

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**В.М. ВАСИЛЬЧУК**

# **ТУРИЗМОЛОГІЯ**

Навчальний посібник

Київ

Видавничий центр КНЛУ

2023

УДК 338.48(075.8)

В 19

*Друкується за рішенням вченої ради  
Київського національного лінгвістичного університету  
(протокол № 18 від 26 червня 2023 року)*

**Рецензенти:**

**Смирнов І.Г.**, доктор географічних наук, професор кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

**Ципко В.В.**, доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри туризм Національного транспортного університету.

**Тарасюк М.В.**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту і маркетингу Київського національного лінгвістичного університету.

**Васильчук, В.М.**

**Туризмологія: навчальний посібник.** Київ : Видавничий центр КНЛУ, 2023. 115 с.

У навчальному посібнику подано матеріали лекційного курсу, який висвітлює суть і роль туризмології, теоретичні основи та практичний інструментарій функціонування індустрії туризму з урахуванням національного та світового досвіду. Розкрито основні категорії, об'єкт, предмет туризмології та використання туризмологічних методів у розгляді даного курсу зі спеціальності 242 Туризм і рекреація. Уміщені основні поняття дисципліни, питання для оцінювання рівня засвоєння матеріалу, словник- довідник, додатки та список рекомендованої літератури. Призначено для здобувачів вищої освіти та фахівців з туризму.

© В.М. Васильчук, 2023

© Видавничий центр КНЛУ, 2023

# З М І С Т

<b>I. Мета і завдання навчальної дисципліни.....</b>	<b>4</b>
<b>II. Програма навчальної дисципліни. Тематичний план занять .....</b>	<b>6</b>
<b>III. Опорний конспект лекцій з курсу .....</b>	<b>9</b>
Тема 1. Основи туризмології: поняття, зміст та визначення .....	9
Тема 2. Актуалізація потреби створення теорії туризму .....	11
Тема 3. Академічна доброчесність в туризмології .....	25
Тема 4. Філософія туризму як методологічна та концептуальна основа туризмології.....	28
Тема 5. Екологія туризму .....	31
Тема 6. Вплив війни на розвиток туристичної діяльності .....	34
Тема 7. Праксеологія туризму.....	38
Тема 8. Правознавство і туризм.....	44
Тема 9. Культурологія туризму.....	50
Тема 10. Міжнародна співпраця та організації в туризмі .....	58
Тема 11. Логістика туризму.....	65
Тема 12. Інформаційні системи інноваційних технологій в туризмі.....	74
Тема 13. Міжнародна співпраця та організації в туризмі .....	77
<b>Питання для підсумкового контролю .....</b>	<b>90</b>
<b>Словник-довідник .....</b>	<b>92</b>
<b>Рекомендована література.....</b>	<b>111</b>

*Життя наше – це подорож,  
а дружня бесіда – це візок,  
що полегшує мандрівникові дорогу*

Григорій Сковорода

## **I. Мета і завдання навчальної дисципліни**

Феномен туризму є об'єктом наукових досліджень фахівців різних спеціальностей на протязі тривалого періоду із кінця XIX ст. до XXI ст. включно. Сучасний туризм в багатьох відносинах кардинально відрізняється від тих мандрівок, які існували століття або навіть півстоліття тому. Процес наукового пізнання туризму відрізняється особливою систематичністю і послідовністю. Науковий пошук завжди має організований і цілеспрямований характер специфічного дослідження туризму. Взаємозв'язок туризму з соціогуманітарними науками пояснюється тим, що туристська галузь охоплює різноманітні галузі, що дозволяє їй бути провідною сферою діяльності в світовій економіці. Накопичений фактичний матеріал туристської діяльності потребує розгорнутої оцінки, упорядкування, узагальнення. Таку роль покликана відіграти теорія туризму – туризмологія, сутність якої полягає у визначенні основних теоретичних положень і концептуальних моделей туризму. Американський соціолог О.Тоффлер зауважив, що «ми є свідками історичного процесу руйнування значення місця в людському житті». Кількість людей, для яких поїздки, подорожі і зміна місця перебування стали буденним явищем, стрімко зростає. Туризмологія тісно пов'язана з географією, антропогеографією, картографією, туризмографією.

В цій сфері залучені сотні тисяч людей в усьому світі, результати їх досліджень стають безпосередньою продуктивною силою, в значній мірі визначають напрями та тенденції розвитку сучасного туризму. Також, утворюються нові форми організації науки, формуються великі дослідницькі колективи, наука перетворилася на величезний, складний соціальний організм. У цьому зв'язку оволодіння знаннями основ наукового дослідження є обов'язковим для фахівців туризму. Молоді фахівці з туризму повинні вирізнятися високою компетентністю та здатністю до самостійного творчого вирішення проблем, вмінням розширювати базові знання, використовувати у своїй роботі все те нове, що з'являється в науці та практиці, застосовувати новітні методи організації праці, наукові та спеціальні методи та моделі. Всі ці якості майбутній фахівець повинен здобувати в процесі вивчення основ наукових

досліджень та під час виконання науково-дослідних робіт. Сьогодні наукове осмислення різноманітних практик сучасного туризму, формування сучасної «туристської свідомості», суб'єктів туристського процесу – нагальна потреба часу.

Збільшення вкладу вузівської науки у вирішення завдань загального прогресу країни і підвищення якості підготовки фахівців у вищій школі вимагають єдності наукової та навчальної роботи здобувачів та посилення індивідуальної роботи з ними. Дослідницька діяльність здобувачів повинна бути невід'ємною частиною навчального процесу.

Вивчення навчальної дисципліни «Туризмологія» дозволить сформувати у здобувачів компетентності пов'язані з ефективною організацією інформаційних процесів на туристичному підприємстві, створенням якісного туристичного продукту і просуванням його на ринку товарів і послуг.

Навчальний посібник «Туризмологія» складається з тринадцяти тем, що відповідає робочій програмі відповідної навчальної дисципліни в університеті.

Отже, навчальний посібник «Туризмологія» допоможе здобувачам вищої освіти оволодіти понятійним апаратом, розкрити можливості їх участі у науково-дослідній роботі, відкриє перед здобувачами зміст наукового дослідження, ознайомить з методами й методикою його проведення, сформує потребу в отриманні нових знань, розвине інтерес до науки. Головні завдання даного посібника полягають в тому, зробити узагальнення накопичених знань в період вивчення туризмознавчих дисциплін, створити цілісної уяви про туризм як соціальний інститут, як певну форму природно-суспільного буття та життєдіяльності людини, яка подорожує. Одне із провідних завдань курсу полягає у роз'ясненні причин підвищення значущості гуманітарного знання за умов ускладнення міжіндивідуальних стосунків в сучасному суспільстві.

**Метою вивчення курсу «Туризмологія»** є отримання здобувачами відповідного рівня професійної компетентності, зокрема науково-дослідницької компетентності, спрямованої на одержання теоретичних знань, формування і розвиток спеціальних умінь і практичних навичок, набуття знань з теорії та методики організації турів із застосуванням сучасних та інноваційних освітніх форм і методів і здібностей використовувати сучасні інноваційні, зокрема інформаційно-комунікаційні технології, в науково-дослідницькій діяльності закладу вищої освіти.

Завданням навчальної дисципліни «Туризмологія» формування у здобувачів логічного і креативного мислення, навчання аналізу сучасної науково-дослідницької діяльності фахівця з туристичного обслуговування. Зосереджується увага на актуальних проблемах і тенденціях розвитку туризмології і методики наукового пізнання у вищій школі й застосуванні в науково-дослідницькій діяльності інноваційних програмних засобів. У навчальній програмі дисципліни визначено: основна мета її вивчення; основні і фахові компетентності, якими має оволодіти магістр спеціальності 242 Туризм і рекреація; інформаційний обсяг навчальної дисципліни; форму підсумкового контролю і засоби діагностики успішності навчання.

## II. Програма навчальної дисципліни. Тематичний план занять

№ п/п	№ і назва теми (включно із темами, що винесені на самостійне опрацювання)	Кількість годин							
		Денна форма				Заочна форма			
		Разом	у тому числі			Разом	у тому числі		
			лекції	семінарські / практичні заняття	самостійна робота		лекції	семінарські / практичні заняття	самостійна робота
<b>Модуль 1</b>									
<b>Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи туризмології</b>									
1.	Тема 1.1. Основи туризмології: поняття, зміст та визначення.	12	2	2	8	—	—	—	—
2.	Тема 1.2. Актуалізація потреби створення теорії туризму.	12	2	2	8	—	—	—	—
3.	Тема 1.3. Академічна доброчесність в туризмології.	12	2	2	8	—	—	—	—
4.	Тема 1.4. Філософія туризму як	12	4	-	8	—	—	—	—

	методологічна і концептуальна основа туризмології.								
5.	Тема 1.5. Екологія туризму.	12	4	-	8	-	-	-	-
6.	Тема 1.6. Вплив війни на розвиток туристичної діяльності.	12	2	2	8	-	-	-	-
7.	Тема 1.7. Праксеологія туризму.	10	2	-	8	-	-	-	-
8.	Тема 1.8. Правознавство і туризм.	8	2	2	4	-	-	-	-
	Разом годин за модулем 1	90	20	10	60	-	-	-	-
<b>Змістовий модуль 2. Туризмологія як соціогуманітарна наука.</b>									
1.	Тема 2.1. Тема 2.4. Культурологія туризму.	18	4	2	12	-	-	-	-
2.	Тема 2.2. Тема 2.5. Психологія та етика туризму	18	4	2	12	-	-	-	-

3.	Тема 2.4. Логістика туризму.	18	4	2	12	–	–	–	–
4.	Тема 2.5. Інформаційні системи інноваційних технологій в туризмі.	18	4	2	12	–	–	–	–
5.	Тема 2.5. Міжнародна співпраця та організації в туризмі.	18	4	-	12	–	–	–	–
	Разом годин за модулем 2	90	20	8	62	–	–	–	–
	<b>Усього годин</b>	180	40	18	122	–	–	–	–



### III. Опорний конспект лекцій

#### Тема. 1 Основи туризмології: поняття, зміст та визначення

1. Передумови та об'єктивні чинники розвитку туризму.
2. Сутність туризмології.
3. Туризм як об'єкт наукового пізнання.

##### 1. Передумови та об'єктивні чинники розвитку туризму

Рух як фізіологічна потреба та пізнання як потреба духовна, можливо, є одними з найвизначніших рис людини. **Пізнання світу (аж до пізнання Всесвіту)** спонукало людей до подорожей. Люди, які залишали звичні умови життя і, ризикуючи, поринали в незвідане, викликали в оточуючих захоплення, подив і повагу. До них, як таких, які більше бачили і мають більший досвід, завжди дослухались, їхню думку цінували. Таке ставлення до мандрів і мандрівників формувалося сторіччями і закріпилась у свідомості людства як героїчні вчинки. Мандрівники залишили описи нових, відкритих ними земель, а також цінний картографічний матеріал. Мандрівка була подорожжю в незвідане, це була експедиція з метою розвідки й відкриття нових земель, що здійснювалась почасти людьми непересічними, які прагнули самоствердження, самовираження.

**Подорож можна розглядати як предтечу туризму**, але це явище набагато складніше. Подорож було спрямовано на географічні відкриття (Великі географічні відкриття XV–XVII ст.), на дослідження природи (мандрівники-натуралісти XIX ст.). Мандрівники не тільки самі здобували знання, але й залишили великий літературний доробок, полишивши карти та описи місць, де побували, сформувавши цілий літературний напрям, тобто мандрівки мали також просвітницьку місію.

**Формування явища з сучасною назвою «туризм» відбувалося поступово**, відповідно до цивілізаційного поступу, що обумовлював зміни умов життя та праці, зміни потреб і можливостей їх задоволення. Відповідно, одвічна жага людини до пізнання докільля на кожному з цих етапів набирала тих рис, які відповідали запитам і можливостям суспільства. Знання докільля здавна було необхідною умовою життєдіяльності людини, тому людина, переміщуючись, постійно розширювала свій життєвий простір, освоювала його, у той чи інший спосіб передавала знання про цей простір. Так подорожпізнання «для людства» зі звуженням непізнаного простору все більше ставала подорожжю-пізнанням «для себе».

**Туризм виник на індустріальній стадії розвитку людства**, зумовлений такими об'єктивними чинниками, як поступ **науковотехнічного прогресу (НТП)** та урбанізація. НТП, прискорюючись, змінює характер праці: від переважання важкої фізичної праці до інтелектуальної. Інтелектуалізація праці обумовлює і зміну вимог до якості трудових ресурсів у напрямі від кількості до якості. Якість трудових ресурсів та кадрового забезпечення будь-якого сучасного виробництва визначається рівнем освіти, здатністю до постійного саморозвитку, самовдосконалення, поглиблення знань і розширення сфери

діяльності. У засобах, завдяки яким досягається саморозвиток і самовдосконалення, значне місце посів туризм як засіб підвищення інтелектуального рівня в процесі подорожування й особистого ознайомлення з природою, культурою та життям населення інших територій. Це дає можливість набути власного досвіду. З іншого боку, на індустріальному етапі розвитку людства зросла роль міст як центрів концентрації виробничих сил і прискорились процеси урбанізації. Стиль життя в місті, особливо у великому, докорінно відрізняється від традиційного сільського, не пов'язаний із природними циклами, вивільняє людину від певних функцій, але потребує інших функцій. Унаслідок зміни архітектурного, побутового середовища життєдіяльності, а також характеру праці зростають психологічні навантаження на людину, і потреба в релаксації, відновленні життєвих сил стає актуальнішою. Так об'єктивно формується потреба людини в рекреації. Але для реалізації цієї потреби потрібні певні соціальні здобутки, соціальні гарантії. Найважливішим таким соціальним здобутком стали **гарантовані відпустки найманим працівникам (з 1840 р. у Великій Британії)**. «Сучасний туризм виник у зв'язку із проведенням соціальної політики, яка привела до надання трудящим щорічних оплачуваних відпусток, що одночасно є визнанням основного права людини на відпочинок та дозвілля. Він став фактором соціальної рівноваги, взаєморозуміння між людьми й народами та розвитку особистості», – констатовано в Манільській декларації зі світового туризму (1980).

## 2. Сутність туризмології

Теоретичне осмислення туризму обумовлене рядом причин: широкомасштабністю туристської діяльності, необхідністю наукового обґрунтування сталого розвитку туризму, планетарним характером здійснення подорожей, узгодженням різних підходів до вирішення загальних завдань туристської галузі. Накопичений фактичний матеріал туристської діяльності потребує розгорнутої оцінки, упорядкування, узагальнення. Таку роль покликана відіграти теорія туризму – туризмологія, сутність якої полягає у визначенні основних теоретичних положень і концептуальних моделей туризму. Актуальним теоретичним завданням виступає узгодження розуміння та інтерпретації окремих видів туризму, удосконалення соціально-економічної концепції туризму, розробка моделей туристських територій, дослідження ресурсної бази туризму.

Об'єктом теоретичного знання, насамперед туризмології, є феномен туризму. Феномен «являє себе» світові і людині, чуттєво сприймається, на відміну від сутності (ноумен), яку можна зрозуміти тільки за допомогою розуму. Інакше кажучи, правомірно розрізняти явище і сутність туризму. Якщо багатоманітні явища та прояви реального туризму можна пізнати засобами досвідного, емпіричного пізнання, на практиці, то сутність — тільки за допомогою раціонального мислення, абстрактних теоретико-методологічних процедур, які забезпечують створення ідеального образу туризму, його різноманітних моделей. Поряд з поняттям «туризмологія» нерідко вживають інші, які також рефлексують світ туризму, — «туризмознавство»,

«туризмометрія», «туризмографія», «туристика». На перший погляд, їх дефініції ідентичні за змістом, однак це — поверхове ототожнення.

Туризмологія – це науковий напрям, який об'єднує різноманітні дослідження туризму як суспільного явища. Завданням туризмології є розробка теорії функціонування туризму. Її сутність полягає в обґрунтуванні основних теоретичних положень і концептуальних моделей туризму.

Під туризмологією слід розуміти не загальну теорію туризму, а узагальнюючу назву цілого комплексу наук або міждисциплінарного наукового напрямку.

Туристська галузь акумулює усі негативні, позитивні форми цієї соціальної культури. Виходячи з цього стає очевидним, що туризм дав потужний поштовх для взаємодії з гуманітарними та соціальними науками. У зв'язку з цим можна сказати, що туристська наука має розвиватися як самостійна наука, де головним питанням у концептуальному плані буде людина-турист, а точніше – людина, що відпочиває. Це означає, що туризмологія вивчає людину, яка здатна самостійно організувати свій відпочинок. Ураховуючи всю складність теорії туристської галузі, її взаємозалежність із іншими науками, туризмологія повинна розглядати людину в аспекті її взаємин: турист із туроператором чи турагентом, а туроператор чи турагент наодинці (обличчя до обличчя) з клієнтом.

Витоки теорії сягають давніх часів, коли з'явилися перші описи подорожей (туризмографія). Історія подорожей (історія туризму як літопис подорожей) – історіографія туризму, туристське джерелознавство представлені у найдавніших письмових джерелах (туризмографія). Теоретична позиція дослідника забезпечує впорядкування відповідного туризмознавчого матеріалу, який він розглядає «крізь призму» обраної теорії. Доречною є аналогія становлення туризмології за формуванням науки як системно організованих і логічно обґрунтованих знань про світ (теоретичне пізнання). Зачатки наукового знання виникли в культурах Вавілонії, Давнього Єгипту та інших країн, а струнка наукова система знань вибудувалася тільки в новочасовий період (XVII-XVIII ст.), коли наука набула інституалізованого статусу. Туризмологія постала як окрема галузь соціо- економічного знання тільки у XIX-XX ст., у час перетворення подорожей на власне туризм як соціальний інститут.

Термін «туризмологія» іноді використовують для характеристики різних туристських практик. Показовими в цьому плані є публікації белградського часопису «Туризмологічні проблеми». Читачам пропонують такі проблеми: необхідність мультидисциплінарного методу вивчення туризму, забезпечення концептуальної єдності туристської теорії, з'ясування кореляційного співвідношення теорії і практики туризму, виявлення зв'язків туризму з економікою, культурою, соціологією, соціальною психологією тощо. Однак конкретні матеріали, надруковані у номерах цього журналу, не цілком відповідають рубриці «туризмологія», адже містять характеристики корисних властивостей клімату, лікувальних джерел повітря тощо в районі розташування курортів. Власне туризмологічне, тобто теоретико-методологічне знання у журналі не розкрито.

### 3. Туризм як об'єкт наукового пізнання

**Туризмологія** – науковий напрям, у межах якого сполучаються різноманітні дослідження туризму як суспільного явища. Завданням туризмології є розробка теорії функціонування туризму. Багатогранність явища робить таке завдання складним і в той же час актуальним. Можна виділити такі аспекти функціонування туризму, які практично сформувались у певні напрями досліджень: економічний, історичний, географічний, соціальний, екологічний, політичний, культурний, психологічний. Кожен із напрямів охоплює певну галузь науки або декілька галузей. Зокрема: історія туризму, економіка туризму, географія туризму, екологія туризму, психологія туризму тощо. У той же час кожна з цих дисциплін входить до певної системи наук: історичних, економічних, географічних, соціальних, психологічних тощо. Таким чином, до вивчення туризму може бути застосований як галузевий принцип побудови наукових досліджень, так і проблемний. Саме проблемний принцип покладений в основу формування туризмології як теорії та практики туризму.

**Теоретико-методологічні положення туризмології** мають включати розробку філософських засад, принципів і підходів до різнобічного вивчення туризму як явища, спираючись на наявні досягнення галузевих наукових дисциплін, які займаються розробкою певних напрямів (аспектів) функціонування туризму.

#### ТЕМА 2. Актуалізація потреби створення теорії туризму

1. Поняття, функції і значення науки як соціокультурного феномена.
2. Виникнення та еволюція науки.
3. Наукознавство як система знань. Класифікація наук.

##### 1. Поняття, зміст і функції науки як соціокультурного феномена

Що є наука, який її шлях, ким вона твориться, ким народжується і ким підтримується, кого вибирає у фаворити, як направляє суспільний прогрес — це відкриті питання. Однак, кожен, хто входить у царство наукового знання, кожен, хто хоче стати її слугою чи навіть рабом, адже наука потребує відданості, емоційного та фізичного вкладу сил, з необхідністю повинен з'ясувати для себе, як твориться те, що зветься науковим поступом. Бажаючи взяти участь у цій величній ході розуму, раціональності, об'єктивності, на шляху до істини, молодий науковець повинен озброїтись неабияким арсеналом засобів ведення наукового дослідження.

В одному з послань до своїх сучасників **Г. Сковорода** розповідав що, «хто думає про науку, той любить її, а хто її любить, той ніколи не перестає вчитися, хоча б зовні він і здавався бездіяльним». Це актуально і сьогодні.

Шлях науковця тернистий, сповнений світлих сподівань та мрій про втілення неможливого, а то і виходу, як говорив **І. Франко** «поза межі можливого», проте наука існуватиме завжди, адже людина саме завдяки своєму невсипущому прагненню до пізнання, вічному жеврінню «чистого розуму» залишається людиною.

Знання та пізнання збільшують можливості людини у її взаємодії зі світом, збагачують напрями та сфери людської життєдіяльності. **І. Кант** називав науку організованим знанням, а мудрість — організованим життям. Проте наука є не тільки знання, але й свідомість, тобто вміння користуватися знанням як треба. Роль науки у суспільстві постійно зростає, а її соціальний престиж ставить високі вимоги до знань про науку. Однозначного тлумачення терміна «наука» немає. Англійський вчений **Дж. Бернал**, відзначав, що «дати визначення науки по суті неможливо», окреслює шляхи, «дотримуючись яких можна наблизитися до розуміння того, чим є наука». За Дж. Берналом, науку можна розглянути як: інститут; метод; нагромадження традицій знань; фактор розвитку виробництва; найбільш сильний фактор формування переконань і відношень людини до світу.

Італійський філософ **Е. Агацці** зауважує, що науку слід розглядати як «теорію про певну область об'єктів, а не як простий набір суджень про ці об'єкти»<sup>3</sup>. У такому визначенні міститься заявка на розмежування наукового і повсякденного знання, на те, що наука може повною мірою відбутися лише тоді, коли доведеться розгляд об'єкта до рівня його теоретичного аналізу.

В **Академічному тлумачному словнику української мови** читаємо: «Наука — одна з форм суспільної свідомості, що дає об'єктивне відображення світу; система знань про закономірності розвитку природи і суспільства та способи впливу на оточуючий світ». Дане визначення зосереджується на розкритті науки як світоглядної форми та системи знань про об'єктивну дійсність.

Філософський енциклопедичний словник за редакцією професора **В. І. Шинкарука** подає таке пояснення науки: «Наука — 1) складна, диференційована, ієрархічна сукупність засобів, методів та інструментів фахової пізнавальної діяльності таких суб'єктів пізнання, як вчені. Ця діяльність спрямована на виробництво, перевірку, систематизацію та практичне застосування знань про будь-які об'єкти пізнання. В залежності від типу об'єктів пізнання виокремлюють математичні, природничі, технічні, суспільні та гуманітарні науки; 2) сукупність систем знання, теорій включно; 3) сукупність суспільних інститутів (шкіл, університетів, державних та корпоративних дослідницьких установ, конструкторсько-проектних організацій, видавництв фахової літератури тощо), яка разом з відповідним матеріальним та інформаційним забезпеченням уможливує надбання та застосування знання, а також підготовку вчених». Отже, дане визначення наголошує на розумінні науки як сфери діяльності, яка спрямована на застосування знань, при цьому знання подаються про різні об'єкти пізнання, таким чином виокремлюють предмет дослідження.

Саме діяльнісне розуміння науки особливо відзначав **В. І. Вернадський**: «Її [науки] зміст не обмежується науковими теоріями, гіпотезами, моделями, створюваної ними картини світу, в основі вона головним чином складається з наукових фактів та їх емпіричних узагальнень, і головним змістом є в ній наукова робота людей». У другому тлумаченні, коли наука виступає як система знань, що відповідають критеріям об'єктивності, адекватності, істинності, наукове знання намагається забезпечити собі зону автономії і бути нейтральним у відношенні до

ідеологічних і політичних пріоритетів. Те, заради чого армії вчених витрачають свої життя і кладуть свої голови, є істина, вона понад усе, вона є конституючий науку елемент і основна цінність науки. Третє, інституціональне, розуміння науки підкреслює її соціальну природу і об'єктивує її буття в якості форми суспільної свідомості. Втім, з інституційним оформленням пов'язані й інші форми суспільної свідомості: релігія, політика, право, ідеологія, мистецтво і т. д. Наука як соціальний інститут або форма суспільної свідомості, пов'язана з виробництвом науково-теоретичного знання, являє собою певну систему взаємозв'язків між науковими організаціями, членами наукового співтовариства, систему норм і цінностей». Таким чином, вчений наголошує на способі діяльності, на системі знань та формі суспільної свідомості.

