо по-іншому запропонувала визначення терміна група російських авторів: "Туристичні ресурси - це природні, історичні, соціально-культурні й інші об'єкти, що стимулюють туристів до подорожі, здатні задовольняти потреби у відновленні та розвитку фізичних, емоційних та інтелектуальних сил людини".

Туристичний словник І. В. Зоріна і В. Квартальнова подає: "Ресурси туристичні - природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, з об'єктами туристичного показу включно, а також інші об'єкти, здатні задовольняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їхніх фізичних сил. Ресурси туризму доступні для ознайомлення і використання незалежно від форм власності, якщо до того не існує законодавчих обмежень.

Українські автори – М. Мальська, Н. Антонюкін, Н. Ганич пропонують таке визначення: "Туристичні ресурси - специфічні властивості природного середовища, а також їх поєднання, прояви людської діяльності, природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, які є предметами зацікавлення туристів, стимулюють їх до подорожі, здатні задовольнити їхні потреби у відновленні та розвитку фізичних, емоційних та інтелектуальних сил. Ресурсом є не лише пейзаж чи історична пам'ятка, а й тиша, чисте повітря, гостинність жителів, доступність розваг тощо".

2. Підходи до класифікації туристичних ресурсів. Природні та антропогенні ресурси.

У процесі класифікації туристичних ресурсів більшість дослідників розподіляють їх на три складові: природні, історико-культурні, чи культурно-історичні, соціально-економічні.

Щоправда, відомий туризмознавець професор О. Бейдик у статті "Ресурси світового туризму: поняття, класифікація, картографування" передбачає спрощений розподіл ресурсів на дві групи - природні й культурно-історичні, а в монографії "Рекреаційно-туристичні ресурси України" (2001 р.) деталізує структуру рекреаційно-туристичних ресурсів, зазначаючи: "гіперблок рекреаційно-туристичних ресурсів складається з природних, природно-антропогенних, суспільно-історичних...".

У свою чергу природні ресурси вчений розподіляє на природно-географічні й природно-антропогенні.

На наш погляд, найраціональніший поділ туристичних ресурсів на природні, історико-культурні та соціально-економічні передумови, що доповнюють туристичні ресурси інфраструктурними компонентами. Адже в умовах глобалізації здійснюється цілеспрямована діяльність з розширення ресурсної бази туризму за рахунок штучно створених об'єктів, наприклад, аквапарків, розважальних центрів, де природні складові вдосконалюються штучно сформованими елементами, і под.

3. Класифікація туристичних ресурсів за ступенем використання та за обсягом туристських потоків

Природні ресурси за призначенням багатofункціональні, їх використання з туристично-рекреаційною метою пов'язане не лише із природними властивостями, закладеними в будові, а й з економічною доцільністю експлуатації. Наприклад, мінеральні лікувальні води можна використовувати з лікувально-оздоровчою метою лише у тому випадку, якщо їх мінеральний склад, за визначенням спеціалістів, відповідає певним лікувально-оздоровчим стандартам і якщо визначені запаси вод економічно вигідно використовувати.

За характером впровадження у процес туристичної діяльності ПТР дуже різні. Одні з них можуть використовуватися лише споглядально. Так, красиві ландшафти підвищують атрактивність місцевості й через сприйняття цих ландшафтів туристами не впливають на їх екологічний стан.

Інші ресурси (пляжні ресурси морських, річкових та озерних берегів, лікувальні ресурси лісів та ін.) за надмірної експлуатації" що виявляється через

перевантаження згаданих екосистем туристами, призводить до нераціонального використання природних ресурсів або навіть їх зникнення. Тому подальший розвиток туристичної діяльності вимагає наукового обґрунтування впливу туризму на стан природних туристичних ресурсів.

4. Оцінка природних туристичних ресурсів. Підходи до економічної оцінки туристичних ресурсів.

Сучасне вивчення природних ресурсів має широкий спектр підходів. Найпопулярнішими з-поміж них є технологічний (виробничий), екологічний, економічний, соціальний і географічний, а з поєднанням оцінок - екологоекономічний, економіко-географічний, соціально-географічний.

Під оцінкою природних ресурсів професор В. Руденко пропонує "...розуміти співвідносність встановлених змін у властивостях природноресурсних комплексів з їх природною просторовою або часовою мінливістю. Оцінка має переважно словесний опис і характеризується насамперед якісними відносними показниками".

Суть технологічної оцінки, на думку вченого, зводиться до визначення технічних можливостей задля досягнення певної мети з урахуванням природних і соціально-економічних умов. Така оцінка передусє економічній, пов'язаній із кількісним (грошовим) визначенням економічної ефективності й соціальної вигоди від використання природних ресурсів з метою задоволення всезростаючих суспільних потреб.

Економіко-географічна оцінка природних ресурсів пов'язана з оцінкою величини запасів цих ресурсів, потребою у них і сучасною можливістю використання, а також територіальною диференціацією, що й визначатиме місце доцільного їх застосування.

Оцінка природних туристичних ресурсів пов'язана з визначенням їхньої придатності для задоволення рекреаційно-туристичних потреб людини та просторового поширення відповідних компонентів, які можуть бути використані для активного відпочинку. Ще на початку 80-х років ХХ ст. М. Мироненко та І. Твердохлебов запропонували оцінювання природних рекреаційних ресурсів, куди, варто розуміти, входять і туристичні ресурси.

Для економічної оцінки природних рекреаційних ресурсів необхідно: - вибрати оціночні показники та критерії; - встановити затрати на одиницю "продукції" рекреаційного процесу; - визначити показники диференційованої ренти рекреаційного центру та питомої диференціальної ренти від рекреаційного оздоровлення людини. Критерієм економічної оцінки природних рекреаційних ресурсів у період доринкової економіки був питомий показник сукупного народногосподарського ефекту від рекреаційного оздоровлення.

5. Оцінка історико-культурних туристичних ресурсів. Інфраструктурні та інформаційні туристичні ресурси.

У нашій державі (доходи від розвитку туризму в 2007 р. становили 3,3 млрд дол.). Історико-культурні об'єкти практично не оцінені як туристичні ресурси, більшість визначних пам'яток не введені у туристичні маршрути, що призводить до їхнього обмеженого використання. Усе це відчутно впливає на вітчизняний туристичний бізнес, який за належної реклами може давати значний економічний і соціальний ефект.

В Україні взято під охорону 70 тис. пам'яток історії та культури, в тому числі понад 12 тис. пам'яток архітектури з добре збереженими ансамблями. До них належать центр Львова (наприкінці 1998 р. він увійшов до Списку зі всесвітньої спадщини ЮНЕСКО і став одним із найцінніших - в історико-культурному сенсі міст світу), а також Київ зі спорудами епохи Київської Русі - собором Святої Софії з прилеглими монастирськими спорудами, Києво-Печерською лаврою.

Пам'ятки історії та культури в Україні розміщені дуже нерівномірно. Однак кількісний показник цих пам'яток ще не дає уяви про рівень їхньої пізнавальної цінності й привабливості та придатність для організацій пізнавальних рекреаційних занять або введення у відповідні туристичні маршрути. Тому необхідне вимірювання інтенсивності властивостей за певними якісними ознаками.

Відомий дослідник туризму В. Мацола із Закарпаття пропонує оцінювати рекреаційно-туристичну значущість території за щільністю пам'яток історії та культури на 100 км² площі. Причому він рекомендує визначати щільність пам'яток найвищого класу (загальнонаціонального та міжнародного значення). Беручи за основу показники в Україні, де щільність усіх фіксованих пам'яток становить 7,9 одиниць на 100 км², пам'ятки загальнонаціонального значення становлять 0,7 і відповідно у Львівській області - 18 і 1,8. Дотримуючись таких даних, В. Мацола пропонує оцінювати одним балом території, де ці показники дорівнюють менше 7,9, двома балами - 8-18 і трьома - понад 18 одиниць/100 км².

Безперечно, такий підхід можна застосовувати для оцінки ІКТР великих регіонів, а не для визначення історико-культурного туристичного потенціалу поселення чи навіть окремого адміністративного району. За останні роки все частіше використовують вартісну оцінку, насамперед природних туристичних ресурсів. Така оцінка історико-культурних пам'яток дуже складна, чи навіть небажана через їхню високу суспільну значущість. За економічної оцінки ІКТР можна враховувати прямий ефект від експлуатації пам'яток - плата за вхід, екскурсійне обслуговування та ін.

Бальну систему оцінок на практиці застосовують достатньо широко, зокрема у тих випадках, коли певне явище не можна точно виміряти, але є потреба хоча б у приблизній його оцінці, а також тоді, коли немає потреби в точному вимірі якогось явища. Сутність бального підходу оцінки історико-культурних туристичних ресурсів полягає в тому, що оціночні шкали побудовані на подальшій структуризації видових компонентів відповідно до історико-культурної вагомості явищ, які їх характеризують, і часу, необхідного для огляду таких об'єктів.

Зауважимо, що у вітчизняній суспільній географії також звертається увага на терміни і поняття "інформація", "інформаційні ресурси". Наприклад, професор О. Шаблій у праці "Основи загальної суспільної географії", обґрунтовуючи визначення природних ресурсів, зазначає: до них "...належать усі речовинні, енергетичні й інформаційні властивості природного довкілля, які прямо чи опосередковано можуть задовольняти життєві потреби людини (суспільства)".