Американський дослідник науки **М. Еріксон** виділив наступні ключові, на його думку, елементи в описі науки: «Наука — це не метафізика, метафізика — ряд широких узагальнень. Наука — це безперервний ряд фактичних пропозицій. Ці теоретичні основи фактичних даних, пов'язані один з одним загальним предметом (природний світ) і проектом (розширення і завершення знання про природний світ). Наука пов'язує фактичні дані за допомогою використання теорій. Наукові теорії описують, що відомо про світ, і розширюють науку, щоб зробити прогноз про те, що невідомо про світ. Наука емпірична. Вона заснована на досвіді, тобто фактично осягає речі, а не просто створює теорії про них. Наукове знання застосовується раціонально; воно виробляється з використанням конкретних і точних методів. Наукове знання — це пряме спростування релігійного досвіду. Релігія покладається на віру, а наука — на факти. Наукове знання ґрунтується на об'єктивності і намагається усунути суб'єктивність з аналізу світу. Наукове знання має певні висновки, воно змушує науку «працювати». Воно перетворює наше життя через здійснення технологічних проривів, лікує від хвороб, дає нові способи (шляхи) розуміння нашої дійсності і т. д. Наукове знання кумулятивне і прогресивне, із-за теорій, що приходять разом і підтримують одна одну. Ми знаємо більше про світ природи, ніж ми знали в минулому, і ми будуємо наше знання на підставах, які були закладені в минулому».

Отже, науку **можна розуміти, як:** інститут; метод; специфічну форму суспільної свідомості, основою якої є система знань накопичення традицій знань; процес пізнання закономірностей об'єктивного світу; фактор розвитку виробництва; найбільш сильний фактор формування переконань і ставлення людини до світу.

Таким чином, можна стверджувати, що наука — це історично витворена форма людської діяльності, яка спрямована на пізнання та перетворення об'єктивної дійсності; наука — це таке духовне виробництво, яке має своїм результатом цілеспрямовано відібрані та систематизовані факти, логічно вивірені гіпотези, узагальнюючі теорії, закони та методи дослідження.

**Об'єктом науки** виступають природа і форми руху матерії, людське суспільство в його розвитку, людина та її діяльність.

**Суб'єктами науки** є люди, що мають певну кількість знань і готові до наукової діяльності.

**Предметом науки** є пов'язані між собою форми розвитку матерії або особливості їх відображення у свідомості людини. **Предмет науки включає в собі такі нормативні характеристики, як:** об'єкт наукового пізнання (об'єкт науки); предмети наукового дослідження; комплекс проблем і завдань, що вирішуються наукою; мову науки, що включає системи термінів, понять, категорій, специфічні мовні комплекси; методи і засоби: емпіричні та теоретичні, якісні та кількісні, інструментальні та прикладні; системи наукового знання, узагальнюючі наукові факти, закони і теорії.

Наука передбачає створення єдиної, логічно чіткої системи знань про той чи інший бік навколишнього світу, зведений в одну систему.

**Метою наукової діяльності** є отримання нового наукового знання про об'єкт дослідження та виявлення законів, відповідно до яких об'єкти можуть бути перетворені в людській діяльності в необхідний для суспільства продукт.

Поки відповідні закони не відкриті, людина може тільки описувати явища, збирати, систематизувати факти, але вона нічого не може пояснити і передбачити.

**Перед наукою ставляться такі завдання:**

- збір і узагальнення фактів (констатація);
- пояснення зовнішніх взаємозв'язків явищ (інтерпретація);
- пояснення суті фізичних явищ, їх внутрішніх взаємозв'язків і протиріч (побудови моделей);
- прогнозування процесів і явищ;
- встановлення можливих форм і напрямів практичного використання отриманих знань.

**Для науки характерні такі відмітні риси, як:**

- фрагментарність (досліджує буття не в цілому, а різні його фрагменти, тому поділяється на різні наукові дисципліни);
- універсальність (ставить за мету встановлення істинних, об'єктивних закономірностей та формування їх мовою науки);
- емпіричність (всі наукові дисципліни своєю основою мають емпіричний досвід);
- теоретичність (формує знання за допомогою раціональних процедур та законів логіки, спрямована на розкриття сутності явищ);
- системність (чіткий зв'язок між окремими частинами науки);
- незавершеність (відсутність пізнання людиною абсолютної істини);
- критичність (ставить під сумнів і переглядає будь-які результати та положення);
- кумулятивність (наукові знання нагромаджуються і сумуються в концентрованому вигляді).

Наука сьогодні проявляється у різноманітних наукових дисциплінах та розвивається з урахуванням глибокої спеціалізації, а також на стиках різних міждисциплінарних галузей. Наукове знання як форма свідомого пошуку істини різноманітне: це фактуальне і гіпотетичне, експериментальне і теоретичне, класифікаційне і концептуальне, математичне та природниче. Всі наукові знання

повинні відповідати певним стандартам і мати чітко вивірені підстави. **В якості використовуваних у науці пізнавальних норм і засобів прийнято виділяти:**

- філософські передумови науки;
- ідеали і норми наукового пізнання;
- наукову картину світу.

**Філософські передумови науки** — це філософські ідеї та принципи, які наявні в певній науці та дають найзагальніші орієнтири для пізнавальної діяльності. Філософські основи сприяють формуванню нових методів наукового дослідження. На різних етапах розвитку науки має місце інша філософська основа. Великі наукові відкриття завжди пов'язані із філософськими узагальненнями, оскільки філософія сприяє розумінню реальності.

**Ідеали і норми наукового пізнання** — це сукупність певних концептуальних, ціннісних, методологічних та інших настанов, які притаманні науці на кожному історичному етапі її розвитку. Основна функція їх полягає в організації та регулюванні процесу наукового дослідження, орієнтації на ефективні шляхи, способи та форми досягнення кращих результатів. Розвиток ідеалів та нормативних структур науки обумовлений не лише специфікою об'єкта, а й образом пізнавальної діяльності, обов'язковими процедурами, які забезпечують досягнення істини. Цей образ завжди має соціокультурну обумовленість. Він формується в науці, під впливом світоглядних структур, які лежать у фундаменті культури тієї чи іншої історичної епохи.

**Наукова картина світу** — це цілісна система уявлень про загальні властивості та закономірності дійсності, побудована як результат узагальнення і синтезу фундаментальних наукових понять і принципів. У відповідності до підстав розрізняють загальнонаукову картину світу (уявлення про природу, суспільство, саме пізнання) та природничо-наукову картину світу (може бути фізична, астрономічна, хімічна, біологічна та ін.). Для наукової картини світу характерна системність знання. НКС закладає систему настанов та принципів освоєння універсуму. Зміст НКС обумовлює спосіб бачення світу, впливає на наукове дослідження.

**Наука походить з неспеціалізованого, повсякденного знання, що існувало й існує у трьох основних формах:** 1) рецептивного, технічного знання, що може бути частково спеціалізованим для мистецтва, ремесел, торгівлі, дрібного виробництва; 2) протонауки, тобто підготовчого етапу становлення науки, сутність якого полягає у збиранні фактів, встановленні каузальних зв'язків між явищами природи тощо; 3) псевдонауки, тобто сукупності переконань і дій, які мімікують (імітація) під наукові форми й методи представлення знань.

**Перетворення повсякденного знання у науку здійснюється за умови виконання трьох правил:** 1) перш ніж вирішувати питання про сутність того чи іншого явища або процесу, треба з'ясувати за допомогою експерименту його реальні параметри і форми існування; 2) для математичного моделювання явищ і процесів необхідно, щоб вони були представлені метрично, тобто у кількісних вимірах; 3) не тільки досвід, а й власні наукові твердження, висновки, узагальнення можуть використовуватися при будівництві наукової теорії.



**Розвиток будь-якої галузі науки має чотири фази:** перша є латентною і починається з виникнення «зародкових» робіт; друга характеризується «вибуховим», «лавиноподібним» зростанням інформації і початковим її впорядкуванням і оформленням; третя пов'язана з приходом у цю галузь науки широкого кола науковців і практичним використанням результатів; четверта характеризується насиченням знання, галузь вичерпує себе, основні ідеї переходять у підручники, навчальні посібники, довідкову літературу.

**Суть науки розкривається в її функціях.** Так, **пізнавальна функція** науки розкриває прагнення людини до пізнання і виправдовує саме існування людини на Землі. Пізнавальна функція є виявом найсуттєвіших знань про закони розвитку природи, суспільства і мислення та їх взаємозв'язок. **Критична функція** науки полягає в оцінці виявлених закономірностей, властивостей, тенденцій з метою підсилення позитивних сторін явищ, процесів і усунення негативних. **Практично-дієва функція** полягає у вдосконаленні оточуючого світу, особливо системи матеріального виробництва і суспільних відносин. Особливе навантаження несе собою **культурно-виховна функція**, яка дбає про розвиток культури, гуманізацію процесу виховання та формування нового покоління, сприяння подальшому розвитку і самовдосконаленню людини як індивіда і суспільства в цілому.

**Сукупність функцій науки формують основну її функцію** — пізнання об'єктивного світу, розвиток системи знань, які сприяють створенню раціональних суспільних відносин і використанню продуктивних сил в інтересах усіх членів суспільства. Наука створена для безпосереднього виявлення суттєвих сторін усіх явищ природи, суспільства і мислення. У наш час функції науки універсалізуються. Наука проникає в усі клітини сучасного соціуму.

## **2. Виникнення та еволюція науки**

Історія зародження й розвитку науки нараховує багато століть. Ще на зорі свого розвитку людство поліпшувало умови життя за рахунок пізнання і незначного перетворення навколишнього світу. Століттями і тисячоліттями нагромаджений і узагальнений досвід передавався наступним поколінням. Проте проблема історії науки майже до XIX століття не виступала предметом дослідження ні у філософів, ні в науковців. Лише перші позитивісти роблять спроби аналізу виникнення та розвитку науки, так створюється історіографія науки.

У XIX столітті розпочалася розробка історії науки, але лише як розділу філософії чи загальної теорії культури. Визнання історії науки як спеціальної наукової дисципліни відбулася лише в 1892 р. Тоді у Франції була створена перша кафедра історії науки. Спочату систематизували успіхи в будь-якій галузі науки, описували механізм розвитку наукових проблем та ідей, намагалися пояснити як відображалися на результатах наукової діяльності різні зовнішні чинники (економічні, політичні, психологічні та ін.)

Найбільше досліджень з історії науки проходило у 30-х рр. XX ст. В цей час виникає новий напрям в західній історіографії науки, який отримує назву екстерналістського. Екстерналісти (від лат. *externus* — зовнішній) — це вчені, які використовують переважно соціологічний метод аналізу генези науки, тобто

йдуть немовби ззовні, з боку соціально-історичного контексту до осягнення сутності науки. Лідером цього напрямку став англійський фізик і наукознавець **Д. Бернал (1901–1971)**, який опублікував роботи «Соціальна функція науки» (1939 р.), «Наука і суспільство» (1953), «Наука в історії суспільства» (1954) та ін.

Алтернативним напрямом виступає інтерналістський. **Інтерналісти** (від лат. *interims* — внутрішній) — це вчені, які роблять ставку на саморух наукової думки і концентрують увагу на внутрішніх закономірностях розвитку науки.

У даний час співіснують **три моделі історичної реконструкції науки**: 1) історія науки як кумулятивний, поступальний, прогресивний процес; 2) історія науки як розвиток через наукові революції; 3) історія науки як сукупність індивідуальних, приватних ситуацій (кейс стадіс — це комплекс методів, які використовуються на етапах збору, аналізу та інтерпретації отриманої інформації).

У Стародавній Греції в VI ст. до н. е. наука математика існує вже як форма теоретичної свідомості. Античні греки сприймали математичні знання не як сукупність правил числення і розрахунку, а як ідеальне буття. Значний внесок у розробку математики здійснили піфагорійці. Піфагора навіть вважають «батьком науки». Пояснюючи картину світу піфагорійці основним компонентом світобудови вважали число, числові відношення були головним ключем до розуміння світоустрою. Завданням ставало вивчення чисел і їх відносин не просто як моделей тих чи інших практичних ситуацій, а самих по собі, безвідносно до практичного застосування. Пізнання властивостей і відносин чисел мислилось як пізнання начала і гармонії Космосу.

Характеристику науки вперше було дано давньогрецьким філософом **Арістотелем**. Він подає перший (дуже загальний) поділ наук (теоретичних, практичних та поетичних — «технічних»). Значення пізнання в людському житті, на погляд Арістотеля, дуже велике — людина від природи прагне до пізнання. Пізнання («теорія» грецькою мовою — спостереження, неабстрактне мислення) є найвищою метою життя, пізнання — божественна форма життя людини.

Арістотель створює науку як особливу форму знання — знання заради самого знання — і в досягненні його бачить вищу мету людської діяльності. Проводячи порівняння математики та фізики, Арістотель перевагу віддає фізиці, тільки вона повинна претендувати на базову, фундаментальну науку. Далі всередині цієї системи починають формуватися як самостійні наукові дисципліни логіка й психологія, зоологія й ботаніка, мінералогія й географія, естетика, етика та політика. Отже, в античну епоху складаються теоретичні системи знання в галузі геометрії, механіки, астрономії (**Евклід, Архімед, Птоломей**), розвивається натурфілософська концепція атомізму (**Демокріт, Епікур**), робляться спроби аналізу закономірностей суспільства і мислення (**Арістотель, Платон, Геродот**).

Західноєвропейське середньовіччя є специфічним феноменом, з одного боку в цей час продовжуються традиції античності, свідчення тому є існування таких розумових комплексів, як споглядальність, схильність до абстрактного умоглядного теоретизування, принципова відмова від досвідного пізнання,

визнання переваги універсального над унікальним, а з іншого боку, розрив з античними традиціями: алхімія, астрологія носять «експериментальний» характер. **В Європі в Середні віки великого поширення набуває специфічна форма науки — схоластика, яка основну увагу приділяла розробці християнської догматики, разом із тим вона внесла значний вклад у розвиток осмислення культури, в удосконалення мистецтва теоретичних дискусій.**

А на Сході в цей час намітився прогрес в галузі математичних, фізичних, астрономічних, медичних знань. Значний внесок у розвиток науки роблять вчені арабського Сходу і Середньої Азії: Ібн Сіна, Ібн Рушд, Біруні та інші.

З другої половини XV ст., в епоху Відродження, починається період значного розвитку природознавства як науки, початок якого характеризується нагромадженням значного фактичного матеріалу про природу, отриманого експериментальними дослідженнями. У цей час проходить подальша диференціація науки; в університетах починають викладати основи фундаментальних наукових дисциплін — математики, хімії, фізики. Серед тих, хто безпосередньо підготовляли народження науки, були Микола Кузанський, ідеї якого вплинули на Джордано Бруно, Леонардо да Вінчі, Микола Коперник, Галілео Галілей, Йоганн Кеплер. Геоцентрична система побудови світу, створена Птоломеем у II ст, замінюється геліоцентричною, винайденою М. Коперником, Г. Галілеєм.

Перехід від натурфілософії до першого наукового періоду в розвитку природознавства проходив досить довго — майже тисячу років, що пояснюється недостатнім прогресом розвитку техніки. Фундаментальні науки в той час не мали достатнього розвитку. Аж до початку XVII ст. математика являла собою науку тільки про числа, скалярні величини, відносно прості геометричні фігури і використовувалась в основному в астрономії, землеробстві, торгівлі. Алгебра, тригонометрія і основи математичного синтезу тільки зароджувались.

**Другий період у розвитку природознавства, який характеризується як революційний у науці, припадає на середину XVI ст. і до кінця XIX ст.** Саме в цей період були зроблені значні відкриття в фізиці, хімії, механіці, математиці, біології, астрономії, геології. Ця епоха дала плеяду видатних вчених, праці яких вплинули на подальший розвиток науки.

До цього періоду належить створення аналітичної геометрії **Р. Декартом**, логарифмів **Дж. Непером**, диференціального і інтегрального обчислення **І. Ньютоном** і **Г. Лейбніцем**, як самостійні науки виникли: хімія, ботаніка, фізіологія і геологія.

Наприкінці XVII ст. **І. Ньютоном** був відкритий закон всесвітнього тяжіння. Можна вважати, що це була перша наукова революція, пов'язана з іменами **Леонардо да Вінчі, Г. Галілея, Й. Кеплера, М. П. Лапласа** та інших видатних учених.

Слід зазначити, що в цей період поряд із спостереженнями широко застосовується експеримент, котрий значно розширив пізнавальну силу науки (**Г. Галілей** і **Ф. Бекон** є початківцями і засновниками сучасної експериментальної науки).

На особливу похвалу заслуговує диференціація наук, яку провів англійський філософ **Френсіс Бекон (1561–1626)**. Анітрохи не применшуючи ролі філософії, Ф. Бекон у праці «Велике відновлення наук» (залишилася не завершеною) фіксує виникнення науки як «триєдиного цілого» (система спеціалізованого знання і його постійного відтворення та оновлення, соціальний інститут і форма духовного виробництва).

**Рене Декарт (1596–1650)** називає наукою геометрію, яка вивчає величину, фігури, яка стає універсальним інструментом пізнання. Перед Декартом стоїть завдання — перетворити геометрію так, щоб з її допомогою можна було б вивчати і рух. Тоді вона стане універсальною наукою, тотожною Методу. Завдання науки за Р. Декартом — вивести пояснення всіх явищ природи з отриманих начал, в яких не можна засумніватися. Рене Декарт зазначає, що уявлення про світ, яке дає наука, відрізняється від реального природного світу, тому наукові знання гіпотетичні.

У Новий час склалася механічна картина світу, яка стверджує: весь Всесвіт — сукупність великого числа незмінних і неподільних частинок, що переміщуються в абсолютному просторі та часі, пов'язаних силами тяжіння, підлеглих законам класичної механіки; природа виступає в ролі простої машини, частини якої детерміновані; всі процеси в ній зведені до механічних. Таких уявлень дотримувалися практично всі видатні мислителі XVII ст. — **Г. Галілей, І. Ньютон, Г. Лейбніц, Р. Декарт**. Для їхньої творчості характерна побудова цілісної картини світобудови. Саме в цей час починало формуватися теоретичне природознавство, і в першу чергу — фізика.

У середині XVIII ст. вчені висловили ідею про всезагальний взаємозв'язок явищ і процесів, що проходять у реальному світі. Ці ідеї вперше висловив **Р. Декарт, І. Кант, К. Вольф**.

Отже, в XV–XVIII ст. наука починає перетворюватись у реальну базу світогляду. Вирішальна роль у формуванні наукового світогляду належить механіці, в рамках якої здійснюється пізнання не тільки фізичних і хімічних, а й біологічних явищ. Такий великий стрибок у розвитку науки сприяв подальшому процесу її диференціації.

Період розвитку науки, під час якого старі наукові уявлення замінюються частково або повністю новими, з'являються нові теоретичні передумови, методи, матеріальні засоби, оцінки та інтерпретації, які повністю несумісні зі старими уявленнями називають революцією в науці. Революційні процеси в науці, що пройшли в XVI–XIX ст., привели до корінної зміни поглядів на навколишній світ.

**До найголовніших особливостей наукової революції належать:**

- яскравий творчий характер: здобуті раніше знання не руйнувались, а інтерпретувалися у контексті нового їх розуміння;
- нове тлумачення раніше здобутих знань: у період наукової революції нове створюється на ґрунті вже існуючого;
- поява великої кількості талановитих осіб, які піднімають великий пласт знань на небувалу висоту і тривалий час не мають собі рівних;
- бурхливий розвиток фізико-математичних наук.

**Перша наукова революція (XVII–XVIII ст.).** У цей період відбулося становлення класичного природознавства. Головною вимогою до науки було досягнення чистої об'єктивності знання. Наука швидко набувала престижу й авторитетності. Зростаючий авторитет науки прислужився виникненню **першої форми сциєнтизму** (лат. scientia — знання, наука), прихильники якого абсолютизували роль і значення науки. В його лоні сформувався, так званий, **сциєнтичний (ідеологічний) утопізм** — теорія, згідно з якою суспільні відносини можуть бути цілком пізнаними і прозорими, а політика ґрунтується на винятково наукових законах, що збігаються з законами природи. Оскільки головною наукою цього періоду була механіка, загальнонаукова картина світу класичного природознавства мала яскраво виражений механістичний характер.

Наприкінці XVIII ст. перша наукова революція переросла у **промислову революцію**, наслідком якої була розбудова капіталістичного індустріального суспільства й індустріальної цивілізації. Відтоді розвиток науки значною мірою зумовлений потребами економіки й виробництва (винахід **Д. Уаттом** парової машини, яка перетворювала теплову енергію в механічну, стали могутнім стимулом подальшого розвитку науки; відкриття фізиками електричного струму і явища електромагнітної індукції (**А. Вольт, В. Петров, Г. Деві, А. Ампер, М. Фарадей** та інші); розроблення хвильової теорії світла (**Т. Юнг, О. Френель**); формування біології як науки про закони життя і розвитку живих організмів, порівняльної анатомії, морфології, палеонтології, швидкий розвиток усіх природничих наук — відкритий закон збереження і перетворення енергії (**Й. Р. Майєром, Г. Гельмгольцем, Дж. Джоулем**), який є основним законом природознавства, що виражає єдність всіх фізичних форм руху матерії; клітинна теорія, розроблена **Т. Шванном і М. Шлейденом**, які довели єдність всіх складних організмів; еволюційне вчення **Ч. Дарвіна**, який доказав єдність видів рослин і тварин, їх природне походження і розвиток.

У XIX ст. наука зазнала істотних змін: механіка втратила монополію на тлумачення загальнонаукової картини світу, зміцніли позиції біології, хімії, геології; змінився стиль наукового мислення, у якому важливого значення набула ідея розвитку; наука продовжувала розвиватися в межах класичної форми, і надалі претендуючи на абсолютність вичерпного бачення картини світу. Постійно зростав її суспільний авторитет і престиж.

**Друга наукова революція (кінець XIX — початок XX ст.)** спричинила появу нової, некласичної науки, якій належать відкриття електрона, радіо, перетворення хімічних елементів, створення теорії відносності і квантової теорії, проникнення у мікросвіт і пізнання великих швидкостей. Радикальні зміни відбулися в усіх сферах наукового знання. Заявили про себе нові наукові напрями, зокрема кібернетика і теорія систем.

Некласична наука вже не висувала претензій на повну й абсолютну об'єктивність знання, на відсутність у ньому суб'єктивного аспекту. У ній різко зросла роль суб'єктивного чинника; вона більше враховувала вплив методів, способів і засобів пізнання; її знання, стаючи суто теоретичним, позбавлялося емпіризму, втрачало дослідницьке походження; у пізнанні особливого значання почали набувати теорії і моделі, вибудовані пізнавальним суб'єктом за

допомогою математичного, статистичного, комбінаторного та інших підходів; посилюється процес диференціації, наслідком якого стало збільшення кількості наукових дисциплін і шкіл, окреслилась тенденція до плюралізму. Актуальності набув принцип **релятивізму** (лат. *relativus* — відносний) — відносності людських знань, відповідно до якого кожна теорія визнається істинною лише у конкретній системі даних або координат. У науковому обігу поняття «істинність» дедалі частіше поступається поняттю «валідність», яке означає обґрунтованість, прийнятність. Подібна доля спіткала і такі поняття класичної науки, як: «причинність», «детермінізм», що поступилися місцем поняттям «можливість» та «індетермінізм».

**Третя наукова революція (середина ХХ ст. — сьогодення) була продовженням другої наукової революції, її також називають науковотехнічною, або науково-технологічною. Головним її результатом було виникнення постнекласичної науки.** Третя наукова революція перетворилась у технологічну, яка формує постіндустріальну цивілізацію. Їй відповідає постіндустріальне, інформаційне, постмодерне суспільство. Основою цього суспільства є новітні високі й тонкі технології, які ґрунтуються на нових джерелах і видах енергії, нових матеріалах і засобах управління технологічними процесами. Виняткову роль при цьому відіграють комп'ютери, засоби масової комунікації й інформатики, розвиток і поширення яких набули гігантських масштабів.

Наука зазнала глибоких змін: ускладнилися елементи процесу пізнання — суб'єкт, що пізнає, засоби і об'єкт пізнання, змінилося їх співвідношення. Суб'єктом пізнавального процесу рідко є один учений, що самотужки досліджує якийсь об'єкт. Найчастіше його утворює колектив, група, чисельність яких залишається невизначеною. Суб'єкт пізнання перестає перебувати поза його об'єктом, протиставлятися йому, а включається у процес пізнання, стає одним з елементів системи координат цього процесу. Для вивчення об'єкта пізнання часто не потрібні безпосередній контакт і взаємодія з ним. Його дослідження нерідко здійснюються на великій відстані. Наприклад, розвідування родовищ нафти, інших природних копалин з космосу за допомогою високочутливих приладів і телекомунікаційних технологій. Часто об'єкт пізнання позбавлений будь-яких обрисів, будучи частиною або фрагментом умовно виокремленого явища постійно зростає, набуваючи вирішального значення, роль засобів (особливо комп'ютера) і способів пізнання.

Культ науки в кінці ХІХ–ХХ століття привів до проголошення науки найвищою цінністю розвитку людської цивілізації. Під впливом науковотехнічного прогресу в культурі витворюються два напрямки: відстоювання науково-технічного прогресу та критика і заперечення стрімкого розвитку науки і техніки. В результаті чого утворюються сцієнтизм і антисцієнтизм.

ХХ століття так і не запропонувало переконливої відповіді у вирішенні дилеми сцієнтизму і антисцієнтизму. Людство, задихаючись в лещатах раціоналізму, насилу відшукуючи духовний порятунок в численних психотерапевтичних і медіативних практиках, робить основну ставку на науку.

І, як доктор Фаустус, продавши душу дияволу; пов'язує саме з нею, а не з духовним і моральним зростанням, прогресивний розвиток цивілізації.

### **3. Наукознавство як система знань. Класифікація наук**

Наукознавство, або наука про науку охоплює всі існуючі науки в їх взаємозв'язку та у зв'язку із практикою, враховуючи економічні, соціальні, політичні, культурні умови функціонування й розвитку. Наукознавство вивчає закономірності розвитку науки, структуру і динаміку наукового знання та наукової діяльності, взаємодію науки з іншими соціальними інститутами та сферами матеріального та духовного життя суспільства.

Процес розвитку науки супроводжується нагромадженням знань і формуванням певної структури самої науки. Приблизно в 30-ті роки двадцятого століття почала формуватись проблематика наукознавства і тільки в 60-ті роки цього ж століття наука про науку сформувалась як окрема галузь, визначився предмет і завдання наукознавства. У цей період почали створюватись колективи з питань розробки проблем наукознавства, визначення системи показників для ключових наукознавчих понять з використанням методів різних наук. Наукознавство узагальнює світовий досвід розвитку науки, активно впливає на інтеграцію вітчизняної науки з науковими системами інших країн, оскільки сучасна наука характеризується цілісним і різностороннім підходом вивчення об'єктів.

**Одним із основних завдань наукознавства є розробка класифікації наук, яка визначає місце кожної науки в загальній системі наукових знань і взаємозв'язок усіх наук. Класифікація наук у наукознавстві виконує функцію групування наукових знань в певні системи, що сприяє уніфікації науки, її міжнародним зв'язкам і зростанню темпів розвитку.**

Одна з перших спроб систематизації та класифікації накопиченого знання (або «начал» науки) належить **Арістотелю (384 до н.е. — 322 до н.е.)**.

**Пізніше, у період Нового часу нову класифікацію наук запропонував Ф. Бекон (1561–1626)** як узагальнення відомого в його час кола знань. У своєму творі «Про гідність і примноження наук» він створює широку панораму наукових знань, включаючи в дружну сім'ю наук і поезію. В основу беконівської класифікації наук покладено головні здатності людської душі: пам'ять, уяву, розум. Тому класифікація є такою: пам'яті відповідає історія; уяві — поезія; розуму — філософія.

**Французький філософ О. Конт (1798–1857) в основу класифікації вкладає принципи руху від простого до складного, від абстрактного до конкретного, від старого до нового.** І хоча складніші науки ґрунтуються на менш складних, це не означає редукції вищих до нижчих. У контівській класифікації відсутні такі науки, як логіка, тому що вона, на його думку, є частиною математики, і психологія, яка становить частково фрагмент біології, частково — соціології.

Реалізуючи свої задуми щодо класифікації (ієрархії) наук, французький філософ виходив з того, що:

а) існують науки, що відносяться до зовнішнього світу, з одного боку, і до людини — з іншого;

б) філософію природи (тобто сукупність наук про природу) слід розділити на дві галузі: неорганічну і органічну (відповідно до їх предметів вивчення);

в) природна філософія послідовно охоплює «три великі галузі знання» — астрономію, хімію і біологію.

Подаючи свої роздуми про ієрархію наук, філософ підкреслює, що ми врешті-решт «поступово приходимо до відкриття незмінною ієрархії... — однаково наукової і логічної — шести основних наук — математики (механіки), астрономії, фізики, хімії, біології та соціології».

**У подальшому в розвитку проблеми класифікації наук В. Дільтей (1833–1911) відокремив науки про дух і науки про природу.** У роботі «Введення у науки про дух» філософ розрізняє їх перш за все за предметом. Предмет наук про природу становлять зовнішні по відношенню до людини явища. Науки про дух занурені в аналіз людських відносин. Поперше вчених цікавлять спостереження зовнішніх об'єктів як даних природничих наук, по друге — внутрішні переживання. **В. Віндельбанд (1848–1915) пропонує розрізняти науки не за предметом, а за методом.** Він ділить наукові дисципліни на номотетичні і ідеографічні. У перших проходить встановлення загальних законів, регулярності предметів і явищ. Другі спрямовані на вивчення індивідуальних явищ і подій.

**Г. Ріккерт (1863–1936), розвиваючи висунуту Віндельбандом ідею про поділ наук, приходять до висновку, що відмінність випливає з різних принципів відбору та впорядкування емпіричних даних.** Розподіл наук на науки про природу і науки про культуру в його знаменитому однойменному творі найкраще виражає протилежність інтересів, які поділяють вчених на два табори.

**У середині ХХ ст. оригінальну класифікацію наук запропонував В. Вернадський.** Залежно від характеру досліджуваних об'єктів він виділяв два роди (типи) наук: 1) науки, об'єкти (і закони) яких охоплюють всю реальність — як нашу планету та її біосферу, так і космічні простори. Інакше кажучи, це науки, об'єкти яких відповідають основним, загальним явищам реальності, 2) науки, об'єкти (і закони) яких властиві і характерні тільки для нашої Землі. Згідно з таким розумінням об'єктів різних наук і «враховуючи такий стан наших знань, ми можемо розрізняти в ноосфері прояв впливу на її будову двох областей людського розуму: наук, загальних для всієї реальності (фізика, астрономія, хімія, математика), і наук про Землю (науки біологічні, геологічні та гуманітарні)». Логіка, на думку вченого, займає особливе положення, оскільки, будучи нерозривно пов'язаною з людською думкою, вона однаково охоплює всі науки — і гуманітарні, і природничо-математичні.

У той час великою популярністю користувалася класифікація, запропонована російським дослідником, методологом науки **Б. Кедровим**, в якій він розрізняв шість основних форм руху: субатомну фізичну, хімічну, молекулярно-фізичну, геологічну, біологічну і соціальну. Зауважимо, що класифікація форм руху матерії мислилася як основа класифікації наук.

Сьогодні перед нами наука виступає як сімейство численних наукових дисциплін: одні з яких зовсім молоді (кібернетика, математична лінгвістика або



молекулярна генетика), інші з'явилися в ХІХ столітті, (статистична фізика, електродинаміка, фізична хімія, соціологія), треті — в Новий Час (наприклад, математичний аналіз, аналітична геометрія, динаміка), а деякі - сягають своїм корінням в Античність або навіть у більш віддалені часи (геометрія, астрономія, географія, історія).

Сучасна класифікація наук виражає взаємозв'язок природничих, технічних, гуманітарних наук і філософії. В основі такої класифікації лежать специфічні особливості вивчення різними науками об'єктів матеріального світу.

Класифікація фіксує (відображає) закономірні зв'язки між об'єктами, визначає їх місце і основні властивості в цілісній системі, є засобом збереження та пошуку інформації.

**Рівень і характер зв'язку між науками визначається предметом, методом і умовами пізнання об'єктів, цілями і завданнями науки, їх практичним значенням та іншими факторами.**

**Метою класифікації наук є розкриття взаємного зв'язку між науками на основі певних принципів і відображення цих зв'язків у вигляді логічно аргументованого розміщення, групування сукупності наук в єдину систему знань і графічного відображення структури взаємозв'язку між ними в різній формі, зокрема, у вигляді таблиць.**

Класифікація наук має велике наукове значення. Спираючись на предметні і методичні зв'язки наукових дисциплін та їх груп, класифікація сприяє спрямованому руху науки від емпіричного нагромадження знань до рівня теоретичного синтезу, системного підходу до наукових проблем.

### **ТЕМА 3. Академічна доброчесність в туризмології**

1. Етичні норми у навчанні : чесність і доброчесність.
2. Головні поняття та складові академічної доброчесності у ВНЗ.
3. Основні види порушень академічної доброчесності: плагіат, списування, фальсифікація.
4. Плагіат у навчальному процесі. Види і типи плагіату.
5. Виключення, які не є плагіатом.

#### **1. Етичні норми у навчанні : чесність і доброчесність**

Бути чесним – ключові чесноти в освіті. Коли люди чесні, можна бути впевненим, що вони не обмануть, не вкрадуть та не шахраюватимуть. Бути відкритим, довіряти та бути достойним довіри. Коли навколо усі чесні, то ти впевнений, що речі є саме такими, якими здаються. Слід відстоювати те, у що віриш, що є правильним, що є найвищою цінністю. Це означає бути чесним та щирим з іншими та з собою. Ти є доброчесною людиною, коли твої слова відповідають твоїм вчинкам. [ Зі статті 42 ЗУ «Про освіту» від 05.09.2017 № 2145-VIII ].

Суть академічної доброчесності полягає в чесному та відповідальному підході до освітньої та наукової діяльності. Науковці зазначають, що академічна

доброчесність – це «чесна гра», «гра без обману». Це ідеальна поведінка людини. І якби всі її дотримувались, освіта б функціонувала так, як треба.

Академічна доброчесність у процесі виконання наукових досліджень – це сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та наукових досягнень.

Зараз поняття «академічна доброчесність» є всеохоплюючим, воно стосується не лише загальної корпоративної культури вищого навчального закладу, а й у той же час і внутрішньої культури особистості.

Академічна доброчесність характеризується: – виконанням завдань та складанням іспитів у чесний спосіб; – використанням перевірених даних у дослідженні; – униканням плагіату та відповідальним ставленням до роботи з джерелами.

Етичні принципи академічної доброчесності. Академічна доброчесність базується на таких принципах: – чесність, довіра, справедливість,

– повага, відповідальність, сміливість.

Етичними принципами академічної доброчесності є:

– посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; – дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;

– надання достовірної інформації про методики і результати досліджень, джерела використаної інформації та власну наукову і творчу діяльність;

– контроль за дотриманням академічної доброчесності здобувачами освіти.

## **2. Головні поняття та складові академічної доброчесності у ВНЗ**

Академічна доброчесність у письмових роботах:

– основні види наукової діяльності,

– навички академічної грамотності,

– алгоритм структури реферату, тексту доповіді, структура власного висловлення,

– аспекти змісту в анотації, рецензії.

Академічна доброчесність передбачає:

– повагу до інтелектуальної власності, дотримання норм Закону «Про авторське право та суміжні права»;

– самостійне виконання індивідуальних навчальних та наукових завдань, відповідальна робота в групах;

– надання достовірної інформації про використані дані, публікації та власні результати досліджень;

– критичний аналіз фактів, даних, доказів, перевірка надійності та достовірності першоджерел;

– коректне цитування, посилення на використані джерела інформації, оформлення списку літератури.

### **3. Основні види порушень академічної доброчесності: плагіат, списування, фальсифікація**

Основні види порушень академічної доброчесності тобто академічної недоброчесності є плагіат, списування і будь-які види обману. – плагіат – привласнення авторства на чужий твір, відкриття, винахід, а також використання у своїх працях чужого твору без посилання на автора; – самоплагіат – оприлюднення (частково або повністю) власних раніше опублікованих наукових результатів як нових наукових результатів; – фальсифікація – свідомо зміна чи модифікація вже наявних даних, що стосуються освітнього процесу чи наукових досліджень; – фабрикація – вигадкування даних чи фактів, що використовуються як правдива інформація; – списування – виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання, зокрема під час оцінювання результатів навчання.

#### **4. Плагіат у навчальному процесі. Види і типи плагіату**

Тема ця відома з давніх часів, проте з розвитком інтернет-технологій варто зважати не тільки на поширення явища плагіату, а й на виникнення он-лайн механізмів його визначення. Оксфордський словник англ. мови визначає плагіат як «Практику видавання чужих текстів або ідей як своїх власних».

Сутність плагіату полягає в оприлюдненні (опублікуванні), повністю або частково, чужого твору під іменем особи, яка не є автором цього твору [ст. 50 Закону України «Про авторське право та суміжні права»; ч. 4 ст. 42 Закону України «Про освіту»].

Плагіат (від лат. викрадаю) – це навмисне відтворення викладачем, докторантом, аспірантом або студентом у науковій або електронній формі чужого твору, опублікованого на паперовому або офіційно оприлюдненого на електронному носії, повністю або частково, під своїм іменем без посилання на автора.

Академічний плагіат – це «оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості), та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства.

Вирізняють такі основні різновиди академічного плагіату:

- дослівне запозичення текстових фрагментів без оформлення їх як цитат з посиланням на джерело ;
- перефразування тексту джерела у формі, що є близькою до оригінального тексту;
- використання інформації з джерела без посилання на це джерело;
- подання як власних робіт, виконаних на замовлення іншими особами, у тому числі робіт, стосовно яких справжні автори надали згоду на таке використання. [ст. 1 Закону України « Про авторське право та суміжні права»].

Видами плагіату є:

- копіювання інформації іншого автора та видання роботи за свою без оформлення цитування;
- дослівне копіювання чужої роботи (або її фрагменту) у свою без належного оформлення цитування;

- парафраза – переказ своїми словами тексту іншого автора, суть якого полягає в заміні слів та знаків;
- компіляція – процес написання твору, наукової праці на підставі чужих матеріалів без самостійного дослідження та опрацювання джерел.

### 5. Виключення, які не є плагіатом

1. ідеї або визначення, що широко розповсюджені та відомі;
2. перефразування своїми словами фрази при перекладі з діалекту чи іншої мови, якщо не існує широко відомої фрази чи прийнятого офіційного перекладу;
3. повідомлення про новини дня або поточні події, що мають характер звичайної прес-інформації; • твори народної творчості (фольклору);
4. видані органами державної влади у межах їх повноважень офіційні документи політичного, законодавчого, адміністративного характеру;
5. державні символи України, державні нагороди, символи та знаки органів державної влади, Збройних Сил України та інших військових формувань тощо; • грошові знаки;
6. розклади руху транспортних засобів, розклади телерадіопередач, телефонних довідників та інших аналогічних баз даних;
7. також не є плагіатом опублікування анонімного твору під власним іменем, так як у цьому випадку на анонімний твір авторське право не поширюється.

## Тема. 4 Філософія туризму як методологічна та концептуальна основа туризмології

1. Етичні проблеми туризму.
2. Туризм і проблеми екології, географії та економіки.
3. Філософія туризму в контексті правового захисту туриста.

### 1. Етичні проблеми туризму

Етика - галузь філософії, яка вивчає сенс життя, його цінності та їхні критерії, міжлюдські взаємини й моральне ставлення до суспільного і природного довкілля. Сама її назва походить від давньогрецького слова «звичай», значення якого з часом зазнало змін - від позначення домівки і спільного життя до правила, звичаю, характеру У науці відома така назва з V-IV ст., тобто часів Емпедокла і Демокріта. Термін вперше вжито Арістотелем як позначення особливої галузі дослідження «практичної» філософії, тому що вона намагається відповісти на питання: що ми повинні робити? Основною метою етики Арістотель називав щастя — діяльність душі в повноті чеснот, тобто самореалізацію. Самореалізація — це розумні вчинки людини, яка уникає крайнощів і тримається золотієї середини. Тому основна чеснота — це помірність і розсудливість.

З латинської мови до нас дійшло слово **mos (mores)**, що згодом почало позначати *moralitas* — **мораль**. З часом поняття «етика» і «мораль» набули різного значення. Мораль стосується реальної поведінки, це підхід до міжлюдських взаємин насамперед у контексті протиставлення добра і зла, співвідношення права й обов'язку людини. **Етика** - це нормативна наука, що

досліджує мораль під оглядом ідеалу і спрямована на майбутнє, яке вивчає як наука **футурологія** (від латин, futurum **майбутнє** і гр. logos - **вчення, закон, правило, слово**).

Етика туриста охоплює **два аспекти**: перше - ставлення до інших членів туристичної групи, друга - ставлення до населення країни, якою подорожує турист. У цьому контексті особливе значення має **категоричний моральний імператив** (від латин, imperativus - **наказовий**), обґрунтований І. Кантом у «Критиці практичного розуму» (1788), що означає основний закон його етики. Він формулюється так: «Чини тільки відповідно до принципу, підкоряючись якому, ти можеш водночас прагнути, щоб він став загальним законом». Або: «Чини так, немов принцип твоєї поведінки завдяки твоїй волі має стати загальним законом природи». Філософ закликає поводитися так, «щоби ти завжди ставився до людства і н своїй особі, і в особі кожного іншого так, як до цілі, й ніколи не ставився до нього лише як до засобу». Згідно з твердженням Канта, категоричний моральний імператив - це загальний обов'язковий принцип, якого має дотримуватися кожна людина незалежно від соціального походження, соціального становища тощо.

Категоричний імператив один, синтетичний і апіорний. Проте той, хто намагається дотримуватися його, стикається з певними труднощами. Англійський філософ Бертран Рассел зазначає: «Надто очевидні труднощі постають у політичній філософії, що потребує певних принципів, наприклад, зважання на інтереси більшості, внаслідок чого інтереси деяких людей, коли стоять перед доконечністю, віддаються в жертву інтересам інших людей. Якщо є якась етика урядування, то й урядування мусить мати одну мету, а єдина мета, що не суперечить справедливості, - добро всього суспільства... У такій інтерпретації цей принцип можна вважати етичною основою демократії».

Водночас треба звернути увагу, що християнській категоричний моральний імператив передбачає такі правила: «Люби Господа Бога свого усім серцем своїм, і всією душею своєю, і всією своєю думкою». Це най більша і найперша заповідь. А друга однакова з нею: «**Люби свого ближнього, як самого себе**». На двох оцих заповідях увесь Закон і Пророки стоять» (Мт. XXII, 37-40), Між цим імперативом та імперативом Канта відмінність у тому, що євангельський імператив передбачає відповідальність перед Богом, а категоричний моральний імператив Канта стосується відповідальності перед іншими людьми.

Як зазначають дослідники, не всі міжлюдські контакти і взаємодії в історії людства були пов'язані з туризмом. У XIX столітті туризм пожвавився й особливо активізувався після Другої світової війни. В Україні він почав розвиватися на рівні європейських і світових стандартів тільки після проголошення незалежності. Раніше туризм був під компартійним і кадебістським контролем.

## **2. Туризм і проблеми екології, географії та економіки**

Серед визначень моралі виділяється характеристика її як імперативно-оцінювального способу, що визначає поведінку людини на основі зіставлення добра і зла. Мораль передбачає для людини певні дозволи й обмеження.

Контролерами в такому разі виступають два чинники: власне сумління й громадська думка. Для туриста це має особливе значення, адже громадська думка в різних країнах може мати різні критерії. Отож, обмежувати мораль лише міжлюдськими відносинами недоцільно. Вона охоплює три площини: *міжіндивідуальну* (людина - людина); *суспільну* (людина - суспільство) і *нормативну* (суспільна потреба - індивідуальний інте рес). Як ідеал взаємин людини і суспільства вважається дотримання аксіоматичної формули Альберта Швайцера: «Я — життя, яке хоче жити серед життя, що хоче жити».

Ця формула втілює моральне ставлення до життя на планеті. У наш час доконечного перегляду вимагає традиційне трактування антропоцентризму в етиці, коли на перший план висувуються потреби людини, а не ставлення людини до світу в його розмаїтті. Йдеться про ставлення до світу як цілого, його частин та окремих індивідів, а також до соціальних груп, що передбачає єдність світу природи і на противагу йому світ культури, а в науці етиці - сприйняття її понять (життя і смерть, радість і страждання, любов і ненависть тощо).

Питання екології мають особливе значення в туризмі, бо людство стоїть перед потенційною небезпекою зникнення. Не можна розвивати туристичну сферу за рахунок постійного населення. Проти такого підходу застерігає Глобальний етичний кодекс туризму, що передбачає забезпечення стійкого, тривалого розвитку певних зон для туризму, збереження природної спеціфіки, рідкісних і цінних дерев, а також інших природних ресурсів. Така вимога неодмінно стосується належного навантаження туристів, подолання сезонності, охорони фауни і флори, чіткого визначення меж туристичного процесу, створення природних заповідників.

Варто підтримати ініціативу про доконечність створити своєрідну «Екологічну пам'ятку для туриста», мета якої забезпечити його розумний підхід до довкілля, толерантне ставлення до місцевого населення, усвідомити інші обов'язки як мандрівника. Турист має поводитися стримано, ставитися толерантно до інших людей, проявляти турботу про збереження довкілля тощо.

У навчальній літературі визначено *три основні типи* туристичного природокористування: *пізнавальний, оздоровчий і спортивний*. *Пізнавальний* тип зводиться до споглядання, зорового сприйняття ландшафтів та екскурсійних об'єктів, що пов'язано з їхніми естетичними властивостями, привабливістю і забезпеченням належних умов для огляду та створення відповідної інфраструктури. Він забезпечується в національних природних парках тощо. За співвідношенням з природою цей тип може бути *заповідним, рекреаційним, руральним (аграрним) та урбанізованим* природокористуванням. *Оздоровчий* тип природокористування задовольняє потреби людини у відновленні фізичних і психічних сил. Дещо вужче призначення *спортивного* природокористування, яке зводиться до відновлення лише фізичних сил. Цей тип нерідко передбачає перебування людини в екстремальних умовах, створення штучних перепон, що забезпечують насамперед *гірські екосистеми* на обмеженій території. Відповідно до ландшафту і сезону віддається перевага певному виду туризму (піший, водний, гірськоколийний, кінний тощо). Особливе значення має дотримання туристичного маршруту.

### 3. Філософія туризму в контексті правового захисту туриста

Після Другої світової війни набув особливого розвитку не тільки національний, а й міжнародний туризм, що актуалізує доконечність дотримання прав туристів у різних державах. Надзвичайно важливе значення має Гаазька декларація з туризму 1989 р., у якій зазначено: «Туризм виступає як позитивний і постійно чинний фактор у розширенні взаєморозуміння і знань один про одного, а отже, у зміцненні миру й міжнародній розрядці; розвиток туризму різко погіршують напруженість і конфлікти, і, навпаки, йому завжди сприяє мир».

У цій декларації наголошено, що вона спирається на Універсальну декларацію прав людини 1948 р.

Як засвідчують соціологічні дослідження, найбезпечніше люди почуваються на батьківщині й уникають подорожей у країни, де трапляються акти тероризму. Звуження на цій підставі міжнародного туризму завдає чималих економічних втрат, адже нині у сфері туризму задіяно мільйони працівників. Посилення безпеки туриста набуває особливої ваги, а під безпекою, зазвичай, розуміють відсутність загрози. У контексті туризмознавства йдеться про загрози для життя туриста, його здоров'я, особистих прав.

У безпеці туриста проявляється самопочуття, коли людина впевнена в належних умовах у процесі своєї подорожі в рідній країні чи за кордоном. Таке самопочуття залежить від достовірних знань про ту чи іншу країну або місцевість, що можуть мати різні джерела. У Гаазькій декларації ставиться вимога перед урядами забезпечувати безпеку туристів на національному, регіональному й міжнародному рівні, без чого не може бути мови про розвиток внутрішнього й міжнародного туризму.