На початку ХХ ст. під інфраструктурою розуміли комплекс споруд, які забезпечували дії збройних сил, - склади, військові бази, полігони та ін. У 40-х роках поняття "інфраструктура" почали використовувати для групи галузей, котрі забезпечували функціонування промислового та сільськогосподарського виробництва.

Туристична інфраструктура у нашому розумінні - це сукупність підприємств, установ і закладів, діяльність яких спрямована на задоволення потреб людей, котрі беруть участь в оздоровленні або відпочинку, а також шляхів сполучення і транспорту та об'єктів розміщення туристів, що забезпечують умови стабільного функціонування. Ми розглядаємо її цілісною системою, що складається з двох підсистем: соціальної та виробничої, які взаємопов'язані та взаємообумовлені відносно обслуговуючого суб'єкта.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Перелік послуг, що включені до інфраструктури окремого територіально-туристичного поєднання.

У свою чергу інфраструктура певною мірою формує туристичні регіони, сприяє туристичній спеціалізації та профілю господарювання, адже завдяки наявності інфраструктурних зв'язків між окремими об'єктами визначають якість обслуговування на тій чи іншій території. Інфраструктуру окремого територіально-туристичного поєднання дослідники М. Рутинський і О. Стецюк розглядають у такому поєднанні послуг:

- з переміщення туристів (і в межах регіону відвідування, і транзитним проїздом його територією) різними видами транспорту;

- гастрономічні (забезпечення туристів харчуванням);
- екскурсійні (послуги екскурсводів, перекладачів, супровідників груп);
- рекламно-інформаційні й збутові (послуги закладів із бронювання місць на транспорті, у засобах розміщення, інформаційно-туристичних центрах, рекламних агентствах, медіа, видавництвах та ін.);
- зі задоволення пізнавальних, розважальних і побутових інтересів;
- торговельних підприємств;
- юридичних, банківських і страхових установ;
- контрольно-адміністративних органів (прикордонних, митних, міліцейських служб довіри та ін.).

2. Роль закладів розміщення та харчування у розвитку соціальної інфраструктури туризму.

Розвиток соціальної інфраструктури повинен відповідати високим стандартам обслуговування, адже турист, віддалений від постійного місця проживання і максимально звільнений від повсякденних турбот, вимагає ефективного обслуговування у вільному проведенні часу. Тут вагоме місце належить закладам розміщення туристів, громадському харчуванню, побутовому обслуговуванню. Саме вони можуть створювати якісні параметри особистого споживання людини, яка відпочиває.

Важливе місце у наданні послуг посідають об'єкти розміщення туристів. До основних таких закладів належать готелі й аналогічні заклади, комерційні та соціальні заклади розміщення та спеціалізовані заклади розміщення.

Заклади розміщення туристів - це будь-які об'єкти, де туристам пропонують місце для ночівлі. За суттю розміщення туристів вважають найважливішим сегментом туризму. Адже комфортність таких об'єктів впливає на якість обслуговування. Основними закладами розміщення туристів є готелі, мотелі, турбази, а всі інші - додаткові.

Готелі - найпоширеніший тип розміщення туристів. Туристичні потоки прямо залежать від рівня їхнього розвитку та якості послуг, які вони надають. Якість місць проживання й обслуговування залежить передусім від обслуговуючого персоналу, а також матеріально-технічної бази і запропонованого сервісу. Значення та основні властивості природоохоронних територій.

3. Інформаційні ресурси та їх вплив на розвиток туризму.

За висловом молодого вченого А. Шевчука, інформаційні ресурси - це сховище (запаси) інформації різних типів та призначення. Ступінь розвитку інформаційних ресурсів визначає загальний рівень його інформатизації. Інформатизація - це сукупність суспільно-організаційних, соціально-економічних і науково-технічних процесів, спрямованих на створення умов для задоволення інформаційних потреб, які в туризмі зводяться до пізнавальної потреби у туристичних послугах.

Інформатизація у туризмі пов'язана з упровадженням комп'ютерних систем, що докорінно змінило процес розвитку туристичних компаній. Це відбулося внаслідок використання централізованих систем обробки і зберігання даних, систем планування та контролю. Наприклад, упровадження в готельний комплекс сучасних інформаційних технологій значно спростило бронювання місць, удосконалило процедуру розрахунків із клієнтами, посилило контроль за доходами, оплатою праці, зайнятістю, поліпшило відомості про транспортні засоби тощо.

За виконуваними функціями вчений С. Юрченко поділяє комп'ютерні системи в туризмі на три класи:

1. Головні технологічні системи, де реалізують виконання замовлень клієнтів, через доступ до головної комп'ютерної системи резервування.
2. Допоміжні системи, що автоматизують функції тур-фірми з оформлення необхідних документів.
3. Системи управління - інформаційно-радницькі системи, які концентрують інформацію про діяльність фірми і призначені для прийняття управлінських рішень.

Всесвітня туристична організація намагається створити єдину світову уніфіковану графічну інформаційну систему для туризму. Однак через різне позначення одних і тих самих об'єктів у різних країнах світу вона не створена.

Первинною базою для такої інформаційної системи, можуть слугувати туристично-інформаційні центри, створені у більшості міст, а також селах світу, які вирізняються інтерактивними туристичними ресурсами. Такі центри вже існують і продовжують створюватися в Україні.

ЗАВДАННЯ

1. Створіть презентацію (до 15 слайдів) про один з відомих антропогенних туристичних ресурсів України.
2. Згрупуйте та опишіть головні методи економічної оцінки природних ресурсів.

Література до теми VI:

1. Герасименко В.Г. Організація надання туристичних послуг. навч. посіб. Одеса: Атлант, 2014. 242 с.
2. Гаврилюк С.П. Конкуренентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу. навч. посіб. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 180 с.
3. ДСТУ 4527:2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення. Введ. 01.10.2006 р. К.: Держспоживстандарт України, 2006. 28 с.
4. Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія. Одеса : Астропринт, 2013. 304 с.
5. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 608 с.
6. Новікова О.В. Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства. навч. пос. Х.: Світ Книг, 2014. 411 с.

VII Природні туристичні ресурси світу.

План

1. Різновиди природних туристичних ресурсів.

Характеристику рекреаційно-туристичних ресурсів світу розпочнемо з їх природної складової. Насамперед, слід наголосити, що окремі види природних ресурсів впливають на рекреаційно-туристичний процес комплексно, взаємодіють і взаємодоповнюють один одного і формують те неповторне природне оточення, на фоні якого людина реалізує свою потребу відпочивати та відтворювати життєву енергію.

Серед природних туристичних ресурсів найбільше значення для індустрії туризму та рекреаційної діяльності мають клімато-терапевтичні, водні, бальнеологічні і ландшафтні складові, які доцільно об'єднувати у клас ресурсів першого порядку.

Ця група ресурсів має безпосередній вплив на розвиток рекреаційного і туристичного процесів. Структура природних туристичних ресурсів До природних туристичних ресурсів другого порядку, які опосередковано впливають на рекреаційні і туристичні процеси, слід віднести орографічні, лісові та флоро-фауністичні або біотичні складники.

Варто мати на увазі, що ресурси другого порядку у багатьох випадках можуть мати безпосереднє значення і відігравати провідну роль при формуванні туристичних комплексів та поширенні окремих видів відпочинку і туризму, наприклад, альпінізм, скелелазіння, збирання грибів чи лікарських трав для власного вжитку, сафарі і фотосафарі тощо.

Критерієм поділу окремих видів природних туристичних ресурсів на дві групи є їх вплив на масовість, сезонність і потужність туристичних і рекреаційних потоків, які формуються під дією окремих складових природно-географічного потенціалу. Клімат, погода, їх комфортність і вплив на самопочуття людини є визначальними, а в багатьох випадках навіть лімітуючими чинниками розвитку для більшості функціональних типів територіальних рекреаційних систем, туристичних комплексів і масових видів туризму.

2. Оцінка та поширення кліматичних ресурсів.

Клімат безпосередньо впливає на потужність і сезонність туристичних потоків, стає природним регулятором цінової політики в межах головних туристичних районів світу та окремих країн.

Саме кліматичні особливості актуалізували одну з нагальних проблем розвитку туристичної індустрії світу - проблему пікового завантаження засобів розміщення туристів і сезонності робочих місць. "Мертвий сезон" (зимовий чи дощовий період) примушує одну частину інфраструктурних закладів тимчасово припиняти свою роботу, а іншу - у кілька разів зменшувати вартість більшості послуг. У вигазі опиняються ті країни чи їх частини, територія яких знаходиться у комфортних кліматичних і погодних умовах, де сезонні коливання головних метеорологічних характеристик мінімальні і дозволяють обслуговувати туристів протягом року. Прикладами є курорти країн Карибського басейну, іспанського острова Майорка, туніського острова Джерба тощо.