За рівнем безпеки для туристів можна виділити чотири групи (зони) країн: *традиційно безпечні* (Швейцарія, Швеція, Японія, Австрія); *зовні безпечні з можливими проявами «буденного тероризму»* (США, Франція, Єгипет); *країни із внутрішніми збройними конфліктами* (Афганістан, Колумбія, деякі держави Африки); *країни збройних конфліктів* (Сирія, Ізраїль, Ірак). Зрозуміло, такий поділ досить умовний, а межі груп (зон) розмиті.

Треба зважити й те, що в деяких державах не імплементовані в повному обсязі в національному законодавстві положення Гаазької декларації з туризму (1989), Хартії туризму (1985), Кодексу туриста (1985), Документа Акапулько (1982) та інші. Міжнародне право встановлює, що держави мають розробляти і проводити політику для забезпечення гармонійного розвитку внутрішнього й міжнародного туризму, забезпечувати належну його організацію.

### Тема. 5 Екологія туризму

1. Основні завдання й функції екологічного туризму.
2. Принципи екологічного туризму.
3. Основні групи та види екотуризму.
4. Ознаки екологічного туризму.
5. Типи екологічних туристів.

## **1. Основні завдання й функції екологічного туризму**

До основних завдань екологічного туризму належать такі:

- систематично культивувати критерій рівноваги навколишнього природного середовища;
- гармонізувати відносини між природою, суспільством та економікою;
- орієнтувати туристичні організації на збереження, відновлення й збільшення споживчої вартості природного середовища за рахунок виділення частини доходів від туризму на вирішення пов'язаних з ним завдань;
- підкоряти короткострокові інтереси отримання прибутку від туризму довгостроковим інтересам, що стосуються збереження природи для наступних поколінь, примноження рекреаційно-туристичних ресурсів, а також подальшого соціально-економічного розвитку місцевих організацій на основі екотуризму;
- формувати в туристів почуття особистої відповідальності за стан природи та її майбутнє.

Названі завдання екотуризму нераціонально розглядати у відриві від функцій екологічного туризму, якими є: інтелектуально-освітня; культурно-пізнавальна; естетично-художня, розважальна та ін.

Інтелектуально-освітня функція реалізується у створенні умов для розвитку творчої, інтелектуальної, освіченої особистості за допомогою комплексу туристично-екологічних, духовно-естетичних та оздоровчих форм активної роботи, перш за все, з юнацькими й дитячими групами.

З інтелектуально-освітньою функцією тісно пов'язані культурно-пізнавальна, спрямована на формування екологічної культури в суспільстві за рахунок культуроформувальної та виховної діяльності менеджерів екологічного туризму на екологічних стежках і маршрутах, а також естетично-художня, що реалізується завдяки інформаційно-просвітницькій діяльності: розробка та створення марок і стендів з екологічним змістом; випуск листівок, буклетів, проспектів з екотуристичною тематикою, публікації екотуристичних наукових і науковометодичних матеріалів, розробка та створення екотуристичних комп'ютерних систем.

## **2. Принципи екологічного туризму**

До основних принципів екологічного туризму належать:

- відвідування добре збережених природних територій;
- невиснажливе, стаке використання природних ресурсів, збереження природного, соціального й культурного різноманіття;
- дотримання встановлених правил поведінки (доволі жорстких);
- менша, ніж у звичайних видах туризму, інтенсивність використання природних ресурсів;
- екологічна просвіта туристів, їхня участь у місцевих культурних і природокористувальних діях;
- ретельне планування екологічних турів, комплексний підхід до їх розробки та проведення;
- інтеграція екотуризму в плани регіонального розвитку територій;
- участь місцевого населення в розвитку туризму й отримання ним фінансових та інших переваг від цієї діяльності;
- екологічне навчання персоналу, зайнятого у сфері екологічного туризму.



### **3. Основні групи та види екотуризму**

Усі види екологічного туризму доцільно розподілити за територіальною „прив'язкою” на дві основні групи:

1) екологічний туризм у межах ООПТ й акваторій. Розробка й проведення таких турів – класичний напрям в екологічному туризмі. Відповідні тури належать до екологічних у вузькому значенні цього терміна;

2) екологічний туризм поза межами ООПТ й акваторій. До цієї групи відносимо доволі широкий спектр екологічно орієнтованих турів – від агротурів до круїзів на комфортабельних лайнерах.

Види екологічних турів: наукові та пізнавальні тури; пригодницькі тури; літні табори та програми для учнів; поїздки вихідного дня; внутрішні або міжнародні тури.

За домінуванням тієї чи тієї мети подорожі (відпочинок або отримання певних знань) виділяють такі види екологічного туризму: науковий; пізнавальний; рекреаційний.

### **4. Ознаки екологічного туризму.**

Сьогодні, програму або тур можна вважати екологічними, якщо:

- маршрути та кваліфіковані гіді ведуть туристів до цікавих й екологічно сприятливих природних і культурних ландшафтів;

- програма туру передбачає відвідування навчальних екологічних стежок, природознавчих, краєзнавчих музеїв, екотехнологічних господарств та ознайомлення з місцевими екологічними проблемами;

- програма туру передбачає ознайомлення із суто природними об'єктами й незайманою природою в поєднанні з вивченням традиційних, аборигенних форм природокористування; - транспорт, яким користуються туристи, не завдає шкоди навколишньому середовищу (автомобільний туризм, наприклад, не належить до екологічних форм туризму);

- їжа туристів екологічно чиста й корисна, при цьому до раціону туристів включено місцеві продукти;

- туристи не залишають на маршруті сміття, а збирають його для подальшої екотехнологічної переробки. У зв'язку з цим організатори екологічних турів віддають перевагу багаторазовим пакункам продуктів;

- привали, бівуаки й особливо вогнища влаштовують виключно в спеціально обладнаних місцях; - збір грибів, ягід, квітів, лікарських рослин, будьяких природних сувенірів туристи проводять тільки в суворо відведених місцях і в певний час; - з усіх видів полювання можливе тільки фотополування (мисливські тури є антиекологічними); - готелі, кемпінги чи притулки та колиби, у яких зупиняються туристи, розташовані так, що не порушують нормальний, екологічно сталий розвиток навколишнього ландшафту та не спотворюють його вигляд; - готелі й кемпінги побудовано з екологічно нешкідливих матеріалів, стоки й викиди очищають, інші відходи утилізують; - місцевих жителів залучають до туристичного бізнесу, вони отримують можливість розвивати традиційні форми господарства; - туристи з повагою ставляться до місцевих культурних традицій, прагнуть вивчити та зрозуміти їх; - туристи доступними їм

способами беруть участь у вирішенні місцевих екологічних проблем; - доходи від туру (їхня частина) залишаються в місцевому бюджеті

### **5. Типи екологічних туристів.**

Виходячи з цілей і характеру діяльності, виділяємо чотири основні типи екологічних туристів: 1) фахівці – учені чи учасники спеціалізованих турів; 2) захоплені – туристи, які цілеспрямовано пізнають природу й культуру; 3) масові – туристи, головною метою яких є „незвичайна подорож”; 4) випадкові – туристи, які оплатили звичайний тур, де передбачено окремі екологічні програми або екскурсії. Типологія учасників екологічних турів ураховує їхню мотивацію (пізнання природи, спеціальні інтереси, активний відпочинок, пізнання природи та культури).

### **Тема. 6 Вплив війни на розвиток туристичної діяльності**

1. Наукова, науково-технічна та інноваційна діяльність в умовах воєнного стану.
2. Вплив війни в Україні на туризм в Європі.
3. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні.

#### **1. Наукова, науково-технічна та інноваційна діяльність в умовах воєнного стану.**

В умовах війни сфера науки та інновацій зазнала значних втрат, які істотно вплинули на її суб'єктів, інфраструктуру, механізм функціонування. Значного руйнування зазнали заклади вищої освіти та наукові установи, що розташовані в Сумській, Чернігівській, Харківській і Миколаївській областях.

Певне число наукових і науково-педагогічних працівників із початку війни російської агресії проти України залишило територію нашої країни та виїхало до інших країн. Наразі їх число, за результатами аналізу інформації, наданої МОН Національною академією наук та закладами вищої освіти, становить 4805 осіб, із них продовжують провадити наукову, науково-технічну, науковоорганізаційну, науково-педагогічну діяльність 4092 особи.

За інформацією, наданою від 97 закладів вищої освіти, у яких працює 6665 наукових працівників, місцеперебування 53,7 % із них не змінилося за період дії воєнного стану, при цьому 53,4 % осіб продовжують провадити наукову, науково-технічну, науково-організаційну, науково-педагогічну діяльність.

Незважаючи на війну, Україна торує свій шлях до ЄС. Сфера науки та інновацій є однією з найуспішніших у євроінтеграційних процесах. Це підтверджують як європейські експерти на основі підготовленої інформації за опитувальником ЄС для країни-кандидата в члени ЄС, так і результати участі українських учених, інноваторів та підприємців у попередній рамковій програмі ЄС із досліджень та інновацій «Горизонт 2020». Українські представники подали на конкурси понад 2,8 тис. пропозицій, отримали 45,75 млн євро на реалізацію 228 грантів. При цьому 29 проєктів на більш ніж 8 млн євро координувала саме українська організація. Серед 16 асоційованих країн програми «Горизонт 2020» Україна увійшла до ТОП-7 за двома основними показниками: кількістю підтриманих пропозицій і обсягом залучених коштів. Показник успішності

(подані/підтримані проєкти) наших учасників становив 9,2 %, тимчасом як середній показник – майже 12 %.

Такі результати є підґрунтям для успішної участі України в наступній рамковій програмі ЄС у сфері науки та інновацій. 12 жовтня 2021 р. було підписано угоду між Україною, з однієї сторони, і Європейським Союзом та Європейським співтовариством з атомної енергії, з іншої сторони, про участь України у Рамковій програмі з досліджень та інновацій «Горизонт Європа» і Програмі з досліджень та навчання Європейського співтовариства з атомної енергії (2021– 2025), комплементарній до Рамкової програми з досліджень та інновацій «Горизонт Європа». Україна стала першою з країн Східного партнерства, які долучилися до програми.

У травні 2022 р. Верховною Радою України прийнято Закон України про ратифікацію вказаної Угоди, а в червні після обміну офіційними нотами Україна отримала статус асоційованої країни в програмі «Горизонт Європа». За інформацією з порталу Європейської комісії CORDIS, наразі українські організації виконують 102 проєкти в рамках програм «Горизонт 2020» та «Горизонт Європа», загальний бюджет проєктів за новою програмою становить уже близько 1,5 млн євро для української сторони.

Важливим кроком стало прийняття видавцями наукової літератури в березні цього року рішення про надання українським освітянам і науковцям до кінця 2022 р. безкоштовного доступу до електронних ресурсів у межах проєкту Research4Life. Українські вчені й освітяни отримали безкоштовний і зручний доступ на порталі Research4Life до понад 115 тис. книг, близько 40 тис. журналів, десятків баз даних, у т. ч. доступні повнотекстові ресурси таких провідних видавництв наукової літератури, як Elsevier, Springer Nature, Wiley, Taylor & Francis, Oxford University Press, Emerald, та багатьох інших.

У червні 2022 р. МОН надіслало офіційне звернення щодо необхідності продовження доступу для українських установ у рамках проєкту Research4Life на наступний рік. За результатами розгляду зазначеного звернення на щорічній зустрічі партнерів проєкту Research4Life було підтримано рішення перевести Україну із групи В до групи А, що дасть змогу продовжити для вітчизняних учених і освітян термін вільного доступу до ресурсів платформи Research4Life щонайменше до кінця 2024 р.

## **2. Вплив війни в Україні на туризм в Європі**

Всесвітня туристична організація (ВТО) вказувала що, у найбільшій зоні ризику – європейський туризм. І мова не лише про Східну Європу, в якій безпосередньо триває війна, а й про весь континент в цілому. Головна причина полягає у питанні безпеки. Російська збройна агресія змушує туристів – зокрема з інших континентів – задумуватись над доцільністю подорожей до Європи. Саме тому вони все частіше вибирають безпечніші альтернативні варіанти.

Цілком зрозуміло, що всі міжнародні логістичні маршрути, які проходять через територію України, зараз не функціонують. Втім український ринок – не єдиний, що постраждав від цієї війни. Згідно з даними Eurocontrol, які опублікувала на своєму сайті ВТО, на певних європейських напрямках після 24 лютого спостерігається падіння кількості рейсів, порівняно з аналогічним

періодом 2021 р. Наприклад, кількість рейсів у Молдові впала на 69 %, у Словенії на 42 %, у Латвії на 38 %, а у Фінляндії на 36 %. При цьому, виявляючи виняткову солідарність, місцеві туристичні підприємства приймають українських біженців, які рятуються від війни, та допомагають їм із житлом, транспортом та їжею.

Цей конфлікт вже викликав різкий стрибок цін на енергоносії, що безпосередньо вплине на вартість транспортних та туристичних послуг, а також створить ризики для ширшого споживчого попиту в Європі. Війна також загрожує міжнародному іміджу Європи як безпечного спрямування на ринках далекомагістральних перевезень, а також викликає перебої у повітряному сполученні.

Чим довше триває війна в Україні, тим більше від неї страждає Європа. Про це свідчать висновки Європейської туристичної комісії (ЄТК), експерти якої вважають, що російська агресія не тільки створює суттєві перепони відновленню туристичної галузі континенту після пандемії, а й спонукає туристів розглядати альтернативні туристичні напрямки до інших країн.

Аналіз шести найбільш перспективних для Європи закордонних туристичних ринків показав, що цього літа мандрівники із США, Канади, Китаю, Японії та Бразилії значно зменшать свою присутність у регіоні. Основні причини – небезпека, зростання вартості життя та витрат на європодорожі.

Після початку війни багато туристів скасували свої бронювання в таких країнах, як Польща, Угорщина, Естонія, Латвія і Румунія. Фотографії українських біженців, які перетинають кордон, посилюють у свідомості людей розуміння, що європейські країни, що межують з Україною, не так уже й далеко від бойових дій.

Країни Східної Європи з початку року недорахували приблизно половини туристів, ситуацію не рятують навіть невисокі ціни. Спад продажів у галузі експерти оцінюють у середньому на рівні 50 %.

Спочатку країни Центральної та Східної Європи не повідомляли про будь-які руйнівні наслідки війни для туризму – туристи не скасовували вже зроблені замовлення, але поступово перестали купувати відпочинок у регіоні. Але деякі туристи можуть вважати небезпечними Центральну та Східну Європу, особливо ті країни, які межують з Україною. Втручання Росії в Україну додало ще одну перешкоду для повітряних перевезень у Росії та Україні, повітряний простір яких було закрито з міркувань безпеки та санкцій відповідно.

Війна в Україні впливає як на в'їзний туризм до країн Європейського Союзу, так і на внутрішній. Ті країни, які найбільше постраждають, мають спільний кордон із Україною. Інфляційна криза та різке зростання цін на авіаквитки, ймовірно, призведуть до більш ніж пропорційного скорочення виїзного туризму. Готелі будуть готові заповнити порожнечу, залишену гостями з Росії, які прагнуть домовитися про ціни з туроператорами. Багато країн боротимуться за відновлення прибутків від туризму.

### **3. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні**

З 24 лютого 2022 року триває російська збройна агресія в Україні, наслідками якої є не лише великі людські втрати, але й значні збитки інфраструктури та секторів економіки, зокрема туризму. Замість розвитку внутрішнього туризму

спостерігалась багатомільйонна міграція населення всередині держави, а масовий виїзд громадян України за кордон не пов'язаний із туристичною метою. Водночас поступове звільнення українських територій від російських військ дає надію на повернення до мирного життя в осяжному майбутньому. Війна спустошила сферу туризму, порушила фінансові, енергетичні та продовольчі ринки, спричинила шалену інфляцію по всьому світу. Туризм у центральній, східній та південній Україні повністю припинився. З огляду на такі тенденції питання відновлення туризму, зокрема у повоєнний період, є особливо актуальним в умовах сьогодення, що і лежить в основі актуальності тематики статті.

Війна торкнулася сфери туризму, яка тільки починала набирати обертів після двох років протипандемічних обмежень, ще до 24 лютого. Першим поштовхом стала відмова західних перевізників від рейсів в Україну. Потім було занепокоєння, а згодом і заборона авіаційним перевізникам літати в українському небі. Тоді питання вдалося врегулювати на державному рівні, але не надовго, тому що повномасштабне вторгнення почалося буквально за тиждень.

Разом із тим, варто відзначити, що нині сфера туризму визначається наступними особливостями [6]: менеджмент туристичного бізнесу більш зосереджений на волонтерстві та перетворенні туристичних хабів на гуманітарні чи волонтерські штаби; на туристичному маршруті повинні бути передбачені бомбосховища чи інші захисні споруди; повинні бути мінімізовані маршрути довкола важливих державних і військових об'єктів, які можуть стати мішенями ракетно-бомбових ударів російського агресора; пляжні та пішохідні тури неможливі через триваючі військові дії й наявність мінних полів, розмінування яких, за прогнозами, триватиме кілька років після закінчення війни.

Український туризм зараз втрачає значні кошти. Перш за все, це пов'язано зі зменшенням загальної кількості туристів. Наразі Україна повністю позбавлена іноземних туристів, у 2020 році їх кількість досягла близько 4 мільйонів, з яких близько 90 тисяч скористалися послугами українських турфірм. 13 із 24-ти областей України майже повністю припинили діяльність туристичних підприємств. Фактично з 24 лютого в'їзний туристичний потік втрачений на 100%, діловий туризм заморожений, а місцевий туризм перетворився на рух внутрішньо переміщених осіб. У сфері ділового туризму відбувається повний застій, в'їзний туризм в Україні почав відроджуватися, а з ним – бізнес-сегмент у вигляді конференцій, тренінгів, семінарів тощо.

Перспективи розвитку туризму в Україні після війни включають наступне:

- збільшити частку туристів можна завдяки досвіду країн, які пережили війну, оскільки у багатьох туристів виникає великий інтерес до місць, які стали пам'ятними маршрутами та повоєнними символічними місцями. Освітній туризм може бути актуальним для того, щоб «побувати і побачити на власні очі» лихоліття, які відбувалися в Маріуполі, Бучі, Ірпені, Харкові та інших містах і селах після війни;

- вшанування певних місць в Україні, таких як Чорнобаївка, Зміїний острів тощо, що можуть бути унікальними символами слави;

– наповнення фондів для відновлення України та створення конкретних програм і стратегій відновлення.

Щоб відновити позиції України на післявоєнному міжнародному ринку туристичних послуг, туристичні підприємства повинні знайти нові способи реклами та продажу своїх продуктів і послуг. Одним із них є створення системи раціональних взаємозв'язків для вирішення певних планових завдань. Правильна їх інтеграція дозволить забезпечити синергетичні зв'язки та посилити дії один одного.

На шляху повоєнного відновлення сфери туризму в Україні доцільно також врахувати досвід інших країн, які теж були у кризових ситуаціях, економіка яких, і сфера туризму зокрема, була зруйнована через війну, і тепер успішно розвиваються, насамперед у сфері туризму.

Так, одним із прикладів успішного повоєнного відновлення сфери туризму для України є Хорватія. Туризм у Хорватії фактично припинився в 1990-х роках під час громадянської війни. Після цього почалася масштабна піар-кампанія країни та її раніше невідомих туристичних «родзинок»: Хорватія має понад 1000 своїх островів, 66 з яких заселені. Завдяки таким географічним особливостям країна приваблює туристів, які раніше знали лише грецькі острови. Хорватські пляжі почали отримувати «блакитний прапор» за екологічність і чистоту. Сплеск туристів сильно вплинув на економіку Хорватії. Близько 10 мільйонів гостей на рік приносять значний дохід і створюють близько 15% ВВП Хорватії.

Окрім Хорватії, доцільно також звернути увагу на досвід Кіпру, який став одним із найпопулярніших туристичних напрямків після етнічних конфліктів між грецькою та турецькою громадами. Траєкторія рекламного туризму на Кіпрі була подібна до Хорватії: визначення головних переваг туризму – масова реклама в інших країнах.

Не менш відомий приклад відновлення сфери туризму продемонстрував Ізраїль, який зберіг свій туристичний статус під час постійних воєн з Палестиною. Здається, ізраїльський туризм ідеально адаптувався до триваючого військового конфлікту.

Ще одним важливим напрямком відновлення українських туристичних зон, особливо прибережних територій, є розмінування прибережних туристичних територій, площа яких, за оцінками експертів, становить близько 20 тис. кв. км, що вимагає значних витрат часу та коштів. Якщо цього не зробити, то більшість прибережних туристичних напрямків стануть небезпечними та недоступними протягом кількох років, поки територія не буде повністю вичищена, як наслідок – це призведе до великих втрат для секторів туризму відповідних регіонів.

## **Тема. 7 Праксеологія туризму**

1. Поняття праксеології як науки.
2. Становлення теоретико-практичних засад праксеології.
3. Праксеологічні аспекти управління бізнес-процесами туристичних підприємств.

## **1. Поняття праксеології як науки**

Праксеологія (від грец. *πράξις* — дія та грец. *λογία*) — мова, вчення) — галузь досліджень, що вивчає людську діяльність, зокрема в аспекті її ефективності.

Розвиток праксеології пов'язаний із австрійською школою економіки і, особливо, роботами Людвіга фон Мізеса. Практисеологія інтенсивно розвивалася у Польщі завдяки зусиллям Тадеуша Котарбінського. В Україні праксеологією займався Євген Слуцький.

Сфера праксеологічних досліджень пропонує три рівні аналізу суспільної діяльності. Специфіка першого з них полягає у типології соціальної діяльності та формуванні відповідної системи категорій. Другий рівень передбачає розробку ефективних нормативних систем діяльності у контексті конкретних соціокультурних умов. Третій рівень праксеологічного аналізу спирається на критичне осмислення людської діяльності з погляду її методів та соціальних перспектив.

Загалом праксеологія є сферою науково-методологічного аналізу людської діяльності, тому основні акценти її соціальної результативності розставляють у контексті її методологічних надбань. Основними праксеологічними працями вважають «Трактат про хорошу роботу» Т. Котарбінського, а також його дослідження «Нариси про практику», «Принципи раціональної організації діяльності» та ін. Основними джерелами праксеології, за Т. Котарбінським, є такі філософські напрями, як прагматизм Ч. Пірса та В. Джемса, інструменталізм Дж. Дьюї, другий позитивізм та марксизм, а також теорію соціального біхевіоризму Дж. Г. Міда, тобто ті концепції, в основі яких лежить ідея практичного ставлення до світу.

Головним критерієм соціального прогресу з погляду праксеології стає «вивільнення від елементів культури, що втратили значення». Адже тотальність культурного середовища, домінуючи над індивідуальністю, повертає її до виконання часткових спеціалізованих функцій.

Відповідно, актуалізується потреба пошуку нових технологій роботи зі знанням, нових механізмів його структуризації для раціоналізації суспільної діяльності людини. Суттєвий теоретико-методологічний вплив праксеологічних досліджень на сучасне соціально-філософське знання простежується у контексті формування своєрідних концепцій соціального управління.

Економічна соціально-комунікаційна праксеологія повинна користуватися методологічними і методичними наробками економічного регулювання інформаційно-комунікаційної діяльності суспільства, оскільки сучасне інформаційне суспільство має велику частку працездатного населення, що працює в інформаційному секторі економіки, а інформаційний сектор економіки (виробництво, зберігання, обробка, передача і споживання інформації) є одним з найважливіших видів суспільної діяльності, який виступає рушійною силою науково-технічного, соціально-економічного і культурно-освітнього прогресу

## **2. Становлення теоретико-практичних засад праксеології.**

Досліджуючи існуючі і нинішні напрями вивчення праксеології, визначаючи перспективи її подальшого розвитку, можна зазначити, що новим її науковим напрямом відводиться важлива роль у розвитку сучасної науки. Перші

економічні моделі та розрахунки, що мали в основі праксеологічні погляди, зустрічаються у вчених-економістів класичного напрямку економічної думки України (кінець XVIII-XIX ст.). Найбільші значні дослідження в цій галузі знань здійснили видатні економісти – О. Каразин, М. Балудянський, Т. Степанов, І. Вернадський, М. Зібер, учені-економісти «київської школи», «чернігівської школи економістів-статистиків» та інші.