Оцінку кліматичних і погодних туристичних ресурсів слід проводити із урахуванням погодно-кліматичного комплексу, до якого належить ряд головних показників: сумарна радіація, атмосферний тиск, пересічна температура повітря (місячна і річна) та його вологість, середня кількість опадів протягом сезонів, панівні та місцеві вітри, баричні та термічні добові амплітуди, геомагнітна активність. Усе погодно-кліматичне розмаїття за силою впливу на рекреаційні та туристичні процеси ділиться на кілька класів комфортності, які позначаються на розвитку масового туризму і регулюють його інтенсивність: комфортний, сезонно комфортний, субкомфортний і дискомфортний.

3. Географічна оцінка та розміщення бальнеологічних ресурсів у світі.

Геологічні або бальнеологічні ресурси широко використовуються в рекреаційно-туристичній діяльності. Мінеральні і термальні води, лікувальні грязі, бішофіт є природною основою для розвитку оздоровчо-лікувального туризму, який поширений у північноамериканських країнах, в Австралії, Ізраїлі, у більшості європейських країнах, у тому числі і в Україні.

Використання бальнеологічних ресурсів передбачає наявність певних традицій, культури їх медико-рекреаційного споживання, достатнього рівня розвитку медицини і медичних технологій. Відсутність цих соціальних складників загальної культури відпочинку та медичного обслуговування обумовлює низький рівень використання бальнеологічних ресурсів на африканському континенті, у багатьох азійських державах, незважаючи на те, що надра даних регіонів містять значні запаси відповідної сировини.

4. Географічна оцінка водних туристичних об'єктів.

Гідрографічні об'єкти у поєднанні із комфортними погоднокліматичними умовами перетворилися у визначальний чинник розвитку рекреаційно-туристичних процесів. Океани та моря, озера, великі та малі річки, водосховища стали головними "коридорами" росту для багатьох територіальних рекреаційних систем.

Головною складовою частиною водних рекреаційно-туристичних ресурсів нині стали морські й океанічні узбережжя з м'яким кліматом⁴ і зручними пляжами, що перетворило їх на рекреаційно-туристичні мегаструктури планетарного масштабу - "узбережжя теплих морів", у межах яких концентрується до 80 % загального обсягу туристичних потоків світу. "Узбережжя теплих морів" включають кілька туристично-рекреаційних районів світового значення:

Середземноморський басейн, Карибський басейн, Каліфорнійське узбережжя Північної Америки, південно-східне узбережжя Австралії й Океанія. Швидкими темпами росте роль узбереж країн Південно-Східної Азії та Південної Африки (див. додаток). Найкрасивішим пляжем світу вважається Pink Sands Beach на багамському острові Харбор. Назва пляжу пов'язана із рожевим піском, який на фоні блакитного моря і неба залишає казкові враження.

Слава найдовшого пляжу належить Cox's Bazar у Бангладеш. Він простягається на 120 км. Пляж Las Salinas на іспанському острові Ібіца декілька років поспіль утримує світове звання наймоднішого. Мальовничість пейзажів пляжу Anse Source D'Argent на Сейшельських островах зробили його найбільш фотографованим у світі.

5. Географічна оцінка біотичних туристичних ресурсів.

Особлива роль у розвитку та еволюції рекреаційно-туристичної діяльності належить лісовим ресурсам помірному, тропічному й субекваторіального поясів. Ліси помірному поясу, насамперед соснові, поліпшують якість повітря, наповнюють його ефірними оліями, алкалоїдами, фітонцидами і вбивають

хвороботворні бактерії. Такі лісові масиви стають основою для функціонування оздоровчих закладів і місцями масового відпочинку населення. Для більшості європейських країн, особливо для Німеччини, Австрії, скандинавських держав, Польщі, України, Росії ліси є потужним природним рекреаційно-туристичним ресурсом.

Тропічні та субекваторіальні ліси - джерело надзвичайного біорізноманіття у планетарному масштабі. Їхня роль у розвитку туризму стрімко зростає протягом останніх 20-30 років. Причина криється в активному розвитку екологічного туризму, який у Бразилії, Індії, Індонезії, Лаосі й інших країнах цих географічних поясів приходить на зміну лісозаготівлі.

6. Ландшафтні та орографічні туристичні ресурси. Географічна оцінка рельєфу як туристичного ресурсу.

Ландшафтні ресурси двояко впливають на розвиток туризму. Із одного боку, ландшафт є середовищем, у якому відбуваються рекреаційно-туристичні процеси, а з іншого - унікальним об'єктом споглядання, тобто перетворюється на туристичну атракцію. Ландшафт як природне оточення рекреаційно-туристичної діяльності, формує рівень сприятливості для відпочинку й естетичності відчуттів, які його супроводжують. Перевагу отримують ті країни та регіони, які володіють ландшафтною мозаїчністю і поєднанням на обмежених територіях пляжних прибережних і прируслових, гірських, лісових, приозерних місцевостей у різних комбінаціях.

Ландшафт і як середовище, в якому відбуваються рекреаційно-туристичні процеси, і як об'єкт споглядання - різновид культурного ландшафту. Навіть у випадку, коли ландшафт "дикий" і незайманий людиною, але включений до туристичної діяльності для спостереження і споглядання, він стає культурним. Через систему причинно-наслідкових зв'язків, такий ландшафт впливає на людину, її свідомість, сприйняття довкілля та подальшу суспільно-корисну діяльність, а сама людина, лише споглядаючи, залучає таку геосистему до власного культурного кола.

Велике значення для туризму та рекреації має рельєф. Орографічні ресурси, у першу чергу, нерівності земної поверхні, а особливо наявність складчастих споруд, сприяють розвитку окремих напрямків рекреаційно-туристичної діяльності, пов'язаних зі спуском чи підйомом: гірськолижний і пішохідний туризм, альпінізм, скелелазіння, даунхіл, дельтапланеризм тощо.

На інтенсивність туристичного використання гірських споруд впливає не стільки їх привабливість чи доступність, скільки рівень освоєння прилеглих територій і близькість до споживчого ринку. Прикладами є Альпи, Карпати, Піреней, Балканські гори, які стали "домашніми" для європейців. Ця

закономірність не спрацьовує для екстремальних видів туризму, де відстань, доступність і освоєння прилеглих районів відходять на другий план.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Основні характеристики території з субкомфортними та дискомфортними природними умовами.

Клас субкомфортних погодно-кліматичних комплексів формує добрі та задовільні передумови для організації традиційних видів літнього і зимового відпочинку. Субкомфортні умови викликають певне напруження у терморегуляторних функціях організму, пов'язане з незначним перегрівом чи переохолодженням. Це є наслідком впливу відносно сприятливих погодно-кліматичних характеристик: слабка циклонічна діяльність, добові коливання температури у межах 5-6°C, швидкість вітру, що коливається в межах 4-6 м/с, температура повітря вища +27°C під час літнього відпочинку, нижча - 10°C або з переходом через 0°C під час зимового відпочинку, підвищена вологість повітря тощо.

Головними територіями, де сформувалися субкомфортні умови, є більшість регіонів із помірним і тропічним кліматом, особливо у внутрішньоконтинентальних районах. Дискомфортний погодно-кліматичний комплекс створює передумови для появи метеотропних реакцій та метеопатії і формує зону суб'єктивно негативних теплових відчуттів, які проявляються у значному переохолодженні чи перегріванні. Це викликано несприятливими погодно-кліматичними характеристиками: дуже спекотна та волога, а також морозна погода, сильний вітер (більше 9 м/с), часті опади, тумани, грози, хуртовини та інші небезпечні метеорологічні явища, різка зміна погодних умов протягом доби тощо.

Дискомфортні умови різко обмежують можливості для організації традиційних видів відпочинку, але залишають можливості для розвитку альтернативного туризму.

2. Гідрографічні туристичні об'єкти України.

Україна належить до держав з недостатнім забезпеченням водними ресурсами. Вона – одна з найменш водозабезпечених країн Європи. Водні об'єкти України вкривають 24,2 тис.кв.км, що становить 4,0% від її загальної території (603,7 тис. кв. км). До цих об'єктів належать річки, озера, водосховища, ставки, канали тощо. Територія України має не дуже густу річкову мережу (середнє значення – 0,34 км/кв.км), тут нема великих природних водойм і небагаті запаси підземних вод. Болота, що були природним регулятором водності річок, нині наполовину осушені. Отже, водні природні ресурси України

– це, насамперед, місцевий і транзитний стік річок, водні запаси озер, штучних водойм і підземних горизонтів.

Раціональне використання природних ресурсів (у нашому випадку - водних) в туристичних цілях, гармонізація взаємин людини і природи, охорона навколишнього середовища – ці питання відносяться до найбільш актуальних проблем сьогодення, бо торкаються кожного жителя планети, оскільки від їхнього вирішення залежить майбутнє всього людства.

3. Геоморфологічні об'єкти як природні ресурси туризму.

Карстові печери, пляжі, коралові рифи, відслонення гірських порід та інші привабливі геоморфологічні об'єкти - підґрунтя для розвою пляжнокупального, екологічного, наукового, екстремального і пізнавального туризму. Найбільш відомі з них перетворюються на туристичні атракції світового рівня. До переліку таких об'єктів належить Флінт-Рідж-Мамонтова печера - найдовша карстова печера світу, яка розташована на території штату Кентуккі у США. Довжина її ходів станом на 2006 р. складає 563 км. До туристичного використання вона залучена з 1816 р. Із загальної довжини розвіданих печерних ходів для туристичних потреб використовується близько 18 км.