Яскравим представником цього напрямку є фундатор **теорії потреб** І. Вернадський. Учений вважав важливою вимогою при формуванні теорії потреб включення в об'єкт аналізу суспільства і людини, а принциповою вимогою науки – доведення узагальнень до універсалізму, придатних для математичного оформлення. Вчений М. Зібер також був представником класичної наукової школи і поділяв погляди цієї школи з її трудовою теорією. На особливу увагу заслуговують праці вчених кінця XIX – початку XX ст. С. Подолинського, М. Тугана-Барановського, Є. Слуцького.

Розробником **космогенної теорії економічного розвитку** є С. Подолинський. У своєму дослідженні «Праця людини та її відношення до розподілу енергії» (1880 р.) учений з'ясував значення умов, які супроводжують походження праці, подав найголовніші прояви її в житті організмів та вказав на наслідки споживання праці, тобто на наслідки впливу працюючих людей і тварин на навколишню природу.

С. Подолинський досліджував тогочасні поняття енергії з метою повнішого з'ясування її циркуляції у Всесвіті, взаємодії сонячної енергії, руху планет та життя людей на Землі для переконання у наявності її ще достатньої кількості для життя людей. Охарактеризувавши основні джерела енергії та форми її перетворення, вчений заклав основи оцінки значення праці у світовому розподілі енергії, показав вплив праці на збільшення нагромадження енергії та навів відповідні розрахунки. Вчений постійно акцентував увагу на енергетичних властивостях людської праці, яка, перш за все, була і є задоволенням потреб, для чого він окремо розглянув відношення різних родів праці до розподілу енергії. Результати своїх досліджень С. Подолинський намагався застосувати до вивчення економічних явищ.

Наукові новаторства М. Тугана-Барановського стосувалися синтезу теорій граничної цінності з трудовою теорією вартості, дослідження економічних криз і розробки теорії економічної кон'юнктури, теорії розподілу і теорії кооперації, кон'юнктурної теорії грошей та її впливу на монетаризм новітньої доби. Щодо трудової вартості, він зазначав, що відповідність граничної корисності трудовій цінності є «граничним рівнем, до якого повинна прагнути національна економіка».

Економічний процес, за словами М. Тугана-Барановського, складається з людської діяльності, яка спрямована на отримання матеріальних засобів для задоволення потреб. Головна теза полягає у тому, що в людській економіці людина являє собою єдиний абсолютний елемент вартості. Витрати людської праці рівноцінні витратам його людської особистості. Отже, М. Туган-Барановський доходить висновку, що **тільки людська праця виробляє**



**багатства.** Ця концепція символізує не суб'єкт людської діяльності, а саму людину.

Економіст-математик **Є. Слуцький** заслужено вважається українським засновником **праксеології**. Його науковий доробок становлять аналіз теорії граничності та створена нова теорія збалансованого бюджету споживача і теорія хвилеподібного розвитку економіки та її прикладного значення. Примітним є той факт, що Є. Слуцький навчався в Житомирській класичній гімназії, яку закінчив у 1899 р. із золотою медаллю. У цілісній теорії граничної корисності він розглядав її психологічні основи, теорію діяльності, теорію цінності та корисності, теорію складної системи інтересів і основи теорії ринку.

Одним з головних предметів своїх праць Є. Слуцький обрав **теорію кореляції**. До числа його найцінніших публікацій належить «Етюд до проблеми будування формально-праксеологічних засад економіки», який і став основою у формуванні науки праксеології. Автор зауважував, що «людську діяльність не можна чисто розкласти на кількісні взаємини точних елементів якоїсь квазімеханічної системи». Вчений розглядав формально-праксеологічні поняття (системи, ситуації тощо), формально-праксеологічні основи економіки, зорове поле і видимий простір. Явище виконання (невиконання) і виправлення цієї системи він вважав важливим розділом праксеології.

Є. Слуцький писав, що формальна економіка є не самостійною наукою, а окремою дисципліною в межах формальної праксеології.

На підставі тісного викладу праксеологічної системи вчений зробив висновок, що вона відкриває простір для математичної економіки. Разом із засобами математики праксеологія здатна відобразити багатогранність і емпіричність господарської діяльності.

Слід зазначити, що всі ці вчені сходились на одній думці – людська праця є головним і єдиним джерелом багатства.

Нині в науці має праці у галузі праксеології наш сучасник професор, доктор наук К. Войтила. У 1951 р. вчений висловив ідею про необхідність пізнання і **вивчення людини як іззовні, так і зсередини, оскільки**, за його переконанням, людина є «єдиним об'єктом, якого необхідно пізнавати і ззовні і зсередини» (Jan Pawel II, 1981, str.7). Сьогодні праксеологію збагачує енцикліка Папи Римського Іоанна Павла II, що вийшла у 1981 р. під назвою «Про людську працю» і перекладена більш як 20 мовами світу.

Однією з провідних позицій сучасного етапу розвитку вчення про людину є створення К. Войтилою концепції «діючої особистості», яка базується на аналізі судження «я дію», а відповідно, пізнаю самого себе і через це – «іншого». Особистий досвід, згідно з даною концепцією, може зафіксувати не тільки власну дійсність особи, але й дійсність, яка існує поза особою. При цьому точкою відліку має бути аналіз поняття активності особистості, який завжди починається з вивчення самодовільного акту дії, свідомості й самосвідомості (Komentarze do encyklik ... 1999, str.7).

Важливість і необхідність цього напряму досліджень і пізнання зростають, і теперішнє завдання, очевидно, зумовлює необхідність створення нових критеріїв оцінки вчинків людини та її діяльності, а також факторів, які їй сприяють і які

мають враховувати далекосяжні наслідки життєдіяльності не тільки для окремих країн, а і для всього людства, формуючи "універсальне загальне благо".

Іншим відомим ученим, який якнайбільше вивчав праксеологію, був Л. фон Мізес – представник Австрійської економічної школи. Саме він дав наймісткіше визначення праксеології «теорія людської дії». Ця дія не може розглядатись без елементів причинності, причинності, часу та відсутності невпевненості. У своїй фундаментальній праці «Людська дія» Л. фон Мізес стверджував, що праксеологія та її найбільш розвинута галузь – економіка – є безцінними. У загальнонауковому пізнанні праксеологія – це апріорі. Л. фон Мізес зазначав, що «поняття праксеології та апріоризму є взаємо-пов'язаними» (Mises L. von., 1997, p.32). Методом праксеології він визначив методологічний апріоризм.

Учений Дж. П. Ганнінг визначив взаємодію праксеології з іншими галузями знань так: «Праксеологія, економіка та етична філософія є взаємопов'язаними» (Gunning J.P. 1990, p.3).

Зрозуміло, що для повного розуміння еволюції поглядів на працю, пізнання національних особливостей цих поглядів потрібно враховувати економічний світогляд, культуру та історію народу. Адже при всій загальності економічного поступу, пізнанні його закономірностей не можна нехтувати національними культурними надбаннями.

З відомих сучасників-економістів на особливу увагу заслуговують праці С. Злупка (2000), Є. Ходаківського (2001, 2004), С. Вовканича («Інформатика, інтелект, нація») та інші, в яких широко подано елементи праксеологічних поглядів.

### **3. Практикологічні аспекти управління бізнес-процесами туристичних підприємств**

Український ринок туристичних послуг диктує правила функціонування для суб'єктів туристичної діяльності, вимагаючи своєчасних та адекватних реакцій на зміни зовнішніх умов господарювання. Жорсткі параметри якості туристичних продуктів, встановлені міжнародними стандартами та очікуваннями споживачів, вимагають від туристичних підприємств постійної концентрації та координації своєї діяльності.

Показники діяльності туристичних підприємств, що працюють на ринку виїзного туризму, свідчать про те, що цей напрям користувався попитом серед споживачів туристичного продукту. Показники діяльності турагентів та туроператорів практично вирівнялись за показником обсягу наданих послуг, але найбільша частка доходу (виручки) від реалізації туристичних послуг припадає саме на туристичних операторів.

Такі тенденції розвитку за напрямом виїзного туризму свідчать про значне зростання популярності закордонних курортів порівняно з послугами, що пропонують туристичні підприємства на внутрішньому ринку. При цьому важливу роль відіграє той факт, що сучасні споживачі туристичного продукту (туристи) досить рідко формують свій внутрішній туристичний маршрут за допомогою туристичних підприємств, і надають перевагу власно розробленим напрямкам відпочинку.

Потоки в'їзного туризму протягом аналізованого періоду характеризувались неоднозначними тенденціями, при цьому найбільша частка обслугованих споживачів за цим напрямом припадає на туристичних операторів; останні ж, у свою чергу, втримали свої позиції за показником обсягу отриманих доходів за всіма напрямами туристичних потоків. Як правило, прийманням іноземних туристів, що прибувають в Україну з різним цілями (ділові, рекреаційні тощо), займаються спеціалізовані оператори туристичного ринку, що зумовлює низький рівень показників діяльності турагентів на цьому сегменті туристичного ринку.

Узагальнюючи результати проведеного аналізу, слід зазначити, що основна частка доходу (виручки) від реалізації туристичних продуктів належить туристичним операторам, оскільки цей тип туристичних підприємств самостійно формує та реалізує туристичні послуги на відміну від туристичних агентів, які, у свою чергу, є посередниками між споживачем та туристичним оператором.

Загальні тенденції розвитку туристичного бізнесу в Україні свідчать, що цей сегмент має високий потенціал та здатність адаптовуватись до кризових ситуацій, що виникають на макрорівні. Проте основу прогресивного розвитку цієї сфери складають туристичні підприємства, що забезпечують наявність та варіативність туристичної пропозиції. З урахуванням цього виникає необхідність детального дослідження мікрорівня туристичної сфери, на якому функціонують такі типи підприємств, як туроператори та турагенти.

Діяльність туристичних підприємств є сукупністю взаємопов'язаних елементів, якими є бізнес-процеси. Визначення ефективності бізнес-процесів дозволить оцінити загальний стан туристичних підприємств та в подальшому прогнозувати напрями їх розвитку

Дослідження бізнес-процесів вимагає диференціації туристичних підприємств на туроператорів та турагентів. На підставі цього було сформовано репрезентативну вибірку туристичних підприємств, що за напрямом діяльності охоплюють усі сегменти туристичного ринку України (внутрішній, виїзний, в'їзний, екскурсійний).

Останнє місце в маркетинговій діяльності туристичних операторів посідає пряма реклама (3,3%), оскільки такий вид рекламних заходів не притаманний для специфіки діяльності туристичних операторів.

Структура рекламних заходів туристичних агентств є дещо відмінною від подібної структури туристичних операторів. Наприклад, 40% припадає на засоби масової інформації, особливо спеціалізовані каталоги та журнали, 51% – на заходи стимулювання збуту, що майже на 20% менше порівняно з туристичними операторами. Основним заходом стимулювання збуту для туристичних агентств є участь у виставках, оскільки це є чи не основним джерелом налагодження нових ділових стосунків із туристичними операторами.

На відміну від туристичних операторів, частка прямої реклами туристичних агентств є дещо більшою і становить 6,7% у загальній структурі; при цьому значно менше припадає на зовнішню рекламу, оскільки такий вид реклами притаманний переважно туристичним операторам або великим мережам туристичних агентств.

Окрім рекламних заходів, у комплексі маркетингу важлива роль належить ціновому еквіваленту туристичного продукту, оскільки споживач зазвичай насамперед звертає увагу на ціну туристичних послуг, тим самим визначаючи доступність цього туристичного продукту. Об'єктивною складовою цінової політики туристичного підприємства з точки зору споживача є наявність і привабливість системи заохочень (знижок). Саме тому доцільним є дослідження цієї складової цінової політики туристичних підприємств. Для цього визначимо основні види знижок і умовні позначення:

- X1 – знижка постійним споживачам;
- X2 – одноразова знижка;
- X3 – накопичувальна знижка;
- X4 – святкові знижки;
- X5 – спеціальні пропозиції;
- X6 – бонуси, пільги.

## **Тема. 8 Правознавство і туризм**

1. Історичне становлення правового регулювання туризму.
2. Страхове право.
3. Екологічне право.
4. Міжнародне приватне право.
5. Міжнародне публічне право.
6. Туризм і вітчизняне законодавство.

### **1. Історичне становлення правового регулювання туризму**

Перші безпосередні згадки про правила подорожування, нормативи та стандарти гостинності містяться у давніх письмових джерелах: «Салічній правді» (XI ст. н. е., Франська держава), «Капітулярії» Карла Великого (початок IX ст.), «Саксонському зерцалі» (перша половина XIII ст., Німеччина), Литовських статутах (1566), «Великій Хартії вольностей» (1205), Законах Едгара (959—975, Англія). Правила переміщення з одного міста в інше, дозвольна система пересування територією князівства, які є прототипами договорів надання гостинних та інших послуг, пов'язаних з мандрівками, містяться у «Руській правді» Ярослава Мудрого (IX ст.) та Статуті Святого князя Володимира (XI ст.).

Торгові двори в чужих землях створювали відповідно до певних правил поведінки і торгівлі німецьких купців, розміщених у книзі «Скра», що означає «Книга законів», «Судебник». Вона регламентувала користування, поведінку, проживання, внутрішній розпорядок і відносини з місцевим населенням усіх без винятку користувачів. На правопорушників накладався штраф. Наприклад, «Скра» містила статті щодо оплати послуг за проживання, які мали всі елементи сучасного прейскуранта.

Перший відомий орендний договір датують 1402 р. Відповідно до нього Готський двір було здано в оренду на 10 років общині купців, яка мала платити за кожний рік по 5 марок готською валютою. Потім цей договір неодноразово

пролонгували. «Скра» найповніше характеризує діяльність німецьких гостьових дворів того періоду. Це найдавніший правовий документ, який зберігся дотепер і був основою організації готельної справи у середньовічному Новгороді. За три з половиною століття функціонування в Новгороді Німецького гостьового двора відомо сім редакцій цього документа.

У Радянському Союзі спеціальних законів у галузі регулювання туристської діяльності не було, але важливу роль в удосконаленні організації та управління туризмом і екскурсіями відігравали спільні постанови, прийняті на державному рівні та на рівні громадських організацій. Наприклад, у 1969 р. було затверджено постанову ЦК КПРС, Ради Міністрів СРСР та ВЦРПС «Про заходи подальшого розвитку туризму та екскурсій в країні», у 1974 р. постанову Ради Міністрів УРСР «Про заходи подальшого розвитку молодіжного туризму в Українській РСР», подібні постанови було прийнято у 1985 р.

У 70-ті роки ХХ ст. почала активно розвиватися законодавча база туризму у Європі — Швеції, Фінляндії, Великій Британії, Бельгії, Норвегії та ін. У прийнятих ними законах розроблено широку програму заходів, що забезпечували збільшення обсягу і підвищення якості обслуговування, удосконалення видів і форм наданих послуг, розширення мережі туристсько-екскурсійних установ, розроблення нормативних та інструктивних актів відомчого і міжвідомчого характеру, створення матеріально-технічної бази, підготовка кадрів. Тоді ж постала необхідність уніфікувати понятійний апарат у сфері туризму, щоб він був зрозумілий фахівцям туризму в усьому світі, зокрема терміни «туризм» і «турист». Слово «туризм» використовували як синонім дій і мотивів людей, котрі вирушають у подорожі; назву курсу вивчення і суть здійснених досліджень; поняття, що визначає взаємодію людей, міст, бізнесу тощо\* Однак не варто намагатися дати єдине всеохоплююче загальноприйняте визначення туризму. Практики зобов'язані орієнтуватися у різноманітті дефініцій і розуміти причини, що їх розрізняють.

Зважаючи на те що у туристській індустрії задіяні гігантські людські потоки, вони мають взаємодіяти в межах правового поля. Тому Всесвітня туристська організація особливу увагу приділяє розробленню рекомендацій щодо удосконалення та уніфікації законодавства в сфері туризму. Прийнято «Хартію туризму», «Кодекс туриста», «Глобальний етичний кодекс туризму» та інші нормативно-правові документи, рекомендовані національними урядами у своїх країнах.

Загальна характеристика та джерела туристського права. У другій половині ХХ ст. почало активно формуватися туристське право як система правових норм. Право як унікальне соціальне явище застосовують у двох аспектах: об'єктивному та суб'єктивному. З об'єктивного боку, право — це певні правила поведінки, встановлені та санкціоновані державою; у суб'єктивному розумінні — можливість особи діяти на власний розсуд, реалізуючи свої потреби в різних сферах життя

У сучасному суспільстві всі суспільні відносини, зокрема у сфері туризму, підлягають правовому регулюванню. З огляду на класичне визначення поняття «право» туристичне право можна охарактеризувати як систему правових норм,

що регулюють суспільні відносини в сфері туризму. Важливе значення мають джерела туристського права як зовнішній прояв цих норм.

Одним із напрямів формування міжнародного туристського права було досягнення угоди про термінологію та визначення в туристській сфері. У 1976 р. ООН було опубліковано перелік визначень туристської термінології для уніфікації, насамперед правил туристської статистики. Офіційним визначенням в Україні є таке: «Турист — особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін». Є й інші простіші та складніші визначення, які тією чи іншою мірою відповідають поставленим цілям, однак мають і деякі недоліки. Provision Guidelines on International Tourism

Туристи як споживачі комплексу туристських послуг теж наділені певними правами та обов'язками. Галузеве законодавство у сфері туристської діяльності. Правове регулювання в туристській сфері здійснюється різними галузями права, а саме конституційним, цивільним, господарським. Хоча в Конституції України відсутня норма, яка прямо передбачає право особи на туризм, але воно впливає з основних прав та свобод людини і громадянина. Конституційною основою туристського права можна вважати розділ її «Права, свободи та обов'язки людини і громадянина», де встановлені: право на вільний розвиток особистості (ст. 23), свобода пересування (ст. 33) (зокрема, здійснення мандрівок, подорожей); права на відпочинок (ст. 45), належний рівень життя (ст. 48), підприємництво (ст. 42), тобто можливість організувати туристський бізнес, захист прав споживачів, якими є туристи. Цивільне право регулює права та обов'язки туристів за допомогою різних видів договорів, зокрема про надання туристських послуг, на екскурсійне чи готельне обслуговування, перевезення. Укладають договори на підставі Цивільного кодексу України та Закону України «Про туризм».

## **2. Страхове право**

Однією з важливих умов безпечної реалізації туристського права є обов'язкове страхування. У туристській сфері застосовують такі види страхування: медичне, від нещасного випадку, майнове, на випадок затримки транспорту, витрат, пов'язаних із неможливістю здійснити поїздку, асистанс, страхування відповідальності власника автотранспортних засобів та ін. Страхування від нещасного випадку та медичне є обов'язковими і здійснюються суб'єктами підприємницької діяльності на основі угод зі страховими компаніями, які мають право на здійснення такої діяльності відповідно до Закону України «Про страхування» (ст. 17). Страхування відповідальності власників автотранспорту відоме як «зелена картка» (за кольором і формою страхового поліса). Так називають систему міжнародних угод про обов'язкове страхування громадянської відповідальності автовласника.

Серед різноманітних видів страхування в туризмі застосовуються такі, як страхування життя і здоров'я туристів (медичне страхування та страхування від

нешасних випадків), страхування майна туристів, автотранспорту та цивільної відповідальності власника автотранспортного засобу.

У туризмі використовуються також специфічні види страхування, такі як страхування на випадок затримки транспорту, страхування від форс-мажорних обставин, від поганої погоди під час відпочинку, від неможливості здійснити подорож, від ненадання або неякісного надання туристичних послуг. У країнах СНД мала місце пропозиція страхування майнового ризику туристів у шоп-турах: від порушення митних правил, конфіскації товару або відмови у пропуску через кордон.

Для туристичних фірм пропонуються такі види страхування, як страхування майна фірми, транспорту, а також фінансового ризику турфірми та її відповідальності перед туристами, їх рідними або третіми особами.

Іноземні туристи, які приїждять до України, як правило, мають страховку. Для них вона є обов'язковою згідно законів країни проживання або придбана ними у зв'язку з подорожжю. Необхідно, щоб ця страховка визнавалась в Україні. Але у будь-якому разі іноземці, які тимчасово перебувають в Україні, повинні обов'язково придбати страховий поліс (сертифікат) Державної акціонерної страхової компанії «Укрінмед страх», що гарантує оплату вартості екстреної медичної допомоги. Зазначений страховий сертифікат може бути видано, крім «Укрінмедстраху», також його страховими агентами, з якими він має відповідні угоди, або іноземним страховиком, якщо він має з Державною страховою компанією угоду про взаємне визнання страхових полісів.

В Україні обов'язковими видами страхування туристів є медичне, від нещасного випадку, а також страхування цивільної відповідальності власника автотранспортного засобу.

При поїздках за кордон на автотранспорті необхідним є оформлення страхування цивільної відповідальності власника автотранспорту перед третіми особами, так звана «Зелена карта». Поліс «Зеленої карти» має термін дії від 15 днів до одного року і дійсний для країн Західної та Східної Європи, Туреччини, Ізраїлю, Тунісу, Марокко, Ірану.

Практично всі європейські країни є членами Міжнародної системи автострахування «Зелена карта» і між ними підписано двосторонні угоди про взаємне визнання національних полісів. У 1998 р. Україна приєдналася до системи «Зелена карта», підписавши Єдину угоду країн-учасниць.

Крім окремих видів страхування, страхові фірми пропонують цілі програми (Бізнес-картка, Золота картка, Срібна картка, Блакитна картка тощо), що формуються як пакет і включають різні види асистансу<sup>1</sup> медичну допомогу, евакуацію потерпілого, адміністративні послуги — передачу термінових повідомлень, організацію пошуку та повернення багажу, юридичні послуги, технічну допомогу автотранспорту тощо.

### **3. Екологічне право**

Воно поєднує сукупність еколого-правових норм» які регулюють суспільні відносини з метою охорони життя і здоров'я громадян» захисту їхніх екологічних прав і свобод, раціонального природокористування, забезпечення якості довкілля в інтересах сьогодення і майбутніх поколінь.

Раціональне використання природних ресурсів і культурно історичних допоможе уникнути багатьох негативних наслідків масового туризму. «Захист навколишнього середовища має встояти перед тиском з боку організацій або осіб, зацікавлених тільки у комерційному успіху або особистому збагаченні», — зазначено в Монреальській декларації з туризму (1996). Для захисту навколишнього природного середовища Європейський союз розробив Положення ЄС 1893/93 «Про добровільну участь компаній у Системі екологічного менеджменту і ревізії». Відповідно до методики екологічного менеджменту турфірма або готель може проводити або замовляти об'єктивні екоревізії, метою яких є поліпшення управління екологічними аспектами туристської діяльності.

#### **4. Міжнародне приватне право**

Його норми регулюють порядок переміщення українських громадян за кордон та іноземців на територію України. Регулює порядок виїзду з України Закон «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України». Дають право на виїзд з України і в'їзд в Україну та посвідчують особу громадянина під час перебування за її межами паспорт громадянина України для виїзду за кордон, проїзний документ дитини, дипломатичний чи службовий паспорт, посвідчення особи моряка.

Порядок в'їзду іноземців на територію України регулюється «Правилами в'їзду іноземців та осіб без громадянства в Україну, їх виїзду з України і транзитного проїзду через її територію», затвердженими Постановою Кабінету Міністрів України.

#### **5. Міжнародне публічне право**

Міжнародне співробітництво в галузі туризму реалізується шляхом підписання міжнародних договорів і конвенцій» ратифікації міжнародних актів туристської сфери та у формі широких міжнародних форумів з питань туризму.

Міжнародно-правовими формами регулювання і координування діяльності держав у сфері туризму, вироблення і впровадження правил та принципів їх співробітництва, норм і стандартів міжнародної туристської діяльності є конференції ООН з туризму, форуми ЮНЕСКО, міжнародних та національних туристських організацій.

Систему міжнародного права у сфері туризму формують регіональні закони та нормативні акти: Шенгенські угоди «Про єдиний візовий туристичний простір» (Директива ЄС 90/134 від 13.05,1995 р.), „Рекомендаційна статистика туризму", прийняті Статистичною комісією ООН у 1993 р., Глобальний етичний кодекс туризму (1999). Регулюванню міжнародної туристської діяльності сприяють і туристські заходи, проведені міжнародними туристськими організаціями. Це генеральні асамблеї організацій, конференції та семінари загальносвітового, регіонального, галузевого і спеціалізованого тематичного характеру. На них приймають офіційні документи, покликані регулювати і координувати діяльність у туристській індустрії відповідно до змін у цьому секторі. Міжнародне співробітництво в туристській сфері здійснюється на основі дво- і багатосторонніх міжурядових угод. Укладають їх з метою розширення дружніх зв'язків між народами і сприяння співробітництву.