Комплекс підземних ходів став основою природного парку "Мамонтова печера", що отримав статус національного у 1941 р. і зорієнтованого на обслуговування туристів. Нині "Мамонтова печера" - високоорганізований туристичний комплекс із готелями, кемпінгами, магазинами, закладами харчування й іншою необхідною інфраструктурою.

ЗАВДАННЯ

1. Створіть презентацію (до 15 слайдів) про відомі біотичні туристичні ресурси.
2. Опишіть популярні бальнеологічні туристичні ресурси Львівщини.

Література до теми VII:

1. Бальнеологічні курорти та мінеральні води країн Карпатського регіону. Довідник 2000. Ужгород, 2000. 84 с.
2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. 395 с.
3. Гринюк О.Ю. Раціональне використання бальнеологічних ресурсів Львівського Передкарпаття. Фізична географія та геоморфологія. 2004. Вип. 46, Т.1. С.262-270.

4. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія: навч. посібник. К.: Центр навч. літ., 2007. 312 с.

VIII Історико-культурні туристичні ресурси світу.

План

1. Сучасні види історико-культурних ресурсів.

Історико-культурні туристичні ресурси - матеріальні об'єкти, що несуть семантичну та естетичну інформацію і можуть використовуватися в екскурсійно-туристичній діяльності для задоволення специфічних соціальних і рекреаційних потреб особистості. Такі ресурси мають різну пізнавальну та естетичну цінність, а тому поділяються на кілька рівнів: місцевий, національний або державний і міжнаціональний або світовий.

Рівні пізнавальної цінності суспільних туристичних ресурсів Архітектурні споруди, як об'єкти споглядання, переходять до рангу туристичних ресурсів у разі їх унікальності та культурної значимості. Головну роль при цьому відіграє обсяг семантичної інформації, сконцентрованої в об'єкті, його естетична і науково-пізнавальна цінність.

Пам'ятками історії і культури є споруди, пам'ятні місця і предмети, пов'язані з історичними подіями в житті народу та розвитком суспільства і держави, витвори матеріальної і духовної творчості, які мають історичну, наукову, художню або іншу культурну цінність.

Серед всіх видів історико-культурних ресурсів, виділених О.О. Бейдиком, даної теми безпосередньо стосується історико-архітектурна спадщина, що є однією з видів суспільно-історичних рекреаційно-туристських ресурсів. При визначенні видів історико-архітектурної спадщини, пам'ятко-охоронна методика базується на історико-географічному, мистецькому, науковому критерії, а також враховує інші аспекти суспільно-історичної значущості об'єктів історико-культурної спадщини.

2. Географія найбільш атрактивних історико-культурних ресурсів Європейського туристичного регіону та світу.

Статус об'єкту Світової спадщини дає певні переваги і накладає обов'язки з їх охорони: - підвищує престиж територій і керуючих ними установ; - додаткові гарантії збереження і цілісності унікальних природних і культурних комплексів; - сприяє популяризації включених до списку об'єктів і розвитку альтернативних видів природокористування, у першу чергу, туризму, особливо екологічного; - забезпечує пріоритетність у залученні фінансових коштів для підтримки об'єктів

світової культурної і природної спадщини; - сприяє організації моніторингу і контролю за станом збереження природних і культурних об'єктів.

Станом на січень 2010 р. до списку світової спадщини ЮНЕСКО включено 890 об'єкт із 148 країн (див. додаток), які нерівномірно розподілені регіонами світу - половина із них розташована в Європі і Північній Америці і понад 20 % - в Азії. Ще близько 180 об'єктів чекають на рішення щодо включення до списку. У структурі Світової спадщини ЮНЕСКО переважають культурні об'єкти, їх частка досягає майже 80 %, трохи менше 20 % - питома вага природних об'єктів. Половина із них розташована у країнах Європи та Північної Америки.

Серед них лише кілька українських: історичний центр Львова, столичні пам'ятки Софія Київська та Києво-Печерська Лавра, українська ділянка геодезичної дуги Струве та незаймані букові ліси Карпат. Країнами-лідерами за кількістю світових культурних і природних атракцій є Італія (43 об'єкти), Іспанія (40), Китай (37), Франція і Німеччина (по 33 об'єкти у кожній).

3. Географічна оцінка археологічних туристичних ресурсів.

Туристична привабливість археологічних пам'яток світу.

Архітектурні туристичні ресурси.

Однією з найчисельніших груп пам'яток історії та культури України є пам'ятки археології. Людина на теренах сучасної України з'явилась на ранніх етапах плейстоцену – близько 1 млн. р. тому (нижні шари стоянки Королеве в Закарпатті) і відповідають періоду раннього палеоліту. Подальша історія існування людства на українських землях представлена археологічними пам'ятками палеоліту, мезоліту, неоліту, мідного та бронзового віків, раннього залізного віку; для вивчення цих періодів пам'ятки археології є першоджерелами.

Незважаючи на появу та поширення писемних джерел, археологічні пам'ятки для середньовіччя мають надзвичайно важливе значення, а в деяких питаннях також виступають першоджерелами. Навіть для періоду нового часу археологічні джерела не втрачають своєї значимості.

Доволі різноманітний характер археологічних пам'яток вимагає їх класифікації, внаслідок чого виділяють такі категорії пам'яток як поселення (неукріплені – стоянки та селища, укріплені – городища, давні міста, фортеці), поховання (грунтовий могильник, курганна група чи окремі кургани), пам'ятки, пов'язані з виробництвом (рудники, шахти, штольні, кар'єри, плавильні, майстерні, давні сільськогосподарські ділянки, винодавильні, солеварні, рибосольні цистерни, склади керамічного посуду, залишки транспортних та гідробудівельних споруд – шляхи, мости, штучні водоймища, пристані, канали, греблі, водогони) та давніми культами (мегалітичні споруди – дольмени,

кромлехи, менгіри, зольники, святилища та капища, церкви), пам'ятки давнього мистецтва та епіграфіки (наскальні зображення – малюнки, петрогліфи, монументальна скульптура – стели, ідоли, статуї), інші різновиди археологічних пам'яток (оборонні споруди, не пов'язані з поселенням – Змієві вали, Траянові вали, Українська оборонна лінія, сторожові кургани, майдани тощо).

Серед великої кількості археологічних пам'яток, розташованих на території України, нараховується 418 пам'яток археології національного значення, занесених до Державного реєстру нерухомих пам'яток України. Зважаючи на актуальне значення археологічних джерел для вивчення стародавньої, середньовічної та нової історії, охорона цієї групи пам'яток є доволі актуальною. Оскільки використання пам'яток історії та культури в туризмі сприяє їх охороні та збереженню, то виникають спроби залучення пам'яток археології до сфери туристичної діяльності шляхом складання туристичних маршрутів із залученням найбільш значимих та цікавих об'єктів

4. Пам'ятки історії та культури. Туристична привабливість музеїв та музеїв заповідників. Історичні міста. Монументальне мистецтво, техногенні туристичні ресурси.

Перш ніж перейти до аналізу сучасного стану використання пам'яток археології в туризмі, необхідно виділити основні поняття, пов'язані функціонуванням пам'яток історії та культури як об'єктів туризму.

Широке поняття об'єкту туризму – це конкретна країна, регіон, населений пункт, місце, визначне місце, на які спрямована увага суб'єктів туризму та краєзнавства.

Пам'ятка історії та культури як туристичний об'єкт – це пам'ятка історії та культури, на яку спрямована увага суб'єктів туризму для задоволення власних пізнавальних чи естетичних потреб, самотійно або за допомогою посередників, якими виступають туристичні фірми та організації чи спеціальна література (путівники, туристичні карти). При цьому в рамках туристичного об'єкту варто виділити поняття екскурсійного та не екскурсійного туристичних об'єктів, в основу виділення яких покладено інтенсивність використання пам'яток в туризмі.

Екскурсійним туристичним об'єктом виступає пам'ятка історії та культури, на яку спрямування уваги суб'єктами туризму набуває регулярного та масового характеру. До туристичних маршрутів пам'ятка включається як об'єкт, огляду якого присвячена або вся екскурсія, або значна її частина. Увага суб'єктів туризму на не екскурсійні об'єкти носить нерегулярний та поодинокий характер. Ці пам'ятки можуть використовуватись під час екскурсій, проте вони згадуються побіжно, а основна увага зосереджується на інших об'єктах. Не екскурсійні туристичні об'єкти можуть використовуватись в туризмі лише як допоміжні при

екскурсійних туристичних об'єктах. Пам'ятка історії та культури, що являє собою екскурсійний туристичний об'єкт, має властивість саморозкриття.

Монументальний живопис — це великі картини, які пишуть на внутрішніх та зовнішніх стінах споруд. На відміну від станкового він завжди пов'язаний з архітектурою, тому не може існувати самотійно. Монументальний живопис буває кількох видів: мозаїки, панно, фрески, вітражі. Призначення вітражів, панно, мозаїк, фресок різноманітне: вони є багатою декоративною прикрасою споруд та окремих приміщень.

5. Об'єкти всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, їх розташування у світі.