Проблеми становлення туристського права. Становлення науки про туризм відбувається безперервно, накопичено величезний емпіричний матеріал, що дає змогу систематизувати знання, які використовуються в цій сфері, виявити загальні закономірності, що визначають послідовність розвитку туризму, збагатити науково обґрунтованими рекомендаціями практичних працівників.

Різноманітність видів туризму, комплексний характер туристичної індустрії зумовлюють необхідність його багатофакторного аналізу з використанням здобутків географії, астрономії, історії, економіки, культурології, фізіології та інших наук. Навіть на етапі становлення туризмологія стимулює і збагачує суміжні науки, зокрема юриспруденцію.

З початку 90-х років ХХ ст. Україна формує національний туристський ринок. Одним із ключових завдань державної політики у сфері туризму стало розроблення та вдосконалення сучасного законодавства з огляду на нові реалії та нормативно-правові акти у сфері туризму. Для ефективного розвитку туризму в Україні необхідно насамперед поліпшити і узгодити зі світовими стандартами вироблені та рекомендовані ЮНВТО нормативні акти.

### **6. Туризм і вітчизняне законодавство**

Туристичне законодавство формують норми і правила, що діють під час здійснення туристичної діяльності та визначаються вітчизняними нормативно-правовими актами і міжнародними документами,

У радянські часи нормативно-правове регулювання туризму здійснювалося через прийняття постанов ЦК КПРС, Ради Міністрів СРСР, ВЦРПС, ЦК ВЛКСМ. Постанови «Про заходи подальшого розвитку туризму та екскурсій у країні» (1969), «Про подальший розвиток і вдосконалення туристсько-екскурсійної справи в країні» (1980), «Про заходи щодо розвитку туризму і удосконалення туристсько-екскурсійного обслуговування населення в країні в 1986—1990 роках і на період до 2000 року» (1985) за відсутності ринкових умов і підприємницьких структур регламентували дію трьох суб'єктів туристської діяльності в державі — Державного комітету СРСР з іноземного туризму (Інтурист), Бюро міжнародного молодіжного туризму «Супутник» та туристсько-екскурсійні організації профспілок. Прийняття Закону СРСР «Про кооперацію» в 1987 р. сприяло створенню підприємницьких структур (кооперативів), які почали займатись туристичною діяльністю.

У незалежній Україні було прийнято Постанову Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про Державний комітет України по туризму» від 12.08.1993 № 625, «Про Положення про порядок видачі суб'єктам підприємницької діяльності спеціальних дозволів (ліцензій) на здійснення окремих видів діяльності» від 17.05.1994 р. № 316, де в підпункті 26 пункту 1 передбачено ліцензування діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг. У 1995 р. прийнято Закон України «Про туризм», з чого почалося формування базису туристичного права та законодавства. Цей закон поширює дію своїх норм не тільки на галузь туризму, а й на інші, діяльність яких пов'язана або може бути пов'язана з організуванням подорожей.

У контексті реалізації правовідносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, на підставі змісту норм Закону фактично розмежовані

поняття «галузь туризму» і «галузь туристичної діяльності», хоча в них не міститься визначень цих понять.

З огляду на дефініцію терміна «туризм», наведену в ст. 1 Закону «Про туризм», можна стверджувати, що поняття «галузь туризму» охоплює ширше коло правових відносин, ніж термін «галузь туристичної діяльності», а отже, «галузь туристичної діяльності» є складником галузі туризму. Норми закону в галузі туризму поширюються на всіх можливих суб'єктів правовідносин — державні органи, підприємницькі структури, громадські організації, громадян та ін., а норми в галузі туристичної діяльності — лише на учасників відносин, що виникають під час їх здійснення, визначених ст. 5 Закону України «Про туризм». При аналізі чинною туристичного законодавства важливим є розуміння, на які суб'єкти та об'єкти поширюються його норми і яким чином відбувається їх застосування в законодавстві України.

## **Тема. 9 Культурологія туризму**

1. Цілі культурології.
2. Методи культурології.
3. Категоріальний апарат культурології.
4. Проблема визначення культури.
5. Принципи класифікації визначень культури.
6. Функції культури.
7. Людина та культура дозвілля.
8. Питання про цінності туризму.

### **1. Цілі культурології**

Термін «культурологія» був затверджений та активно використаний американським дослідником Леслі Вайтом (1900-1975 рр.)\* у праці «Наука про культуру» (1949 р.). Поступово цей термін увійшов до наукового обігу і насамперед до гуманітарних наук.

Культурологія\*\* – це наукове знання про найзагальніші закономірності розвитку культури, що розуміється як сукупність матеріальних і духовних цінностей, накопичених людством.

Культура являє собою особливий стан способу життя великого суспільства людей. Цей стан втілює в собі такі важливі моменти:

- 1) якість форм відносин людей, які склалися, а потому використовуються суспільством;
- 2) якість закріплених традицією навичок діяльності;
- 3) якість продуктів такої діяльності (матеріальних або духовних). У своїх «буттєвих» характеристиках людська культура – це: - «оброблене» середовище мешкання; - світ «оброблених» (у культурному відношенні) особистостей; - область «упорядкованих» (в аспекті культури) міжособистісних взаємин.

Перший історичний зміст поняття «культура» – це протиставлення «обробленого» (наприклад, освоєних людиною сільських угідь) тому, що поки що природно, не оброблено («пустош»).

Сказане, по суті, є констатація факту існуючого положення, але це визнання має ціннісне забарвлення, оскільки людина завжди відчуває себе мешканцем простору культури, а не «дикої» природи.

У праці «Критика власного судження» (1720 р.) І. Кант виокремив «культуру виховання» та «культуру вміння». В інших працях він:

- писав про науки та мистецтва як про сферу культури;
- трактував культуру як засіб реалізації природних задатків людини;
- указував на культуру спілкування, яка має різні прояви.

Розвиток культури породжує нові її форми, які інтегруються, вбудовуються в існуючі культурні системи. Також відбувається адаптація колишніх станів до нових умов, нарешті, видозміна того, що протягом тривалого часу було віднесено до традиції. У теперішній час культура постає перед дослідниками достатньо складною єдністю її конкретних проявів. На сьогодні мається ланка усталених напрямів її вивчення:

- теорія культури;
- історична культурологія;
- музеєзнавство;
- реставрація історико-культурних об'єктів;
- прикладна культурологія.

Культурологія прагне інтегративності. У цьому сенсі культурологія є філософською наукою. Загальна мета культурології полягає у вивченні історичного досвіду людей в установленні ними укладу власного життя: звичаїв, законів, етикетних відносин, естетичних поглядів, моральних настанов особистості, різного роду канонів діяльності та поведінки.

Формально предметом культурології та її основним поняттям є культура. Проте реальна одноманітність визначень культури не дозволяє посилатися на цю фундаментальність як на деяку усталену і однорідну наочність. Через значну неоднорідність проявів культури під час культурологічного дослідження завжди бажано зазначати, яка саме область культури в цей момент розглядається. Іншими словами, у цій ситуації (пізнання) доводиться казати: «Культура, що розуміється нами як...».

Сумарно все це буде культурою у тому сенсі, у якому її розглядає культурологія, хоча аспект розгляду може бути різний. Тому тут треба казати не про одну ціль, а про низку цілей, які переслідують загальне культурологічне знання. Отже:

- виявлення цілісного культурного простору, створеного людством, і сенсу його існування;
- тлумачення його найважливіших областей (релігії, філософії, мистецтва, економіки тощо);
- тлумачення повсякденних та професійних форм життя соціуму;
- виявлення продуктивності відносин «культура і особистість».

## **2. Методи культурології**

Методи культурології також можуть бути різними. Їхня специфіка повинна бути співвіднесена з тією областю культури, на яку буде спрямовано увагу

дослідника. Вони можуть спиратися на історичний, соціологічний, семіотичний\* , регулятивний\*\* та комунікативний підходи.

Тому використання тих чи інших методів залежить від підходів, що реалізуються.

Наприклад, історичний підхід шикуює в ряд культурні епохи, при цьому підході враховується преш за все їхнє розташування в історичному часі:

- 1) становлення первісної (доісторичної) культури;
- 2) Давній Єгипет як приклад річкової цивілізації;
- 3) цивілізації Сходу (Шумер, Вавилон та ін.);
- 4) Давня Індія;
- 5) Давній Китай;
- 6) Давня Греція як приклад морської цивілізації;
- 7) Давній Рим;
- 8) Європа в Середньовіччі;
- 9) мусульманська культура;
- 10) новий час та потенціал розвитку сучасної європейської культури.

Соціологічний підхід ставить своїм завданням виявити соціальні зміни культури. Виявляються місце та значущість міфології, релігії, художньої культури і науки як форм духовної діяльності і соціокультурному просторі. Причому сама культура в її цілісності постає як найважливіший засіб регуляції духовного життя суспільства.

Психологічний підхід звернений перш за все до внутрішнього світу людини і тим її спрямуванням, що тісно пов'язані з його психічною організацією. Люди, як правило, розрізняються за своєю психікою, що в свою чергу може генерувати появу випадковостей, в та завжди спотворює результати дослідження. Тому вивчення внутрішнього світу носіїв культури (якщо ми хочемо залишатися у рамках науки) вимагає правомірних узагальнень. Основою таких узагальнень виступає ідея менталітету. Тут менталітет розуміється як певний тип світосприйняття, властивого племені, соціальній групі, конкретному етносу, нації. Менталітет як особливий умогляд характеризує собою соціум, але безпосереднім носієм усталеного способу розуміння світу є особистість з її індивідуальною «ментальною» психікою.

Можливі також комунікативний та сигніфікативний\* підходи. У цьому разі як провідні функції у вивченні культури висуваються функції спілкування та знакова, або символічна\*\*, забезпеченість комунікативного процесу, що триває.

### **3. Категоріальний апарат культурології**

Кожна наука виробляє свій категоріальний апарат, який являє собою деякий набір основних понять, що нею використовуються. Ці поняття пов'язані з завданнями, найактуальнішими для цієї області знання. Наявність понять в арсеналі дослідника визначається (1) традицією, а також і (2) рівнем розвитку науки на цей історичний момент.

Фундаментальними категоріями для культурології є, зокрема, поняття «ЛОГОС»\* \* та «ХАОС». Логос несе в собі ідею порядку, і в цій якості він протиставляє себе природі. Відзначимо (і це важливо!), природі дикій, яка, недоторкана, необроблена та неосвоєна, саме і нав'язує людині думку про хаос

як втілення граничної непорядкованості. Таким чином, сенс культурної діяльності людини – це витвір Логосу та подолання Хаосу. Культурологія шукає закони, принципи організації культурного простору суспільства. Згідно з цією ідеєю деякі дослідники пропонують визначити цю науку таким чином: «Культурологія є вчення про логос культури». Важливе місце в культурології посідає поняття ТРАДИЦІЇ. Вона є напрацьований позитивний досвід, який передається у спадок. У своєму реальному вияві культура – це система уявлень про форми належного існування всередині соціуму. Цю систему культурних знань утримує пам'ять. Тобто «матерія культури» – це лише стан свідомості. Ось чому традиція як феномен спадкування та спадкоємності настільки важлива для історичного розвитку людства. Культурний «норматив» є чимсь на зразок стандарту форм людської активності, який не тільки регулює поведінку людей, а й виражає їхні уявлення про належне та бажане. Категорія «культурна навичка» каже про психологічний стереотип, яким вільно володіє індивід. За певних обставин він користується ним. Навичка може виявити себе в різних ситуаціях. Особливо характерно вона виявляє себе у сфері професійної діяльності. Користування засвоєними навичками відбувається поза свідомістю. Завдяки навичці, психіка і насамперед свідомість розвантажуються для виконання серйозних і відповідальних дій, що потребують розмірковування. Наприклад, представник туристської фірми підтримує доброзичливу бесіду із туристською групою, хоча сам водночас напружено обмірковує непередбачену ситуацію.

#### **4. Проблема визначення культури.**

Перші спроби наукового виявлення специфіки культури тяжіють до описовості. Англійський етнограф і дослідник первісної культури Е. Тайлор (1832-1917 рр.)\*\* запропонував одне з перших пояснень поняття «культура»: «Культура, або цивілізація, у широкому етнографічному сенсі складається у своєму цілому зі знання, вірувань, мистецтва, моральності, законів, звичаїв та деяких інших здібностей та навичок, засвоєних людиною як членом суспільства... Сходинок культури можуть вважатися стадіями поступового розвитку, із яких кожна є продуктом минулого та в свою чергу відіграє певну роль у формування майбутнього».

Французький дослідник, фізик, філософ, культуролог Моль Абраам Антуан писав: «Культура – термін виключно багатозначний. Різні автори розуміють його по-різному, і нараховується понад 250 його визначень». А за півсторіччя з дня виходу праці А. Моля сучасні автори вважають, що число визначень культури перевищило 300. Наприклад, чотири довільні визначення.

1. Культура – спосіб проживання життя у формах, узгоджених із традицією.
2. Культура – цілісність уявлень про належне існування.
3. Культура – позитивний досвід життя.
4. Культура – цілісність засвоєних уподобань.

#### **5. Принципи класифікації визначень культури.**

Із великої кількості тлумачень культури можна виділити аспекти, принципи її розуміння та згідно з ними здійснити класифікацію наявних визначень. З-поміж найважливіших та найхарактерніших:

- **описові** – у них перераховується все те, що охоплює поняття культури (зрозуміло, точно непогане);

- **історичні** – у них підкреслюється, що культура є продукт історії, який являє собою спадкування соціального досвіду та передавання його від покоління до покоління;

- **антропологічні** – в них указується, що все те, що створила людина своїми зусиллями, – це дещо штучне (це «друга природа») і цей створений нею світ речей і відносин через свою штучність протистоїть природі;

- **нормативні** – підкреслюють роль цінностей і норм у людському існуванні; - **семіотичні** – розглядають культуру як систему знаків та символів, що використовується в цьому соціумі;

- **герменевтичні** – тут культура уявляється як складний текст, що потребує розуміння та особистісної інтерпретації;

- **соціологічні** – тут враховується те, що культура є організовуючий фактор суспільного життя.

## 6. Функції культури.

Функції культури стосовно суспільства такі:

- соціалізації; - створення цілей;
- спілкування (комунікації);
- пізнання (насамперед сенсів);
- діяльності; - утвердження нормативів;
- символічної інтерпретації буття.

Ці функції має будь-яка культура, тому їх можна вважати універсальними. Головною функцією культури є БАГАТОРАЗОВЕ ВІДТВОРЕННЯ ЛЮДСЬКОЇ ОСОБИСТОСТІ (а отже, і суспільства) ПОЗАГЕНЕТИЧНИМ (надбіологічним) ШЛЯХОМ.

## 7. Людина та культура дозвілля

Культурі дозвілля треба вчитися. Вона готова надати людині цілий спектр можливостей проведення вільного часу. У людини, що перебуває на відпочинку, завдяки вільному часові активуються фізіологічні, психологічні, естетичні, пізнавальні, нарешті, різного роду духовні інтереси.

У реальності існують також і такі потреби людини, для яких відсутні чіткі терміни. Наприклад, одну з таких потреб у повсякденному житті жартوما позначають як «прагнення до зміни місць». Ось деякі з таких потреб:

- відновлення сил після роботи, насамперед – після професійної діяльності;

- внесення психологічної різноманітності у життєве існування: це можуть бути зустрічі з друзями, участь у різних святах, відвідання громадських місць та заходів, особливо таких, де початком, що організує, є розвага (кафе, клуб, ресторан, дискотека, естрадне шоу);

- спілкування з природою у різних формах – від прогулянки в парку до збирання ягід та грибів у лісі чи роботи на дачній присадибній ділянці;

- різного плану ігрова активність – від суто спортивних ігор та такого само характеру захоплень (наприклад, спортивний туризм, альпінізм, скелелазіння) до ігор інтелектуальних, а також ігор, пов'язаних із використанням комп'ютері;

- просвіта – якщо у людини є внутрішня потреба дізнатися про щось нове;

- реалізація інтересів та прагнень духовного плану – від читання художньої літератури до відвідання концерту чи літературного спектаклю;

- різного виду творчість – створення літературних (поетичних) творів, виступи у непрофесійних виставах, концертах, а також створення речей, технічних пристосувань, моделей тощо;

- подорожі та організований туризм – реалізація суто людського бажання побачити світ і людей, що належать до інших культур, існують в інших кліматичних умовах та інших культурних традиціях.

Вродженого знання про те, як проводити вільний час, у людини немає. Тому культурі дозвілля людині доводиться вчитися. Усі найважливіші форми проведення дозвілля пов'язані тим чи іншим чином із участю людини в ігровій ситуації. Проте в туризмі його організатори живуть у світі реальності (ціни, квитки, маршрути, заходи тощо). А туристи існують в ігровому просторі, де вони грають роль мандрівників. Проте сама подорож реально не пов'язана ані з фізичною роботою (за виключенням спортивно-оздоровчих маршрутів), ані з прийняттям відповідальних рішень.

Мірою їх пересування оточуюча природа або культурні об'єкти розкриваються яскравими, невідомими раніше боками. Так, мандрівниктуристи пересуваються країною, планетою, і це пересування достовірно. Однак воно й умовне, оскільки будь-який ризик тут гранично виключений (не враховуючи форс-мажорних обставин), так само як виключені ситуації, що вимагають граничного напруження сил. Але ж тільки тому майбутні туристи й погодилися, заплативши гроші, взяти участь у подорожі, яке, за суттю, є гра.

### **8. Питання про цінності туризму**

У туризмі існують певні цінності (блага). Ними хочуть володіти особи (у тому числі юридичні), що беруть участь у відносинах, пов'язаних із реалізацією намірів туристів, які звертаються до відповідних турфірм.

По-перше, це туристські організації, яких цікавлять у першу чергу дохід від факту надання ними послуг та стабільність цього доходу. Ці цінності мають цілком матеріальну природу.

По-друге, це самі туристи, які мають на меті отримати від фірми цілий спектр гарантованих нею послуг (благ). Абсолютна значущість тих чи інших цінностей для людини залежить від того, із якими намірами та планами вона вирушає у туристську поїздку. Тут мотиваційними факторами можуть бути задоволення, пов'язані з оздоровленням та фізичними запитами (пляж, зелень, тиша, купання, повітря, засмага тощо). Також для туристів можуть бути дуже бажаними нові враження та незвичайні розваги (наприклад, катання на верблюді, оленях, швидкісному катері, риболовля в особливих умовах тощо). Мотиви такого характеру легко об'єднуються з інтересами до придбання сувенірів, а також здійснення «заморських» придбань, якщо ті через низку причин видаються привабливими. При цьому неможна забувати, що в туристів (особливо похилого віку) можуть домінувати й суто духовні потреби: знайомство з природними та культурними пам'ятками, а також відвідання музеїв, театрів, концертних виступів.

Повертаючись до загальної проблеми цінностей, необхідно підкреслити, що там, де немає людини, немає сенсу говорити про цінність будь-чого. Усі настанови культури, прийняті та підтримувані суспільством, є цінністю, оскільки вони пов'язані з інтересами людини.

Зрозуміло, культурологічне значення не вичерпується наведеним тут стислим переліком категорій. Важливо те, що всі описані категорії можуть бути віднесені до числа основних поняттєвих уявлень культурології. Необхідно підкреслити, що викривлене світосприйняття та ідеологічні настанови можуть породжувати такої самої якості ціннісні уявлення. Реально протистояти цьому може лише сама мисляча та зацікавлена людина, що формує на протигагу всім «викривленням» своє власне культурне кредо\* .

У туристській галузі особлива увага приділяється знанню конкретних норм і правил, які регулюють спілкування між людьми, у даному випадку етикетові. Практичне оволодіння культурою спілкування передбачає формування певних якостей особистості – комунікативних здатностей, тобто здатностей до спілкування.

Спілкування – особлива форма людської взаємодії та міжособистісних взаємин, комунікативна діяльність. Зрозуміло, що лише в спілкування людини з людиною розкривається людина, як для інших, так я для самої себе.

Оскільки спілкування являє собою форму міжособистісних взаємин, то можна навести таку умовну його класифікацію (типологію), при цьому кожен із типів є водночас етапом установалення та поглиблення стосунків:

- етикетний тип спілкування (формальний, неглибокий рівень в основній рольовій взаємодії, наприклад покупці пасажири, глядачі, вболівальники та ін.);
- діловий тип (спілкування відбувається з нагоди виконання тих чи інших соціальних функцій, що сформували групу, наприклад співпрацівники, члени навчального, студентського, армійського колективу і т. ін).

Діловий рівень (тип) легко переходить у такі:

- товариський, що характеризується визначенням ціннісного визнання один одним, наприклад серед колег, однокласників, товаришів по риболовлі, навчанню, команді;

- дружній (привітний) тип, що включає дружні стосунки (значна частина відпочинку, вільного часу проводиться разом, характеризується спільністю інтересів, ціннісних орієнтацій, цілей тощо);

- інтимний тип: формується нова єдність, цілісність, зокрема кохання, родинні взаємини, стійка тривала дружба, насамперед в родині.

Як окремий тип можна виділити й спілкування із самим собою (внутрішній діалог, мрії, спогади тощо).

Слід виділити основні моральні принципи спілкування: рівність, любов, співчуття, доброзичливість, альтруїзм, повага, уміння вислухати, толерантність, делікатність, тактовність, довіра.

Аморальне спілкування будується на таких принципах, як егоїзм, корисливість, особиста вигода, помста, неповага тощо.

Процес спілкування забезпечується такими засобами, як мова (слово), погляд, міміка, поза, манера, послання (лист, записка, фотографія), мода.



Знання та виконання оптимальних моделей поведінки в конкретних, завчасно відомих ситуаціях спілкування людей, тобто виконання етикету\* \*, є невід'ємною частиною культури морального спілкування, у цілому моральної культури сучасної особистості.

Словник з етики так трактує це поняття: це сукупність правил поведінки, що стосуються зовнішнього прояву відношення до людей (поводження з оточуючими, форми звернення та привітань, поведінка у громадських місцях, манери та одяг). Етикет – складова частина зовнішньої культури суспільства (культури поведінки).

В етикеті можна виділити низку особливих видів: етикет дипломатичний, військовий, спортивний, етикет наукових товариств, релігійний тощо, які регламентують поведінку і відносини людей на прийомах, зустрічах у відповідних ситуаціях і мають специфічний кодекс необхідних норм.

Етикет сучасного суспільства – це головним чином форма стосунків людей у повсякденному житті. Це своєрідний вид угоди між людьми про те, що прийняте і є правильним стосовно конкретно-історичного суспільства. Його виконання сприяє нормалізації людських стосунків.

Ввічливість полягає у доброзичливості, привітності. Іспанський новеліст Мігель де Сервантес писав: «Ніщо не коштує так дешево і не ціниться так дорого, як ввічливість». Привітний вираз обличчя, уважне, шанобливе, доброзичливе ставлення до людей забезпечують комфорт взаємин, дають можливість попередити конфлікти та повернути до себе співрозмовника. Зовнішніми проявами ввічливості є усмішка на обличчі, слова вдячності, вибачення чи прохання, небайдужі очі, доброзичливі жести та пози. Буває ситуація, коли людина може бути чимось роздратована, засмучена, хвора. У такому разі на перший план повинна вийти коректність – уміння тривати себе в рамках загальноприйнятих норм порядності, у будь-якій ситуації.

Тактовність – це відчуття міри, якою необхідно дотримуватися в розмові, це уміння відчувати межу, за яку неможна переступати у взаєминах із людьми. Тактовна людина знає, відчуває, що, коли та в якому місці можна сказати, зробити чи неможна. Увага до людей, уміння поставити себе на місце іншого мають проявлятися дуже обережно, ненав'язливо, тобто делікатно. Ці вимоги етикету дають можливість запобігти незручним ситуаціям та досягти успіху навіть там, де не діє сила.

Важливою вимогою є скромність, тобто природна поведінка, що відповідає оточенню. Стримана, урівноважена поведінка є проявом уміння людини володіти собою, тобто показником самоповаги й шанобливого ставлення до інших. Крім того, скромна людина завжди викликає в оточуючих відчуття надійності, впевненості і людині й відповідну повагу.

Точність та обов'язковість як вимоги етикету вказують на пунктуальність, необхідність обов'язкового виконання обіцянок, угод. Зазначені вимоги є зовнішніми проявами таких рис особистості, як уміння аналізувати обставини, оцінювати свої вчинки, робити висновки, прогнозувати майбутні дії, визначати межу своїх можливостей, не давати зайвих обіцянок, дотримувати своє слово. Керуючись ними, людина, навіть якщо вона не знає конкретних правил етикету

за конкретних обставин, може завжди залишатися на високому рівні загальної пристойності.

Німецький поет, мислитель Й. Гете якось зазначив, що «поведінка – це дзеркало, у якому кожен показує свій облік». В основі поведінки будь-якої людини лежать її мотивації, тобто те, що примушує людину діяти та поводитись певним чином.

Мотивація – це поєднання інтелектуальних, фізичних і психологічних процесів, які в конкретних ситуаціях визначають те, наскільки рішуче діє людина і в якому напрямі зосереджується її енергія.

Поведінка людини визначається нескінченною кількістю мотивів. Розуміння мотивів і потреб дає ключа до пояснення всіх видів організаційної діяльності, і насамперед підприємницької.

Найповніше представлена класифікація мотивів датським дослідником К. Мадсенем. Він виділив чотири їх групи.

Перша група – органічні мотиви. До них належать голод, жага, статевий потяг, материнське почуття, відчуття болю, відчуття холоду, самозбереження, відчуття спеки, анальні потреби (виділення), потреба дихати.

Друга група – емоційні мотиви. Вони включають до себе жах чи прагнення до безпеки, агресивність чи бійцівські якості.

Третя група – соціальні мотиви. До них належать прагнення контактів, жага влади (відстоювання своїх позицій), прагнення діяльності.

Четверта група – діяльні мотиви. Вони включають до себе потребу в досвіді, потребу в фізичній діяльності, цікавість (інтелектуальна діяльність), потребу в збудженні (емоційна діяльність), прагнення творчості (комплексна діяльність).

Для здійснення тих чи інших дій (наприклад, для виконання якоїсь роботи) важливі всі компоненти мотиваційної системи. Тому індивідуум, його працедавці та суспільство в цілому рівною мірою зацікавлені у тому, аби він проявляв інтерес до роботи. Інтерес – це потужна рушійна сила, що є за суттю мотиваційну систему в собі.

## **10. Міжнародна співпраця та організації в туризмі**

1. Міжнародне регулювання туристичної діяльності.
2. Міжнародні договори, конвенції, декларації міжнародних туристичних організацій.
3. Міжнародні акти, що регулюють туристичну діяльність.

### **1. Міжнародне регулювання туристичної діяльності**

Із зростанням обсягів туризму та розширенням його географії, а також з розвитком засобів транспорту і включенням у маршрути декількох країн одночасно до спрощення туристичних поїздок залучають міжнародні організації.

Міжнародні організації, які працюють на постійній основі, відіграють важливу роль у розвитку міжнародної співпраці в сфері туризму.

Міжнародні туристичні організації створюються на засадах добровільного членства і роботи в них представників туристичної галузі різних країн. Такі

організації діють постійно відповідно до ухвалених статутів і є дуже ефективною формою міжнародної співпраці. До кінця XX ст. у світі налічувалося близько 170 міжнародних туристичних організацій.

Найбільш представницькою, авторитетною й активною є Всесвітня організація туризму (World Tourism Organization — UNWTO), яка вважається міжурядовим універсальним органом співробітництва країн у галузі туризму. У 1969 р. ООН ухвалила рішення про створення Всесвітньої організації туризму замість Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій (МСОТО), який діяв з 1925 р., прийняти її Устав. Датою її народження вважають 2 січня 1975 р. — цього дня набули чинності її статутні норми і правила. UNWTO представляє інтереси майже 150 країн— дійсних членів; 5 територій — асоційованих членів, а також понад 400 членів, що приєдналися.

Статут UNWTO — це міждержавний договір, ратифікований 51-ю державою, офіційні туристичні організації яких були членами МСОТО.

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

Статутом UNWTO передбачено також скликання надзвичайних сесій Генеральної асамблеї на прохання Виконавчої ради або більшості дійсних членів організації.

Діяльність Генеральної асамблеї регламентується відповідними затвердженими правилами. Зокрема, асамблея обирає свого президента і віце президентів на початку кожної сесії. Президент головує на асамблеї й доповідає перед нею під час сесії. Він також представляє організацію протягом терміну своїх повноважень у будь-яких випадках, якщо таке представництво потрібне. Для кворуму на Генеральній асамблеї обов'язкова присутність делегатів, які представляють більшість дійсних членів. При голосуванні кожен дійсний член має один голос. Рішення з усіх питань ухвалюють переважно на Генеральній асамблеї більшістю голосів присутніх дійсних членів і тих, які голосують. Для розв'язання проблем, пов'язаних із бюджетно-фінансовими зобов'язаннями членів, визначенням місцезнаходження штаб-квартири, а також інших питань особливої важливості, визнаних такими на сесії Генеральної асамблеї за рішенням більшості присутніх дійсних членів і тих, які голосують, потрібна більшість — дві третини їхніх голосів.

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

До Виконавчої ради входять дійсні члени, які обираються на Генеральній асамблеї за принципом "один член на кожних п'ять дійсних членів". На виборах керуються принципом справедливого і рівного географічного розподілу. Виконавча рада збирається принаймні двічі на рік, здійснює заходи, необхідні для забезпечення реалізації всіх рішень і рекомендацій Генеральної асамблеї, і представляє їй звіти про виконання цих заходів.

До функцій Виконавчої ради UNWTO, зокрема, належать:

- — забезпечення виконання всіх рішень і рекомендацій Генеральної асамблеї, а також звіт перед асамблеєю;
- — одержання і розгляд звітів Генерального секретаря про діяльність організації;
- — розроблення і представлення пропозицій Генеральній асамблеї;
- — розгляд загальної програми роботи організації перед її поданням на обговорення Генеральній асамблеї;
- — представлення Генеральній асамблеї звітів і рекомендацій з адміністративних рахунків і проектів бюджету організації;
- — створення допоміжних органів, потрібних для діяльності Виконавчої ради;
- — виконання будь-яких інших функцій, доручених Генеральною асамблеєю.

При Виконавчій раді діють такі допоміжні органи:

- — Технічний комітет із програми і координації (ТКПК), головним завданням якого розгляд питань, пов'язаних із загальною програмою роботи організації;
- — Бюджетно-фінансовий комітет (БФК), що займається попередні дослідженням бюджетно-фінансових питань для опрацювання рекомендацій Виконавчому комітету;
- — Комітет довілля, у роботі якого можуть брати участь усі члени Виконавчої ради;
- — Комітет зі спрощення формальностей, який займається проблемами] переміщення людей як у міжнародному, так і в національному масштабі Комітет відкритий для всіх членів Виконавчої ради;
- — Комітет зі статистики, що розробляє рекомендації з питань накопичення, аналізу і спрямування статистичних даних із міжнародного і національного туризму;
- — Комітет із розгляду членства в категорії членів, що приєдналися його основні функції — розгляд заяв на членство у UNWTO і напрацювання відповідних рекомендацій Виконавчій раді.

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

Бюджет UNWTO, що покриває витрати на адміністративну роботу і виконання загальної програми діяльності організації, фінансується з членських внесків дійсних, асоційованих і членів, що приєдналися, відповідно до шкали внесків, що враховує економічні умови, рівень розвитку туризму та інші фактори, що діють у країнах — членах UNWTO. Бюджет UNWTO, проект якого укладає Генеральний секретар, розрахований ні два роки.

Для втілення в життя своїх рішень і рекомендацій Генеральна асамблея затвердила **шість регіональних комісій**: в Європі, Америці, Африці, Східній Азії та Тихоокеанському регіоні, Південній Азії, на Близькому Сході Комісії

збираються регулярно під керівництвом голови і двох віце-голів яких обирають на два роки. Завданнями регіональних комісій є співробітництво країн регіону в реалізації рішень і рекомендацій UNWTO, сприяння розвитку регіонального туризму.

UNWTO провадить діяльність за такими основними напрямками:

- — зміцнення співпраці країн з метою розвитку туризму. Для цього UNWTO розробляє рекомендації і допомагає урядам країн у багатьох питаннях, включаючи розробку проектів, техніко-економічних обґрунтувань, визначення потреб в інвестиціях, передання технологій, а також маркетинг і просування туристичного продукту;
- — організація професійної підготовки в сфері туризму, створення базових навчальних структур, короткотермінових і заочних курсів, а також мережі центрів UNWTO з професійної підготовки;
- — забезпечення стійкого розвитку туризму і вирішення екологічних проблем. З цією метою UNWTO бере участь у міжнародних форумах, присвячених охороні навколишнього середовища та екології планети;
- — поліпшення якості туризму. UNWTO приділяє увагу питанням охорони здоров'я і безпеки туристів, усуненню бар'єрів на шляху туризму, лібералізації туристичного бізнесу;
- — створення статистики туризму і дослідження ринку. UNWTO є основним центром накопичення (більш ніж зі 180-ти країн і територій), аналізу і поширення відомостей про туризм. Для членів UNWTO і туристичної індустрії випускається серія видань з питань міжнародного туризму;
- — розвиток комунікацій і системи документації в сфері туризму. У UNWTO працює видавничий підрозділ, що одночасно є органом зі зв'язків з пресою. У центрі документації UNWTO зберігається великий обсяг інформації з різних питань туризму.

Важливими напрямками діяльності UNWTO є спрощення туристичних обмінів і формальностей; визначення й узгодження законодавчого порядку регулювання туризму, також за надзвичайних обставин (епідемії, стихійних лих тощо).

У **1985 р.** UNWTO розробила й ухвалила такі важливі документи, як **Хартія туризму** і **Кодекс туристів**, що проголошують основні принципи туристичного руху, закріплені в переліку прав і обов'язків туристів, виробників туристичних послуг, державних адміністрацій і місцевого населення.

Для досягнення високих результатів у реалізації поставлених завдань UNWTO активно співпрацює з ООН і її комісіями та спеціалізованими установами, з іншими міжнародними туристичними організаціями.

У 1977 р. ООН і UNWTO уклали Угоду про взаємну співпрацю, причому, як впливає з тексту угоди, "ООН визнає UNWTO відповідальною за вжиття таких заходів, які можуть виявитися необхідними для розв'язання проблем у сфері туризму".

Формами співпраці ООН і UNWTO є обмін рекомендаціями, інформацією і документами, проведення спільних консультацій і зустрічей, координація

роботи, двостороннє представництво на засіданнях органів співробітництва з питань статистики.

UNWTO є юридичною особою і може користуватися на території країн членів певними привілеями, що визначені в окремих угодах, укладений організацією. Відповідно до Статуту UNWTO, місце перебування організації визначається і може бути в будь-який час змінене на підставі рішення Генеральної асамблеї. Зокрема, на підставі Конвенції між UNWTO й Іспанією про правовий статус організації в Іспанії, текст якої підписанні 10 листопада 1975 р. і ратифікований Іспанією 8 жовтня 1976 р. (конвенція набула чинності 2 червня 1977 р. і схвалена Генеральною асамблеєю UNWTO 31 травня 1977 р.), штаб-квартиру UNWTO 1 січня 1976 р. було перенесено з Женеви до Мадрида. Офіційні мови UNWTO — англійська іспанська, російська і французька.

Робоча програма й оперативна діяльність. Робоча програма UNWTO формується і затверджується на два роки.

Основні міжнародно-правові форми діяльності UNWTO — проведенні Всесвітньої конференції з туризму 1980 р., Всесвітньої наради з туризм] 1982 р. і Міжнародної конференції з туризму 1989 р.

Резолюція Генеральної Асамблеї ООН № 38/146 від 19 грудня 1983 р. рекомендувала членам організації "приділяти належну увагу принципал Манільської декларації зі світового туризму 1980 р. і документам Всесвітньої наради з туризму в Акапулько 1982 р. у розробленні та здійсненні, де це доречно, своєї політики, планів і програми в галузі туризм; згідно зі своїми національними пріоритетами й у рамках Програми роботи Всесвітньої організації туризму" (UNWTO. — Прим. Авт.).

Інструментом міжнародного співробітництва і партнерства, об'єднання, народів і сприяння розвитку індивідуального й колективного туризм стала Гаазька декларація Міжпарламентської конференції з туризму 1989 і її головні положення зводяться до того, що:

- — туризм — форма проведення вільного часу;
- — туризм — ефективний засіб сприяння соціально-економічному зростанню країни;
- — природне, культурне і людське довкілля — основна умова розвитку туризму;
- — туризм має гуманний характер;
- — кожна людина має право на вільні подорожі;
- — спрощення формальностей подорожування — основа розвитку туризму;
- — безпека і захист туристів, повага їхньої гідності — найважливіші умови розвитку туризму;
- — держави повинні вживати заходів у боротьбі з тероризмом, поліпшувати якість туристичних послуг, планувати розвиток інфраструктури туризму.

Діяльність Ради обмежується територією держав-членів і спрямована на розвиток і зміцнення туристичних зв'язків між ними. Для цього розроблені єдина форма статистичної звітності, правила ліцензування, створені система інформаційного забезпечення, видавничча база, вироблена єдина система стандартизації туристичних послуг, спрощені туристичні формальності,

налагоджена співпраця з підготовки кадрів, гарантування безпеки туристів, запроваджено уніфіковані вимоги до класифікації готелів на території СНД тощо.

Усі міжнародні й регіональні туристичні організації здебільшого є неурядовими та об'єднують різноманітні громадські та приватні структури. Міжнародні туристичні організації, які приділяють увагу всім основним питанням розвитку міжнародного туризму, відносять до універсальних. Найбільшими серед них є такі:

Всесвітня федерація асоціацій туристичних агентств, до якої входять національні асоціації туристичних агентств різних країн. Приділяючи увагу найважливішим питанням розвитку міжнародного туризму, Федерація виступає прихильником лібералізації туристичного бізнесу і захисту інтересів туристичних фірм.

Міжнародна федерація туроператорів об'єднує асоціації туроператорів і окремі туроператорські фірми різних країн. Окрім загальних питань розвитку міжнародного туризму, вона приділяє увагу захисту інтересів туроператорського бізнесу.

Всесвітня асоціація туристичних агентств (УАТА), у якій співпрацюють туристичні агентства різних країн за встановленою нормою представництва. Основною метою є стимулювання діяльності туристичних агентств, захист їхніх інтересів перед туроператорами і транспортними компаніями.

До вузькоспеціалізованих належать міжнародні туристичні організації, членів яких об'єднують підприємницькі чи суспільні інтереси. Наведемо кілька прикладів.

Міжнародна готельна асоціація об'єднує підприємців готельного бізнесу різних країн з метою розвитку їхнього співробітництва в питаннях поліпшення якості послуг, упровадження сучасних технологій і стандартів обслуговування, підвищення професіоналізму готельного персоналу тощо.

Міжнародна асоціація повітряного транспорту об'єднує авіатранспортні підприємства (авіакомпанії, аеропорти та ін.), які обслуговують основні міжнародні й внутрішні лінії. Її основні завдання — поліпшення якості обслуговування пасажирів: створення сприятливих умов для перевезення туристів, удосконалення тарифної політики, впровадження нових технологій і стандартів, навчання персоналу, який займається бронюванням і оформленням квитків, проведення маркетингових досліджень, складання статистичних оглядів тощо.

До Міжнародної асоціації конгресового бізнесу входять туристичні фірми і підприємства різних країн, які обслуговують учасників міжнародних і національних конгресів, конференцій, симпозіумів.

Міжнародне бюро з соціального туризму об'єднує туристичні організації профспілкових об'єднань різних країн з метою розширення співпраці в розвитку соціального туризму.

Міжнародне бюро молодіжного туризму створили туристичні фірми й організації різних країн, які займаються молодіжним туризмом, з метою налагодження більш тісної співпраці.

Значну роль у розвитку співробітництва у галузі міжнародного туризму відіграють регіональні туристичні організації.

## **2. Міжнародні договори, конвенції, декларації міжнародних туристичних організацій.**

Всесвітня декларація з прав людини (1948 р.); Міжнародний пакт з економічних, соціальних і культурних прав (1966 р.); Варшавська конвенція для уніфікації деяких правил, що стосуються міжнародних повітряних перевезень (1929 р.); Чиказька конвенція з міжнародної цивільної авіації (1944 р.) і Токійська, Гаазька, Монреальська конвенції з того самого питання; Конвенція з митного забезпечення туризму (1954 р.); Будапештська конвенція з спрощення туристичних подорожей (1976 р.); Конвенція з захисту світової культурної і природної спадщини (1972 р.); Манільська декларація зі світового туризму (1980 р.); Софійська резолюція VI сесії Генеральної асамблеї ВТО, що прийняла Туристичний білль з прав, Хартію туризму, Кодекс туриста (1985 р.); Конвенція з прав дитини (1990 р.); Буенос-Айреська резолюція IX сесії Генеральної асамблеї ВТО з забезпечення туризму і безпеки туристів (1991 р.); Туристична декларація Світового туристичного форуму в Осаці і Всесвітньої конференції міністрів з туризму (1994 р.); Генеральна угода з торгівлі послугами (1994 р.); Каїрська резолюція XI сесії Генеральної асамблеї ВТО щодо запобігання організованому секс-туризму (1995 р.); Стокгольмська декларація проти комерційної сексуальної експлуатації дітей (1996 р.); Манільська декларація із соціального впливу туризму (1997 р.); Всесвітній кодекс етики в туризмі (1999 р.)

## **3. Міжнародні акти, що регулюють туристичну діяльність.**

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

Туристичні обміни пов'язані з перетином державних кордонів, перебуванням туристів на території іноземної держави і переміщенням по ній, що є метою єдиного підходу повинні регулюватися міжнародним правом.

1963 р. – «Загальна резолюція з розвитку туризму». Прийнята на конференції ООН по міжнародному туризму і подорожам (Рим).

1980 р.- «Манільська декларація по світовому туризму». Прийнята Всесвітньою конференцією по туризму (Філіппіни).

1982 р.- «Документи Акапулько». Прийняті на Всесвітній нараді по туризму при ВТО (Мексика).

1985 р. – «Хартія туризму» і її складова частина «Кодекс туриста», Прийняті на сесії Генеральної асамблеї ВТО (Софія).

1989 р. – «Гаазька декларація з туризму». Прийнята на міжнародній конференції по туризму, що проводилася ВТО і Міжпарламентським союзом, є розвитком «Хартії туризму».

1991 р. – «Резолюція міжнародної конференції по статистиці подорожей і туризму». Проведена ВТО й Урядом Канади.

**Міжнародні документи, що регламентують туристську діяльність**



Низка міжнародних договорів, конвенцій і декларацій міжнародних організацій формулюють **основи** міжнародно-правового регулювання системи туризму і міжнародних подорожей.

**Стаття 24 Загальної Декларації Прав Людини**, прийнята Генеральною асамблеєю Організації Об'єднаних Націй 10 грудня 1948р., проголошує: —**Кожна людина має право на відпочинок і вільний час, включаючи розумне обмеження робочого часу і періодичні оплачувані відпустки**».

**Стаття 12 —Міжнародного пакту з громадянських і політичних прав**», прийнятого 6 грудня 1966 р. Генеральною асамблеєю ООН, закріплює **право кожної людини вільно покидати будь-яку країну, враховуючи власну**.

## **Тема 11. Логістика туризму**

1. Поняття, сутність, мета і завдання логістики.
2. Функції та принципи логістики.
3. Передумови, причини та етапи становлення логістики.
4. Логістика в туризмі.
5. Використання логістики в управлінні туристичним підприємством.

### **1. Поняття, сутність, мета і завдання логістики**

Об'єктом вивчення дисципліни «логістика» є матеріальні і пов'язані з ними інформаційні та фінансові потокові процеси. Широке використання логістики на практиці господарської діяльності пояснюється необхідністю скорочення тимчасових інтервалів між набуванням сировини й постачанням товарів кінцевому споживачеві.

Логістика дозволяє мінімізувати товарні запаси, а в низці випадків взагалі відмовитись від їх використання, дозволяє скоротити час доставки товарів, прискорює процес отримання інформації, підвищує рівень сервісу. Логістика включає в себе управління транспортом, складським господарством, запасами товарів, кадрами, інформаційними системами, комерційною діяльністю та іншими галузями. Принципова новизна логістичного підходу — органічний взаємозв'язок, інтеграція вищевикладених галузей у цілісну матеріалопровідну систему.

Мета логістичного підходу — наскрізне управління матеріальними потоками.

Останнім часом у закордонній практиці і в нашій країні усе частіше зустрічається термін "логістика". Відомо, що логістичні підходи широко використовувалися в часи II Світової війни, особливо американською армією для забезпечення вояк харчуванням та зброєю.

Давні греки розуміли під логістикою — мистецтво виконання розрахунків. Спеціальних державних контролерів називали логістами.

У Римській імперії широко використовувався досвід греків, хоча у визначенні логістики вкладали дещо інший зміст, тут розуміння логістики — розподіл продуктів.

На сьогоднішній день основними принципами логістики є моделювання, системний аналіз, зворотні зв'язки. Зворотні зв'язки в логістиці розглядаються як попит споживача. Критерії логістики — мінімальні витрати матеріальних та трудових ресурсів на задоволення цього попиту.

Логістика — унікальна атмосфера творчості для стратегічної орієнтації розвитку виробництва, що безперервно корегується попитом споживача на виготовлений товар.

Розрізняють макрологістику й мікрологістику, у залежності від ступеня вивчаючих систем. Цивільну, воєнну, транспортну, туристичну, бізнес — логістику в залежності від вивчаючих галузей та складу логістичних систем.

Основною особливістю логістичних систем є їх чітка спрямованість на задоволення попиту споживача, котрий розглядається як зворотній зв'язок системи, який визначає стратегічні завдання функціонування, принципова схема логістичної системи. Принципова схема логістичної системи.

Якщо розглядати у цілісності коло проблем, що стосуються логістики, то загальними для них будуть питання управління різними джерелами (людськими, матеріальними, речовинними, енергетичними, фінансовими). На об'єкт логістики можемо дивитись з різних точок зору, можемо розглядати з точки зору маркетолога, фінансиста, менеджера, вченого. Цим пояснюються різні тлумачення визначення логістики.

## **2. Функції та принципи логістики**

В ринковій економіці, яка орієнтована на споживача, від повноти задоволення потреб цього самого споживача значною мірою залежить успіх підприємства. До загальних потреб, які висуває споживач до будь-якого продукту в першу чергу відносять його якість, ціну і своєчасність поставки. На максимально повному задоволенні саме цих загальних потреб і базується система логістики.

Таким чином, головною метою логістики є побудова такої системи проходження матеріальних та інформаційних потоків, яка б дала можливість дотриматись "шести правил логістики", які б забезпечили:

ВАНТАЖ - потрібний вантаж;

ЯКІСТЬ - потрібної якості;

КІЛЬКІСТЬ - потрібної кількості;

ЧАС - доставлений в потрібний час;

МІСЦЕ - в потрібне місце;

ВИТРАТИ - із найменшими витратами.

**Головна мета логістики** - це доставка потрібного вантажу потрібної якості в потрібній кількості в потрібний час в потрібне місце із найменшими витратами.

Виходячи із даної мети формуються завдання логістики, які прийнято поділяти на три групи:

1. Глобальні;

2. Загальні;

3. Специфічні.

Глобальним завданням в логістиці є досягнення максимального ефекту із мінімальними затратами в умовах змінного ринкового середовища.

До загальних завдань логістики відносять:

створення інтегрованих систем регулювання матеріальних потоків;

контроль за рухом матеріальних потоків;

визначення стратегії і технології переміщення товарів;

стандартизація напівфабрикатів і упаковки;

прогнозування об'ємів продажу, виробництва та складування;

розподіл транспортних засобів;

організація післяпродажного обслуговування та ін.

специфічні завдання логістики полягають у:

створенні мінімальних запасів;

скороченні часу зберігання продукції у вигляді запасів;

скорочення часу транспортування продукції.

Відповідно до визначених завдань виділяють два види функцій логістики:

1. Оперативні;

2. Координаційні.