Статус об'єкту Світової спадщини дає певні переваги і накладає обов'язки з їх охорони: - підвищує престиж територій і керуючих ними установ; - додаткові гарантії збереження і цілісності унікальних природних і культурних комплексів; - сприяє популяризації включених до списку об'єктів і розвитку альтернативних видів природокористування, у першу чергу, туризму, особливо екологічного; - забезпечує пріоритетність у залученні фінансових коштів для підтримки об'єктів світової культурної і природної спадщини; - сприяє організації моніторингу і контролю за станом збереження природних і культурних об'єктів.

Головна мета списку Світової спадщини – зробити відомими і захистити об'єкти, які є унікальними у своєму роді. Для цього, та через прагнення до об'єктивності, були складені оціночні критерії. На початку формування переліку (з 1978 року) існували тільки критерії для об'єктів культурної спадщини - цей список налічував шість пунктів.

Держави, на території яких розташовані об'єкти світової спадщини, беруть на себе зобов'язання з їх збереження. Подія, видовище із давніх часів є потужним спонукальним чинником до подорожі. Олімпійські змагання у Давній Греції кликали в дорогу десятки тисяч охочих з усього Середземномор'я, сучасні Олімпійські Ігри збирають сотні тисяч вболівальників із усього світу. Сонячне затемнення раніше викликало паніку, виверження вулкану - страх, а нині ці природні явища і стихійні лиха набули здатності приваблювати до місць, де вони відбуваються любителів гострих відчуттів.

6. Етнічні та етнографічні ресурси.

Етнічну основу українства становлять східні слов'яни, приналежні до слов'янської мовної групи індоєвропейської культурно-мовної сім'ї, хоча етногенетичні процеси, в ході яких сформувався український етнос мають більш пізні (V-VII ст.) походження. Етногенез, етнічна історія українства є предметом спеціальних досліджень і не входить а предметне коло, яке ми розглядаємо в даному випадку. З цієї проблематики існує значна наукова і науково-популярна

література, написані підручники, зокрема з української культури, української етнографії, українознавства та численні монографії.

Туристські ресурси для етнічного туризму багаті і своєрідні. Це пам'ятники архітектури, музейні експозиції, архівні матеріали, живописні природні місця. В сукупності все це створює сприятливі умови для відпочинку і знайомства з історією і культурою народу.

7. Подієві ресурси. Види подієвих ресурсів та їх географічна характеристика.

Подієві ресурси належать до динамічних чинників формування туристичних потоків, оскільки включають мотиваційні передумови подорожі до місця, де відбувається подія чи явище. Спортивні змагання, культурно-мистецькі заходи, політичні акції, унікальні природні явища - далеко не повний перелік подій, які спонукають людину до мандрівки.

Подієві ресурси охоплюють найбільш суттєві прояви сучасного суспільного буття із його модою на глобалізацію, екологію, активний і здоровий спосіб життя, переконаннями й уявленнями про стиль і стереотип поведінки людини у соціумі, включають його пропаганду та механізми реалізації. Необхідно зазначити, що дана теза найбільшою мірою стосується частини світової спільноти, яку прийнято називати Західним світом.

Даний вид ресурсів не підлягає традиційному кількісному вимірюванню. Можна говорити лише про міру впливу подієвих ресурсів на створення туристичної інфраструктури, формування туристичних потоків, яка у нинішньому світі, насамперед, залежить від реклами події та піар-акцій навколо неї. Це вказує на те, що "подія", яка використовується у туризмі величезною мірою залежить від суспільних вподобань, від моди й уяви про престижність заходу. Велике значення має постійність і періодичність проведення заходів.

Окремі види подієвих ресурсів найбільш доцільно класифікувати за тематикою заходу: національні і релігійні свята, гастрономічні, музичні, театральні фестивалі, спортивні змагання, покази мод, карнавали, технічні салони і виставки, економічні форуми тощо.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Архітектурні туристичні ресурси.

Нині у багатьох регіонах виникає інтерес до народної архітектури і використання національних традицій. Набуває розвитку архітектура власного висо-кокомфортного житла садибного типу.

Рівні пізнавальної цінності суспільних туристичних ресурсів Архітектурні споруди, як об'єкти споглядання, переходять до рангу туристичних ресурсів у разі їх унікальності та культурної значимості. Головну роль при цьому відіграє обсяг семантичної інформації, сконцентрованої в об'єкті, його естетична і науково-пізнавальна цінність.

Важливим моментом також є рівень подієвості, який дозволяє залучати кілька історико-культурних пластів і перетворювати архітектурні комплекси на вузлові пункти при організації екскурсій та інших видів рекреаційної і туристичної діяльності. За функціональним призначенням архітектурні споруди, нині залучені до рекреаційно-туристичної діяльності, поділяються на громадські, сакральні, або культові, фортифікаційні, технічні. Вони є основою для організації спеціальних турів, присвячених ознайомленню із окремими сторонами матеріальної культури територіальних громад і цивілізаційних масивів.

На практиці архітектурні споруди із високим рівнем атрактивності досить часто мають подвійне використання. У них розміщуються музеї, готелі, ресторани тощо. У багатьох випадках архітектурні атракції використовуються за прямим призначенням, особливо це стосується сакральних споруд.

2. Основні культурні критерії Світової спадщини ЮНЕСКО.

Кожен об'єкт Світової спадщини має в своєму описі хоч би один з них. Номери критеріїв, зазвичай, позначаються римськими числами, написаними маленькими буквами.

Культурні критерії:

- (1) Об'єкт є шедевром людського творчого генія.
- (2) Об'єкт свідчить про значний взаємовплив людських цінностей у даний період часу або в певному культурному просторі, в архітектурі або в технологіях, у монументальному мистецтві, у плануванні міст або створенні ландшафтів.
- (3) Об'єкт є унікальним або, принаймні, винятковим для культурної традиції або цивілізації, яка існує до цих пір або вже зникла.
- (4) Об'єкт є видатним прикладом конструкції, архітектурного або технологічного ансамблю чи ландшафту, що ілюструє значущий період людської історії.
- (5) Об'єкт є видатним прикладом людської традиційної споруди, з традиційним використанням землі або моря, будучи зразком культури (або

культур) або людської взаємодії з навколишнім середовищем, особливо якщо вона стає вразливою через сильний вплив безповоротних змін.

- (6) Об'єкт безпосередньо або матеріально пов'язаний із подіями або існуючими традиціями, з ідеями, віруваннями, з художніми або літературними творами і має виняткову світову важливість (на думку експертів ЮНЕСКО цей критерій повинен переважно використовуватися разом з яким-небудь ще критерієм або критеріями). Природні критерії:

- (7) Об'єкт є природним феноменом або простором виняткової природної краси й естетичної важливості.

- (8) Об'єкт є видатним зразком головних етапів геологічної історії Землі, зокрема, пам'яткою минулого, символом геологічних процесів, що відбуваються при розвитку рельєфу, має знакові геоморфологічні чи фізико-географічні особливості.

- (9) Об'єкт є видатним зразком екологічних або біологічних процесів, що відбуваються в еволюції і розвитку тваринного світу, берегових і морських екосистем та рослинних і тваринних екосистем.

- (10) Об'єкт включає найбільш важливе або значне природне місце існування біологічних видів і придатне для збереження в його межах біологічного різноманіття, зокрема зникаючих видів, має виняткову світову цінність з погляду науки і охорони навколишнього середовища.

3. Техногенний туризм та техногенні туристичні ресурси.

Техногенний туризм – це вид активного організованого відпочинку в межах антропогенно змінених територій, де поряд із науково-пізнавальними, культурно-виховними і спортивно-оздоровчими функціями увага акцентується на зв'язках між природним та соціальним середовищем, на наслідках антропогенного тиску, набуваються навички гармонійних стосунків між людиною та природою (екологічне виховання), формується ресурсозберігаючий стереотип поведінки на рівні особистості.

Техногенний туризм – це, насамперед, природно зорієнтований туризм. Та все ж для розуміння сутності техногенного туризму важливо акцентувати увагу не тільки на виді рекреаційно-туристичної діяльності, а й на характері впливу туризму на довкілля та ступені відповідальності як туристів, так і організаторів туристичної діяльності (турфірм, турагенств) щодо збереження навколишнього середовища.

Техногенний туризм на сьогоднішній день не пов'язаний із масовим рухом туристів. Для нього характерні малі туристичні потоки, дисперсність та

орієнтація на не урбанізовані території, а на сусідні з ними – зони промислового відводу.

До техногенного туризму можна віднести всі природно зорієнтовані форми туризму, в яких основою туристської мотивації є огляд та пізнання антропогенних об'єктів, знайомство з історією території до виникнення на ній даного об'єкта, а також з'ясування впливу об'єкта на господарську діяльність населення своєю появою. Мінімізація негативного впливу на природне середовище шляхом регуляції кількості туристів, їх поведінки, регламентації видів рекреаційної діяльності, обмеження застосування моторизованих засобів (в умовах техногенних об'єктів можна прослідкувати унікальні процеси відновлення природи, і якщо бездумно у них втручатися, їх можна сповільнити або порушити).

ЗАВДАННЯ

1. Створіть презентацію (до 15 слайдів) про відомі етнічні туристичні ресурси.
2. Опишіть один з об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО на території Західної України (до 5 сторінок).

Література до теми VIII:

1. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2004. 288 с.
3. Панкова Є.В. Туристичне краєзнавство: Навчальний посібник . К.: Інститут культури, 2005. С.125.
4. Трачук О.В. Туризм та історико-культурна спадщина України.2: Дослідження, конф. та експериментальні студії 2002–2004 рр. К., 2004. С. 203–204.
5. Туризм і охорона культурної спадщини: український та польський досвід. К., 2003. 232 с.

IX Туристичні ресурси України.

План

1. Загальні тенденції у розташуванні туристичних ресурсів на території України.

Україна володіє багатими природно-кліматичними, культурно-історичними та національно-етнографічними ресурсами, які створюють передумови для розвитку багатьох видів туризму. Більшість регіонів України має

туристичні ресурси, які належать до всіх трьох груп, що дає можливість виходу на туристичний ринок з привабливими туристичними пропозиціями.

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

Це унікальні ресурси для перспективного розвитку туризму, зон рекреації і курортів та найбільш збережена частина природного довкілля.

Площа освоєних та потенційних рекреаційних територій в Україні (без радіаційне забруднених) становить 12,8% території країни і розподіляється відповідно до природних особливостей семи рекреаційних регіонів: Карпатський, Придністровський, Дніпровський, Донецько-Приазовський, Поліський, Причорноморський, Кримський.

2. Природні туристичні ресурси України. Кліматичні зони та курорти України. Бальнеологічні ресурси України. Туристичні ресурси водних об'єктів на території України. Розвиток туризму на узбережжі морів.

Є чимало класифікацій природних ресурсів. Природні класифікації ґрунтуються на відмінностях природних ресурсів за природним генезисом та належності їх до тих чи інших компонентів і сил природи. Відповідно до свого призначення щодо використання людиною природні ресурси у структурному плані поділяються на наступні види: енергетичні, сировинні й допоміжні промислові, їстівні (харчові, кормові, питні), оздоровчі, культурно-естетичні. Два останні види часто звать рекреаційними. Крім того, останнім часом як окремий специфічний вид ресурсів розглядають територію (територіальні ресурси).

Оскільки природні ресурси є компонентами природи, вони можуть класифікуватися за належністю до того чи іншого класу або явищ природи. За цією ознакою виділяють наступні групи природних ресурсів: мінеральні, земельні, водні, лісові, фауністичні, рекреаційні, кліматичні.

Україна складається з трьох агрокліматичних зон: Степ, Лісостеп, Полісся. Така класифікація була проведена за співвідношенням кількості опадів до кількості накопиченого тепла. Тепер же, зі зміною середньорічної температури і кількості накопиченого тепла, ці агрокліматичні зони зміщуються.

3. Біотичні туристичні ресурси на території України. Ресурси природних ландшафтів і рельєфу.

За кількістю лісових насаджень Україна посідає одне з перших місць серед країн Європи. Наявність лісів сприяє також розвитку специфічних видів туризму, зокрема полюванню. Найбільш значними мисливськими ресурсами володіють Карпатський і Поліський регіони.

Це перш за все численні популяції лосів, оленів, косуль, диких кабанів, лисиць, зайців, пернатої дичини. Для туризму значну цінність мають ландшафти, що відзначаються оздоровчими чи пізнавальними властивостями, включаючи рельєф, мальовничі краєвиди, печери.

В Україні є печери, що за своїми розмірами не поступаються найбільш відомим у світі, і при відповідному обладнанні їх можна перетворити на рекреаційно-туристичні об'єкти міжнародного значення. Вони локалізуються переважно в Подільсько-Буковинському, Кримському і Карпатському регіонах. Особливу групу ландшафтів утворюють національні парки, державні заповідники, заказники, унікальні природні об'єкти, пам'ятки природи, парки, що є пам'ятками садово-паркового мистецтва, дендропарки, ботанічні сади, зоологічні парки, заповідні урочища, що складають природно-заповідний фонд.

Основним призначенням заповідних територій і об'єктів є сприяння збереженню унікальних і типових природних ландшафтів, рослинного і тваринного генофонду, екологічної рівноваги, а також відтворенню і примноженню відновлюваних природних ресурсів. Заповідні території є базою для стаціонарного наукового дослідження еталонних природних комплексів, спостереження за станом і зміною навколишнього середовища, центрами розробки наукових основ охорони природи і раціонального природокористування, а також екологічної освіти.

В Україні налічується понад 6700 природно-заповідних територій, у тому числі 20 природних заповідників. Заповідник являє собою територію (акваторію), виділену з метою збереження у природних умовах типових або унікальних природних комплексів, вивчення природного протікання процесів і явищ, які в них відбуваються.

4. Історико-культурні туристичні ресурси України, їх розташування.

Археологічні пам'ятки України як туристичний ресурс. Історичні міста України.

Історико-культурні рекреаційні ресурси - це пам'ятки культури, створені людиною, які мають суспільно-виховне значення, пізнавальний інтерес і можуть використовуватись для задоволення духовних потреб населення.

Переважна частина об'єктів історико-культурної спадщини в Україні

розміщується на території 1156 населених пунктів, які належать до категорії історичних поселень. В їх складі обліковується 279 міст, 162 селища міського типу, 715 сіл. За проектом ВБН Б.2.2.-96 "Організація зон охорони пам'яток архітектури" до охоронних зон пам'яток включено території старої забудови та цінних природних ландшафтів, які утворюють історичне середовище. На території цих зон забороняються земляні, будівельні роботи, господарська діяльність, за винятком відновлювано-реставраційних заходів.

Під охороною держави перебуває понад 15,6 тис. пам'яток містобудування і архітектури, при тому, що сьогодні на облік взято далеко не всі історико-архітектурні об'єкти. Хронологічний діапазон архітектурних пам'яток України дуже широкий. Залишки найдавніших з них на місці стародавніх грецьких колоній збереглися в Північному Причорномор'ї (Ольвія, Херсонес, Пантікапей та ін.). Кам'яне будівництво в Давній Русі починається в X ст. Основним типом кам'яних споруд того часу були культові об'єкти. Дослідження давньоруських пам'яток, що збереглися до сьогодні, дозволяє виділити три історичні періоди в розвитку архітектури Давньої Русі. До першого етапу (кінець X-I пол. XI ст.) відносяться пам'ятки, що збереглися лише частково.

5. Історико-культурні заповідники, архітектурні пам'ятки природи.

У західних областях України налічується 150 пам'яток оборонного зодчества, розташованих у 46 містах, 23 містечках, 45 селах, які перебувають під охороною держави. Але, на жаль, більшість цих споруд зруйнована. Кам'яне будівництво XVI - I пол. XVII ст. у Придніпров'ї і в північній частині Лівобережної України обмежувалося зведенням культових об'єктів.

У другій половині XVII ст. сформувався архітектурно-стилістичний напрям, що здобув пізніше назву "українське бароко". Він був домінуючим протягом усього XVIII ст. Перебудові у стилі бароко піддавались також раніше зведені споруди. Такого стилістичного оновлення зазнали Софійський та Успенський собори в Києві, Успенський собор у Чернігові та ін. Ансамблі Києво-Печерської Лаври, Софійського монастиря та історичний центр Львова включені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Перспективу включення до цього списку мають історичні ансамблі Києва, Кам'янця-Подільського, Новгорода-Сіверського, Чернігова та ін. В Україні 1399 міст і селищ і близько 8 тисяч сіл, що мають цінну історико-культурну спадщину. Всього в країні 39 історичних міст, які перейшли тисячолітній віковий рубіж, понад 500 міст і містечок досягли свого 900-річчя, а 5000 українських сіл мають 300-річну історію.

47 найвизначніших історико-архітектурних ансамблів і комплексів оголошені державними заповідниками, серед яких Давній Галич, КиєвоПечерська Лавра, могила Т.Г. Шевченка, Софійський собор у Києві,

Херсонес, Хортиця мають статус національних. Всього в Україні налічується 6 тис. природних і 150 тис. історико-культурних пам'яток. З цього числа 12 тис. становлять інтерес як туристсько-екскурсійні об'єкти, але функціонують у такій ролі лише близько 5,5 тис. (за деякими джерелами - 8 тис).

В Україні існує 550 музеїв, у яких зберігається понад 9,9 млн експонатів.

6. Музеї та скансени України.

Процеси національно-духовного відродження та становлення української держави на сучасному етапі, зростаючий інтерес до історії українського народу змушують нас все частіше звертатися до культурно-історичної спадщини. Саме музеї є одним із головних соціальних інститутів, які виконують функцію формування історичної пам'яті українського народу, донесення до всіх українців знань про минуле. У музейних добірках нагромаджено унікальні творіння матеріальної і духовної культури українського народу, розкрито його економічний, суспільно-політичний, науково-технічний і культурний розвиток.

Одними з найбільших зібрань пам'яток з історії народної архітектури, культури та побуту українців є етнографічні музеї просто неба – скансени, які останнім часом все виразніше перетворюються на осередки дослідження та популяризації матеріальних і духовних цінностей традиційної культури українського народу.

Скансени створюються на ґрунті музеєфікації репрезентативних фрагментів етноландшафтного середовища й об'єктів нематеріальної етнокультурної спадщини. Це своєрідний архітектурно-етнографічний комплекс під відкритим небом з міні-музеями в окремих будівлях, які дають змогу показувати пам'ятки матеріальної і духовної культури в умовах, максимально наближених до природних. Пізнавальне значення і емоційний вплив таких музеїв дуже великий.

Ідею створення подібних музеїв вперше запропонував у 1790 р. швейцарський вчений Чарлз де Бонстеттен. Проте, перший музей просто неба був організований лише в 1891 р. шведським вченим-етнографом Артуром Газеліусом. У парку на горбистій місцевості, що мала назву «Скансен», були перенесені зведені з усіх куточків країни етнографічні пам'ятки.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО КОНТРОЛЮ:

1. Фізико-географічні особливості розташування України.

Україна - одна з найбільших країн Європи, площа якої становить 603,7 тис. кв. км. її територія простягається зі сходу на захід на 1316 км, а з півночі на

південь - на 893 км. Крайні західна, східна і північна точки знаходяться відповідно в Закарпатській (Ужгородський район), Луганській (Міловський район) і Чернігівській (Новгород-Сіверський район) областях.

Географічний центр України знаходиться на північно-східній околиці райцентру Добровеличівка в Кіровоградській області, де в 1990 р. встановлено символічний знак. При іншому підході, що передбачає "поправку" на конфігурацію території України, ця точка зміщується на 70 км на північ від названої і за підрахунками, виконаними за допомогою обчислювальної техніки, локалізується на 2 км західніше м. Ватутіне Черкаської області.

Загальна довжина державного кордону України становить майже 6500 км, з них - 1050 км припадає на морський кордон. Територія України перевищує територію таких держав, як Франція (544 тис. кв. км), Іспанія (505 тис. кв. км), Швеція (450 тис. кв. км) та ін. держав. На території України (поблизу м. Рахова Закарпатської області) знаходиться умовний географічний центр Європи. Чисельність населення України - близько 48 мільйонів.

Всього на території України виділяють 57 фізико-географічних областей.

2. Туристичні регіони України.

Туристичний регіон являє собою територіально-туристичну систему, яка об'єднує кілька туристичних районів, що мають свої специфічні особливості і об'єднані географічними, історичними, ресурсними факторами. Туристичний район - це група туристичних комплексів, об'єднаних спільною територіальною структурою туристичного господарства. Єдина схема туристичного районування на сьогодні не розроблена.

Частина дослідників відокремлює чотири туристичних регіони: Карпатський, Поліський, Дніпровський і Азово-Чорноморський, які, в свою чергу поділяються на 35 туристичних районів. Інші виділяють сім регіонів: Карпатський (західний), Волинсько-Тернопільський (північно-західний, або поліський), Житомирсько-Вінницький (буферний), Київський (центральний), Харківський (північно-східний), Дніпровсько-Донецький (південно-східний), Причорноморський (південний). Треті схильні об'єднувати три приморські райони в один Кримсько-Одесько-Азовський туристичний регіон, виділяючи також Карпатський туристичний район.

Основою туристичного районування є рекреаційне районування, тобто поділ території на окремі таксономічні одиниці, що відрізняються туристичною спеціалізацією, структурою рекреаційних ресурсів і напрямом їх освоєння. Рекреаційні ресурси характеризуються природними умовами, площею їх

поширення, тривалістю використання. Рекреаційне районування сьогодні теж не є остаточно розробленим і жорстко усталеним.

3. Туристські інфраструктурні ресурси України.

Туристські інфраструктурні ресурси є складовими соціальної і виробничої інфраструктури, що можуть бути використані в організації туристичної діяльності. Вони охоплюють інфраструктуру краю і всі підприємства, задіяні у прийомі і обслуговуванні туристів.

Туристична інфраструктура являє собою сукупність підприємств, які забезпечують екскурсійне обслуговування, транспортне обслуговування (автомобільний, залізничний, морський, річковий транспорт, аеропорти, транспортні магістралі, автостоянки), послуги гостинності (готелі, туркомплекси, турбази, будинки відпочинку, кемпінги, мотелі, пансіонати, ресторани, кафе, бари) і допоміжні послуги (банківські, валютно-фінансові, зв'язку, інформаційно-комунікативні, спортивно-оздоровчі, побутові, торговельні, культурно-розважальні тощо).

В Україні функціонує 1375 підприємств готельного типу, серед яких 916 готелів, 15 мотелів, 9 кемпінгів та ін. Хоча лише близько 10% від цієї кількості відповідають міжнародним стандартам і придатні для обслуговування іноземних туристів. Тільки у 2001 р. в Києві з'явився перший п'ятизірковий готель. Високими стандартами визначаються готелі "Дніпро", "Русь", "Національний" (Київ), "Ореанда" (Ялта), "Лондонська" (Одеса), "Гранд" (Львів), "Черемош" (Чернівці).

В цілому туристично-рекреаційний і санаторно-курортний комплекс України нараховує понад 4,5 тис. підприємств розміщення туристів, які одночасно можуть прийняти понад 600 тис.чол. Україна має унікальні природні умови і культурно-історичний потенціал для успішного розвитку туризму.

ЗАВДАННЯ

1. Опишіть Карпатський рекреаційний регіон. (до 5 сторінок)
2. Створіть презентації (до 15 слайдів) про відомі скансени України.

Література до теми ІХ:

1. Афанасьєв О.Є. Скансени України як важливий туристичний ресурс. Туристична індустрія: сучасний стан та пріоритети розвитку: Матеріали ІV Міжнародної науково-практичної конференції. Луганськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2009. С.80–84.

2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія районування: Монографія. К.: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2001. 395 с.
3. Жердєв М.Д. Вплив якості транспортного обслуговування на попит споживачів транспортних послуг. Вісн. економіки, транспорту і промисловості. 2010. № 29. С. 250–253.
4. Каднічанський Д. Скансени України. Краєзнавство. Географія. Туризм. 2010. № 16. 645 с.
5. Музей архітектури і побуту «Старе село» [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http:// www.derev.org.ua/muzei/stareselo.htm](http://www.derev.org.ua/muzei/stareselo.htm).

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ З КУРСУ ЛІТЕРАТУРИ

1. Афанасьєв О.Є. Скансени України як важливий туристичний ресурс. Туристична індустрія: сучасний стан та пріоритети розвитку: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. Луганськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2009. С.80–84.
3. Бабарицька В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2004. 288 с.
4. Бабарицька В.К. Організація туризму: навчальний посібник. ч. 1. К., 1998. 82с.
5. Бальнеологічні курорти та мінеральні води країн Карпатського регіону. Довідник 2000. Ужгород, 2000. 84 с.
5. Басюк Д.І. Основи туризмології: навчальний посібник. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2005. 202 с.
6. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія районування: Монографія. К.: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2001. 395 с.
7. Бейдик О.О. Стратегічні напрями розвитку національного туризму. Географія та туризм: наук. зб. / Відп. ред. Я.Б.Олійник. К.: Альтерпрес, 2009. Вип. 1. С. 35–41.
8. Вишневська О.О. Феномен туризму у сучасному соціокультурному просторі: монографія. Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2009. 296 с.
9. Влах М. Теорія і методологія географічної науки: навч. посібник для самостійної роботи студентів. Ч.2.: Допоміжні навчальні матеріали. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 138с.
10. Габович А.Г. Основи наукових досліджень. Підручник. К.: ДУІКТ, 2007. 173с.
11. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу. навч. посіб. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 180 с.
12. Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія. Одеса : Астропринт, 2013. 304 с.

13. Герасименко В.Г. Організація надання туристичних послуг. навч. посіб. Одеса: Атлант, 2014. 242 с.
14. Горбатенко І.Ю. Основи наукових досліджень: К.: Вища школа, 2001. 92 с.
15. Гринюк О.Ю. Раціональне використання бальнеологічних ресурсів Львівського Передкарпаття. Фізична географія та геоморфологія. 2004. Вип. 46, Т.1. С.262-270.
16. ДСТУ 4527:2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення. Введ. 01.10.2006 р. К.: Держспоживстандарт України, 2006. 28 с.
17. Жердев М.Д. Вплив якості транспортного обслуговування на попит споживачів транспортних послуг. Вісн. економіки, транспорту і промисловості. 2010. № 29. С. 250–253.
18. Ільїна О.В. Туризм. Рекреаційна географія: Поняття і терміни: довідник. Луцьк: Терен, 2004. 104 с.
19. Каднічанський Д. Скансени України. Краєзнавство. Географія. Туризм. 2010. № 16. 645 с.
20. Луцишин Н.Я., Луцишин Я. В. Економіка й організація міжнародного туризму: Навч. посіб. Луцьк, 2003. 148 с.
21. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України. К.: Альтерпрес, 2007. 369 с.
22. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг [Електронний ресурс]. К.: Альтапрес, 2002. 436 с.
23. Мальська М. Я., Худо В. В. Туристичний бізнес; теорія і практика: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
24. Мальська М. Я., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: Навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 348 с.
25. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підруч. для студ. вищ. навч. закл. К.: Знання, 2008. 661 с.
26. Мальська М.П., Пандяк І.Г М.П. Методологія та організація наукових досліджень. Навчальний посібник Київ. Центр навчальної літератури. 2016. 43 с.
27. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу. навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
28. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 608 с.
29. Музей архітектури і побуту «Старе село» [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http:// www.derev.org.ua/muzei/stareselo.htm](http://www.derev.org.ua/muzei/stareselo.htm).
30. Новікова О.В. Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства. навч. пос. Х.: Світ Книг, 2014. 411 с.
31. Панкова Є.В. Туристичне краєзнавство: Навчальний посібник . К.: Інститут культури, 2005. С.125.

32. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.
Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp11.htm.
33. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності. підручник / за заг. ред. В.Ф. Орлова. К.: Грамота, 2006. 264 с.
34. Трачук О.В. Туризм та історико-культурна спадщина України.2: Дослідження, конф. та експериментальні студії 2002–2004 рр. К., 2004. С. 203–204.
35. Туризм і охорона культурної спадщини: український та польський досвід. К., 2003. 232 с.
36. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія: навч. посібник. К.: Центр навч. літ., 2007. 312 с.

МЕТОДИЧНІ ПОРАДИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «Географія туризму і рекреації» студентам заочної форми навчання у міжсесійний період, підготовки та написання контрольних робіт.

Перелік тем для написання контрольних робіт:

1. Об'єкт, предмет і зміст географії туризму.
2. Зв'язок географії туризму з іншими географічними науками.
3. Туризмологія та її особливості.
4. Основні завдання географії туризму.
5. Підходи до вивчення туризму.
6. Категорії туристів.
7. Туристичні ресурси та їх класифікація.
8. Види та форми туризму.
9. Етапи розвитку туристичного простору.
10. Концепція розвитку туризму.
11. Групи чинників розвитку туризму.
12. Природні чинники розвитку туризму.
13. Суспільно-географічні чинники розвитку туризму.
14. Туристичний попит та витрати туриста.
15. Основні принципи поведінки споживача.
16. Метод наукового дослідження в географії туризму.

17. Методологія та методика, суть та особливості.
18. Застосування методів у географії туризму та головні їх ознаки.
19. Застосування загально-наукових методів у географії туризму.
20. Метод моделювання, основні характеристики.
21. Системний підхід у географії туризму.
22. Картографічний метод та його застосування у географії туризму.
23. Подорожі у стародавні та середньовічні часи.
24. Великі географічні відкриття.
25. Історія розвитку мандрівництва на території України.
26. Організований туризм на території України.
27. Туристична галузь України на сучасному етапі формування.
28. Класифікація туристичних ресурсів України.
29. Економічна оцінка природних туристичних ресурсів України.
30. Історико-культурні туристичні ресурси України.
31. Значення кліматичних ресурсів у туризмі.
32. Бальнеологічні та грязеві ресурси України.

З метою найбільш ефективного самостійного вивчення дисципліни студент-заочник повинен дотримуватися певних настанов та методичних порад. Слід дотримуватись наступної схеми вивчення окремих тем:

1. ознайомлення із змістом навчальної програми і методичними порадами;
2. вивчення питань тем за списком рекомендованої літератури;
3. самоперевірка отриманих знань шляхом відповідей на питання для самостійного контролю, які подані до кожної теми;
4. додаткове вивчення за навчальною літературою матеріалу, що недостатньо засвоєний.

Для впорядкування знань і кращого їх закріплення студенти й виконують домашню контрольну роботу.

Контрольна робота повинна бути написана за допомогою комп'ютерного набору (шрифт Times New Roman 14, інтервал 1,5). У кінці роботи повинен бути список використаної літератури в алфавітному порядку, оформлений відповідно до стандарту.

Відповіді на питання контрольної роботи повинні бути зрозумілими та грамотними.

На титульній сторінці повинна зазначатися назва теми, прізвище, ім'я, по-батькові студента, домашня адреса.

В кінці роботи – особистий підпис студента, дата її виконання, список літератури.

За успішно захищену контрольну роботу студент отримує до 10 балів.

Методи навчання

- пояснювально-ілюстративний метод;
- метод проблемного викладання;
- пояснювальний метод викладання;
- словесні методи навчання: бесіда, пояснення, лекція;
- наочні методи навчання: ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження (презентації).

Методи контролю

- методи усного контролю: індивідуальне опитування;
- перевірка самостійної роботи та індивідуальних завдань;
- методи письмового контролю;
- методи тестового контролю.

Розподіл балів, які отримують студенти

Успішність студента оцінюється шляхом проведення поточного та підсумкового контролю.

Максимальна кількість балів за результатами вивчення дисципліни протягом семестру становить 100. Підсумкова оцінка за 100-бальною шкалою визначається на основі середнього балу поточної успішності протягом семестру за такою формулою:

$$ПК = \frac{100 \times CA3}{5},$$

де ПК - значення підсумкової залікової оцінки за 100 - бальною шкалою; 100 - максимально можливе значення оцінки за 100 - бальною шкалою; 5 - максимальне значення оцінки за національною 4 - бальною шкалою; CA3 - середнє арифметичне значення оцінок за результатами поточного контролю.

Поточний контроль проводиться протягом семестру шляхом опитування (усного, тестового, експрес-контролю та ін.), перевірки виконання тем

самостійної роботи тощо. Бал з поточного контролю може бути змінений за рахунок заохочувальних або штрафних балів: студентам, які не мають пропусків занять протягом семестру, додається 2 бали; за участь в університетських студентських олімпіадах, наукових конференціях – додається 2 бали, на міжвузівському рівні – додаються 5 балів тощо за рішенням кафедри.

Переведення підсумкових рейтингових оцінок з дисципліни, виражених у балах за 100-бальною шкалою, у оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS здійснюється відповідно до таблиці і заноситься в додаток до диплому фахівця.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Заочна форма навчання

У зв'язку з тим, що для студентів заочної форми навчання співвідношення обсягу годин, відведених на аудиторні заняття та самостійну роботу, має значні відмінності від денної форми, відповідно є відмінності у розподілі балів та критеріїв оцінювання. За результатами поточного оцінювання (ПК) можна

отримати максимально 30 балів і за результатами виконання тематичної самостійної роботи міжсесійний період (ТСР) - 70 балів. Для перерахунку результатів поточного оцінювання за національною чотирибальною шкалою у 30 - бальну шкалу використовується формула:

$$ПК = \frac{30 \times \text{САЗ}}{5} .$$

де САЗ - середнє арифметичне значення результатів поточного контролю успішності студентів за національною чотирибальною шкалою.

Сума балів, отримана студентом за поточний контроль та за виконану тематичну самостійну роботу, є підсумковим показником його успішності з навчальної дисципліни.

Іспит з дисципліни **«Географія туризму і рекреації»** проводиться в усній формі. Екзаменаційні білети складаються із трьох описових питань (два по 20 балів за кожне) та одного завдання на визначення терміну (10 балів). Жодними джерелами, **окрім власного конспекту**, користуватися не дозволено. Відповідь має бути предметною, точною, обґрунтованою. Бажаючи отримати максимальну оцінку, студент має продемонструвати високий рівень фахових знань, орієнтуватися в основних термінах дисципліни, виявити розуміння суті самого поняття «географія туризму». Екзаменатор має право поставити студенту навідне чи уточнююче запитання, поцікавитися літературою, яку він використовував в процесі підготовки до іспиту.

ОПИСОВІ ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ (20 балів за кожне)

1. Географія туризму, суть та основні завдання.
2. Зв'язок географії туризму з іншими науками.
3. Основні підходи до вивчення поняття географія туризму.
4. Класифікація туризму.
5. Історико-культурні туристичні ресурси.
6. Археологічні туристичні ресурси України.
7. Основні методи дослідження в географії туризму.
8. Конструктивно-географічний метод дослідження.
9. Основна характеристика туриста.
10. Фізико-географічне районування території України.
11. Характеристика кліматичних зон України.

12. Біотичні ресурси України.
13. Музей та скансени України.
14. Чинники розвитку розвитку туризму.
15. Ресурси природних ландшафтів і рельєфу.
16. Відомі архітектурні пам'ятки України.
17. Бальнеологічні ресурси України.
18. Туристичні ресурси водних об'єктів на території України.
19. Об'єкти світової спадщини ЮНЕСКО.
20. Подієві ресурси та їх види.
21. Монументальне мистецтво в Україні.
22. Види історико-культурних ресурсів.
23. Геологічні та бальнеологічні ресурси України.
24. Гідрографічні туристичні ресурси.
25. Комфортний і сезонно-комфортний погодно-кліматичний комплекс.
26. Інформаційні туристичні ресурси.
27. Роль інфраструктури у розвитку туризму.
28. Метод суб'єктивного (умовного) оцінення.
29. Рекреаційно-туристична оцінка клімату.
30. Оцінка природних туристичних ресурсів та її етапи.
31. Туристичні ресурси та їх характеристика.
32. Значення туризму для економіки туризму.
33. Історичний аспект у розвитку туризму в Україні.
34. Розвиток мандрівництва на території України.
35. Етапи розвитку туризму в світі.
36. Характеристика подорожей у стародавні та середньовічні часи.
37. Метод соціально-економічного районування.
38. Методика та методологія у географії туризму.
39. Картографічний метод та форми його використання в географії туризму.
40. Туристичний попит та витрати туриста.