Оперативний характер функцій логістики пов'язаний безпосередньо з операціями, які забезпечують рух ТМЦ в сфері постачання, виробництва та розподілу:

в сфері постачання- це: управління рухом сировини, матеріалів і готової продукції від постачальника до виробничого підприємства, складів чи сховищ;

в сфері виробництва - це: управління запасами на кожній стадії виробничого процесу, а також переміщення готової продукції на оптові склади та роздрібні ринки збуту;

в сфері розподілу продукції - це: формування та використання каналів розподілу готової продукції по яких вона потрапляє від виробників до кінцевих споживачів.

Координаційні функції логістики полягають у врівноваженні попиту і пропозиції. До них відносяться: виявлення і аналіз потреб в матеріальних ресурсах на кожному етапі виробництва; аналіз ринкового середовища підприємства; обробка замовлень на готову продукцію. Виконання координаційних функцій логістики базується на попередньому оперативному плануванні і покликане забезпечити чітку і злагоджену роботу всіх ланок підприємства.

В загальному вираженні функції логістики відіграють важливу роль в усій економічній системі. Завдяки їх реалізації відбувається оптимізація діяльності підприємств, покращення їх фінансових результатів. Зважаючи на це, на логістичну діяльність часто покладають системоутворюючу, інтегруючу, регулюючу та результуючу функції, що притаманні усім виробничогосподарським системам.

Цьому сприяє формування цілісної системи логістичних принципів. Такі принципи є початковими положеннями, на основі яких здійснюється побудова і функціонування логістичних систем. До них належать: о

**Принцип системності** припускає формування інтегрованої системи управління матеріальними потоками у рамках виробничо-збутової системи. Дозволяє розробку і здійснення на практиці єдиного технологічного процесу виконання виробничих замовлень на стадіях закупівлі, виробництва і збуту продукції.

**Принцип зворотного зв'язку** передбачає, що цілі і завдання логістичної системи визначаються вимогами ринку, відповідно до яких встановлюються масштаби і асортимент продукції, формуються замовлення на матеріали, визначається величина поточного і необхідного запасу тощо. Даний принцип створює основу для функціонування складського господарства.

**Принцип оптимальності** полягає в досягненні такої узгодженості стадій процесу руху товару і дій учасників, при якій забезпечується найбільша ефективність функціонування підприємства як цілісної виробничо-збутової системи.

**Принцип гнучкості** припускає високу здатність логістичної системи пристосовуватися до умов її функціонування і специфічних запитів споживачів. Реалізація цього принципу вимагає проведення роботи по прогнозуванню розвитку подій та розробці адекватних до їх динаміки дій.

**Надійність постачань** як принцип логістики припускає створення таких організаційно-економічних умов, які забезпечували б безперебійне постачання підприємства необхідними матеріальними ресурсами і безумовне виконання графіку постачань готової продукції. На дотриманні цього принципу відбувається синхронізація усіх стадій руху, що дозволяє координувати здійснення логістичних операцій та регулювати розмір запасів на усіх стадіях руху ТМЦ.

**Принцип комп'ютеризації** полягає в тому, що усі логістичні функції і процес руху товару в цілому повинні виконуватися з максимальною мірою автоматизації, яка дозволяє здійснювати ефективний контроль за пересуванням матеріалів, накопичувати інформацію про наявність напівфабрикатів, розраховувати необхідні параметри товаропровідних систем тощо.

### **3. Передумови, причини та етапи становлення логістики**

Сучасної наукою виділяються три етапи становлення та розвитку логістики:

**Перший етап** - 1960-і роки, характеризується використанням логістичного підходу до управління матеріальними потоками у сфері обігу. Основна особливість першого етапу - інтеграція транспортно-складського процесу. У цей етап починають реалізовуватися два ключові положення:

- існуючі окремо потоки матеріалів, їх зберігання, транспортування, складування взаємосвязиваються єдиною системою управління;
- в основі інтеграції окремих функцій фізичного розподілу матеріалів та готової продукції лежить економічний ефект.

На першому етапі становлення логістики як наукового напрямку транспортно-складської процес набуває тісні взаємні зв'язки. Вони починають працювати на один економічний результат за єдиною системою, єдиною технологією і єдиним графіком. Тара, в якій перевозиться вантаж, вибирається

тепер з урахуванням застосовуваного транспорту; у свою чергу, вид вантажу, що перевозиться (контейнери, зерно, ліс і т.п.) визначає вибір транспорту (контейнеровози, закриті та відкриті вагони та ін.)

**Другий етап** в розвитку логістики припадає на 1980-ті роки ХХ ст. У цей період в орбіту логістичної інтеграції включається і виробничий процес: виробничий цех, склад готової продукції, транспорт. Всі вони починають працювати як єдиний злагоджений механізм.

Характерні риси другого етапу:

- зростання вартості фізичного розподілу;
- необхідність участі менеджерів, що здійснюють управління логістичними процесами;
- планування в області розвитку логістики;
- використання комп'ютерів для контролю за логістичними процесами;
- різке скорочення неліквідних запасів сировини, приладів, обладнання на складах, у цехах, у відділах;
- раціоналізація заходів по зменшенню вартості просування матеріального потоку від виробника до споживача.

Як бачимо, із перерахованих характерних рис другого етапу тут до складування і транспортування підключається планування, використовується професіоналізм менеджерів. Комп'ютерна техніка дозволяє в кінцевому рахунку скоротити непотрібні запаси, поліпшити використання наявного устаткування і транспорту, скоротити фінансові витрати.

**Третій етап** відноситься до теперішнього часу. Його характерні особливості:

- сукупність учасників логістичного процесу Набуває цілісний характер: сировина - транспорт - виробництво-продукція - транспорт - споживач;
- сучасні комунікаційні технології, що забезпечують швидке проходження інформаційних потоків, дозволяють здійснювати моніторинг усіх фаз руху продукту від первинного джерела сировини до кінцевого споживача;
- до учасників логістичного процесу все більшою мірою починають приєднуватися галузі, зайняті наданням послуг: страхування, торгівля нерухомістю, туризм.;
- вдосконалюється і розвивається методологічний апарат логістики; • з'являються фундаментальні зміни в організації та управлінні ринковими процесами у всій світовій економіці. Розвиток логістичного методу іде тепер за наступними напрямками:
- вдосконалення методів вирішення логістичних завдань;
- моделювання в логістиці;
- використання принципів системного підходу;
- використанню новітніх технологій з управління інформаційними потоками на всьому шляху проходження матеріальних і фінансових потоків.

#### **4. Логістика в туризмі**

На даному етапі розвитку економіки послуг у світі та Україні зростає потреба оптимізації туристичного продукту. Як для суб'єктів так і для об'єктів бізнесу, вони приносять чималий дохід, а розумне розширення туристичної сфери,

розвиток шляхів та логістичних функцій дозволить покращити результати цього сектору економіки. Туризм потребує сталості економічного становища та нових методів і моделей розвитку. Тенденції конкурентоспроможності туристичної діяльності вимагають максимізації якості пропонованих нею послуг та мінімізації затрат, підвищення рівня соціального ефекту для трансформації туристичного ринку послуг з «ринку продавця» у «ринку покупця».

На даному етапі туризм має багато проблем, як економічних так і соціально-політичних, але незважаючи на це функціонує і розвивається, переносить всі несталі становища та йде на ризики пов'язані з їхнім розв'язанням. В перспективі логістика туризму: покращить якість туристичного продукту, максимізує очікуваний рівень комфорту: стан номерного фонду, меблів, інвентарю, предметів санітарно-гігієнічного призначення, наявність і стан підприємств харчування, будинку, під'їзних колій, облаштованість прилягаючої до готелю території, інформаційне забезпечення і технічне оснащення і т. д. для «покупців» та мінімізує затрати, але тим самим максимізує прибуток для «постачальників» туристичного продукту, за допомогою наближення надаваних послуг до міжнародного рівня.

Сучасний світ створює нові та досконаліші процеси, що полегшують управління й підвищують ефективність роботи туристичних провайдерів. Доцільно враховувати вплив глобальних факторів на здійснення логістичних туристичних процесів.

Слід відмітити, що термін «логістика туризму» та «туристична логістика», по значенню майже ідентичні, а в літературі частіше зустрічається, саме термін, «логістика туризму».

Логістика є системою, яка містить функціональні області, кожна з яких вирішує певні проблеми, в неї входять:

1. Інформація - планування турів, обробка замовлень.
2. Перевезення туристів - вибір виду транспорту та компанії-перевізника.
3. Кадри, які обслуговують туристів.

4. Обслуговуюче виробництво - підрозділи логістики, які обслуговують процес формування туру і надання послуг споживачеві. Виробничі потужності та економічна пристосованість туристського підприємства мають актуальне значення для функціонування логістичної системи оскільки вона поєднує в собі логістику транспортування, управління запасами і складування, основним її завданням стоятиме планування, управління та фізичне перевезення туристів, сировини, виробів, обладнання в супроводі необхідного для цього інформаційного потоку для мінімізації транспортних витрат і просторово-часової оптимізації.

Туристична дестинація - це географічна територія, що має деякі межі і володіє певною привабливістю для туристів. Вихідним моментом вдосконалення управління туристичної дестинації виступає моніторинг взаємозв'язку факторів, що впливають на стан і перспективи розвитку туризму в країні і в світі. Однак у практиці управління туризмом такий моніторинг має обмежений характер внаслідок недостатнього обсягу інформації та досліджень у області логістики

туризму, а значить, відбір і аналіз істотних факторів управління розвитком туризму стають досить актуальними.

Процес забезпечення конкурентоспроможності туризму на світовому туристичному ринку не є можливим без впровадження механізмів збору, обробки, аналізу і підготовки інформації про сучасні тенденції зовнішнього середовища та їх можливого впливу на функціонування, тобто без моніторингу ринку. Результати такого системного дослідження є визначальними не лише в оцінці сильних і слабких сторін діяльності дестинації, щодо загроз і позитивних можливостей впливу його середовища (Swot-аналіз), а й для створення бази для обґрунтування тривалості сезонів туристичного обслуговування, сегментації туристичного ринку, оптимізації асортименту туристичних продуктів, а також швидкого реагування на споживчий попит.

Розглянемо статистику туризму і його логістичні прояви в нашій країні. В даний час знайти докладні дані про той чи іншого туроператора і тур агента України неproblemатично, ця інформація є відкритою для населення, станом на 29.06.10: турагенти України - 72%, туроператори України - 28%, всього - 7887 (за даними Державної служби по туризму та курортів).

Володіння повною, достовірною, актуальною та оперативною інформацією надає ринкових переваг, знижує фінансовий ризик, ефективно підтримує прийняття рішень.

Враховуючи те, що туристичні підприємства представляють мікрологістичні системи, які мають безліч зв'язків з різнорівневими туристичними організаціями та підприємствами, то можна стверджувати, що всі інші логістичні рівні виступають для них в якості середовища їх діяльності, яка формує умови їх функціонування.

Найбільш поширеним підходом до управління якістю туристичних послуг виступає система ISO «9000» (International Organization for Standardization), яка дозволяє уніфікувати державні стандарти туристичних послуг відповідно до загальноприйнятих міжнародних норм, а також створити умови для високоякісної діяльності.

Діяльність суб'єктів туристичного бізнесу ускладнена нероздільністю виробництва та споживання туристичних послуг, що вимагає забезпечення не тільки синхронізації руху туристів, а й інших потоків. Заради задоволення таких вимог доцільно користуватися системою «Kanban» - технологічного логістичного підходу, який залежно від коливань туристичного попиту забезпечує своєчасне виробництво туристичного продукту дестинації належної кількості та якості у встановлений час шляхом ефективного управління всіма потоками дестинації.

На думку одеської вченої Фролової Л. для визначення та управління ефективністю діяльності суб'єктів господарювання доцільно скористатися BSC-моделлю (balanced scorecard system - система збалансованих показників), що дає «інтегрований набір фінансових і нефінансових показників, які дозволяють оцінити діяльність підприємства з виділенням 4 напрямків, а саме, взаємовідносин з клієнтами, внутрішніх процесів діяльності, фінансів, інновацій розвитку та підготовки товарів». Саме вона дозволяє розширювати можливості

управління туристичної дестинації при застосуванні не тільки фінансових показників при оцінці результатів її діяльності.

Таким чином, розроблений механізм обґрунтування вибору підходів та методів логістичному розвитку туристичної дестинації є основою побудови оптимальної моделі стратегічного управління нею. Побудова туристичних кластерів на засадах логістики здатна забезпечити не тільки максимізацію кількості та якості ресурсів для виробництва туристичного продукту, а й скласти основу ефективного регіонального управління туристичною сферою.

### **5. Використання логістики в управлінні туристичним підприємством**

У виробничій діяльності проблематика логістики з'явилася у 60-х роках, а широкого використання набула в середині 80-х років ХХ ст. Спочатку її впроваджували виробничі підприємства, а нині все частіше йдеться про логістику стосовно підприємств, які надають послуги, у тому числі туристичні.

Логістика належить до макроекономічного і мікроекономічного укладу. У першому трактуванні під логістикою розуміють процес управління ланцюгом постачання, тобто діяльність, яка стосується надходження матеріалів (товару) від його первинного джерела, через усі посередні ланки, аж до вигляду" який призначений для споживання кінцевим клієнтом.

Наприклад, початком логістичного ланцюга для печива, яке пропонується у гастрономічному закладі, буде виробник зерна, який надасть його для подальшої переробки на борошно, а останньою ланкою буде кав'ярня, де печиво запропонують клієнтам. У цьому розумінні підприємство є лише однією з ланок ланцюга постачання, в управлінні якого бере участь багато організацій. Ефективність цього управління визначається прагненням кожної ланки ланцюга до максимізації користі, що зумовлює його інтеграцію.

Друге трактування означає управління логістикою і створення логістичної системи в межах окремого підприємства з урахуванням його відносин з оточенням (з постачальниками і споживачами). У цьому випадку управління стосується логістичного ланцюга, який створюється в межах певного виробничого укладу - підприємства, який охоплює діяльність, пов'язану з пошуком сировини, її трансформацією у готові продукти і доставку до споживачів.

Наприкінці 60-х років минулого століття на Заході була сформульована концепція бізнес-логістики як інтегрального інструменту менеджменту. Основний зміст концепції: «Логістика - менеджмент усіх видів діяльності, що сприяють руху й координації попиту і пропозиції на товари у визначеному місці та в заданий час».

Суть концепції логістики полягає в управлінні (плануванні, організації та контролі) матеріальними, інформаційними та іншими потоками, орієнтованому на ефективне використання потенційних можливостей, засобів і зусиль для вирішення комплексу завдань щодо фізичного переміщення продукції всередині підприємства та у зовнішньому середовищі для задоволення потреб споживачів<sup>3</sup>.

Логістика - широкий діапазон діяльності, пов'язаний з ефективним рухом продуктів від кінця виробничої лінії до покупця, у деяких випадках включаючи рух сировини від джерела постачання до початку виробничої лінії. Ця діяльність



охоплює транспортування, складування, обробку матеріалів, захисну упаковку, контроль запасів, вибір місця знаходження виробництва і складів, замовлення на виробництво продукції, прогнозування попиту, маркетинг і обслуговування споживачів.

У літературі можна знайти багато визначень поняття логістичного управління, однак найбільш точна і узагальнена дефініція була сформульована в американській інституції під назвою Рада логістичного менеджменту (СЪМ). Вона визначає логістичне управління як процес, що охоплює планування, впровадження і контроль та відбувається у налагоджений і ефективний спосіб стосовно надходження і зберігання сировини, засобів незавершеного виробництва, готових виробів, послуг, відповідної інформації від місця їх виникнення до кінцевого пункту з метою якнайкращого пристосування до потреб клієнта та їхнього задоволення<sup>1</sup>. Це цілісний процес, який охоплює предмет забезпечення (матеріали, вироби, обладнання, спорядження), діяльність (визначення потреб, доставка) і функції (планування, організації, виконання і контролю).

Визначення логістичного менеджменту наводить В. Пономаренко. Він стверджує, що це поняття охоплює персонал та матеріальну базу підприємства, визначає порядок перетворення персоналом вихідних ресурсів на кінцевий продукт.

Узагальнюючи наведені визначення, необхідно звернути увагу на характерні ознаки логістики у сфері послуг, у тому числі ті, які можуть бути ідентифіковані з туризмом. Отже, логістика туризму означає системне планування, координацію і контроль за реальними процесами переміщення і розміщення людей і/або благ у часі й просторі у системі, яка створена для досягнення визначених цілей. Тут наголошується на системному характері туристичної логістики, інтеграції окремих її складових ланок у єдиний механізм, який здатний швидко адаптуватися до змін внутрішнього і зовнішнього середовища туристичного підприємства з метою отримання максимального економічного ефекту.

Щодо логістики туристичної фірми необхідно звернути увагу на напрями діяльності, у межах яких функціонує підприємство. Важливо окреслити чітку картину функціонування, в якій буде врахована впорядкованість процесів, які там відбуваються, і зазначено спільний простір як для підприємства, так і для логістики. Логістизація має охопити кожне туристичне підприємство як складову логістичних систем і ланцюгів не лише у туристичній сфері, а й усьому господарському комплексі країни і світу. Адже логістичне управління туристичною діяльністю - це цілеспрямований вплив на узгодження і синхронізацію процесів формування потоків туристів та їх обслуговування. Звідси виникає необхідність розроблення практичних механізмів узгодження просторово-часової послідовності руху туристів і туристичного продукту за кожною ланкою логістичного управління туристичним бізнесом.

Серед елементів логістичного ланцюга можна назвати: концепцію логістичного управління, туристичну інфраструктуру, інформаційні потоки (електронна пошта, IP-телефонія, Skype, Інтернет тощо), транспортні підсистеми

(авіаційні, автобусні, залізничні, поромні та ін.). Інтегрований логістичний ланцюг управління туризмом забезпечує синхронізацію у часі й просторі переміщення туристів та їх обслуговування. Тому парадигмою інтегральної логістики є об'єднання процесів формування туристичних потоків з їх обслуговуванням. Лише об'єднання логістичних функцій туристичного бізнесу в єдиний об'єкт управління на основі маркетингу і новітніх інформаційно-комунікаційних технологій забезпечить оптимізацію витрат та отримання економічного та соціального ефекту.

Отже, поняття логістики у сфері туристичних послуг можна визначити як стратегічне і оперативне управління функціями постачання, збереження і транспортування у туристичних підприємствах, метою яких є надання клієнтам послуг очікуваної якості, у відповідному часі й місці, за мінімальних витрат реалізації цих функцій. Логістичне управління туристичними послугами полягає в плануванні, виконанні й контролі якості з урахуванням потреб, можливостей і способів їх надання на шляху від виробника до кінцевого споживача. Необхідність переміщення туристів до місць надання їм послуг підкреслює значущість логістики, яка дає змогу краще задовольняти потреби туристів та забезпечує ефективнішу діяльність туристичних підприємств.

## **12. Інформаційні системи інноваційних технологій в туризмі**

1. Поняття про інформаційні технології.
2. Класифікація інформаційних технологій.

### **1. Поняття про інформаційні технології.**

Інформаційні технології змінили не тільки спосіб роботи – вони змінили спосіб ділового стратегічного мислення.

Сьогодні нова техніка й технології застосовуються не тільки для автоматизації збору й обробки даних, але й для реалізації нових ідей, нових способів одержання конкурентної переваги. Розподілені інформаційні системи й мережні технології звузили мир до розмірів робочого стола й екрана монітора, безмежно збільшивши ділові можливості за рахунок швидкого й простого доступу до величезних обсягів інформації й інструментам роботи з нею.

Щорічно термінологія в області ІТ поповнюється новими поняттями, аббревіатурами й т.п., тому тут наводяться лише визначення самого загального характеру.

Сам термін інформація походить від латинського слова *information* — «роз'яснення, освідомлення, виклад». Поняття «інформація» досить широко використовується у звичайному житті сучасної людини, тому кожний має інтуїтивну уяву про те, що це таке. Але коли наука починає застосовувати загальновідомі поняття, вона уточнює їх, обмежує використання терміна строгими рамками його застосування в конкретній науковій області. Так, **поняття інформації**, стаючи предметом вивчення багатьох наук, у кожній з них конкретизується й збагачується.

**Термін інформатизація** може розшифровуватися як ефективне використання суспільством інформації й засобів обчислювальної техніки у всіх

сферах діяльності, як комплекс заходів, спрямованих на забезпечення повного й своєчасного використання достовірних знань в усіх суспільно значимих видах людської діяльності. Основна мета інформатизації — забезпечення вирішення актуальних проблем суспільства, задоволення попиту на інформаційні продукти й послуги. Важливість інформатизації підкреслюється її місцем в "концепції чотирьох I", тобто інформатизація, інтелектуалізація, інтеграція й індивідуалізація.

Під інтелектуалізацією розуміється створення й використання систем, що вирішують інтелектуальні завдання (нагромадження знань і висновки нових, розпізнавання образів, спілкування з користувачем природною мовою і т.д.). Інтеграція припускає комплексний розв'язок наукових, технічних і соціальних завдань із метою розвитку суспільства. Індивідуалізація проявляється в розвитку сегмента функціональних і особистісних послуг у всіх сферах людської діяльності.

**Термін технологія** з'явився від грецького *teche + logos*, тобто «майстерність + навчання». У виробничому процесі під технологією розуміють систему взаємозалежних способів обробки матеріалів і виготовлення продукції.

У загальному випадку **технологія** — це **правила дії** з використанням яких-небудь засобів, які є загальними для цілої сукупності завдань або заданих ситуацій. Якщо реалізація технології спрямована на вироблення керуючих впливів, то це технологія керування.

Бізнес — це, по визначенню, гра з багатобічною стратегією, а в такій грі немає й бути не може заданих єдино правильних ходів.

Робота з інформацією й інформаційна культура в цілому є одним з найважливіших компонентів спроб компанії управляти змінами. Є три принципові причини, у силу яких менеджер сьогодні повинен опікуватися про інформаційну культуру своєї компанії.

По-перше, вона усе більше й більше стає найважливішою частиною загальної організаційної культури. Усе більше компаній розуміють необхідність перетворень, орієнтованих на задоволення очікувань споживача. Щоб сьогодні впливати на майбутнє, потрібно уявляти собі, на що воно буде схоже. А для цього потрібно працювати з найрізноманітнішою діловою, ринковою, політичною, технологічною й соціальною інформацією.

По-друге, інформаційні технології уможливають створення в компаніях комп'ютерних мереж, за допомогою яких іде спілкування між менеджерами, - але важливо знати, як люди використовують цю інформацію. Саме по собі створення такої мережі з усіма її робочими станціями й мультимедійними можливостями не гарантує того, що інформація буде використовуватися більш розумно й більш ефективно.

По-третє, для різних функціональних служб, підрозділів і робочих груп інформаційна культура різна, а це означає відмінність підходів до процесів усвідомлення, збору, організації, обробки, поширення і використання інформації. Тому багато менеджерів погодяться з тим, що корпоративна інформаційна культура важлива для вироблення стратегії і здійснення змін.

## 2. Класифікація інформаційних технологій

Функціональні компоненти – це конкретний зміст процесів циркуляції й переробки інформації.

Перш ніж використовувати ІТ, завжди слід починати з визначення мети. Потім слід спробувати провести структурування всіх передбачуваних дій, що приводять до наміченої мети (модель розв'язку завдань), і обрати необхідний програмний інструментарій.

### Ієрархічна структура полягає з етапів, дій та операцій

- **1-й рівень – етапи**, де реалізуються порівняно тривалі технологічні процеси, що полягають із операцій і дій наступних рівнів.

**Приклад 1.** Технологія створення шаблону форми документа в середовищі текстового процесора Word складається з наступних етапів:

етап 1 – створення постійної частини форми у вигляді текстів і таблиць;

етап 2 – створення постійної частини форми у вигляді кадру, де потім міститься малюнок;

етап 3 – створення змінної частини форми;

етап 4 – захист і збереження форми.

- **2-й рівень – операції**, у результаті виконання яких буде створений конкретний об'єкт в обраній на 1-м рівні програмному середовищі.

**Приклад 2.** Як слід розуміти операцію інформаційної технології? Розглянемо етап 2 технології створення постійної частини форми документа у вигляді кадру (для малюнка) у середовищі текстового процесора Word, який складається з наступних операцій:

операція 1 – створення кадру;

операція 2 – настроювання кадру;

операція 3 – впровадження в кадр малюнка.

- **3-й рівень – дії** – сукупність стандартних для кожного програмного середовища заходів роботи, які приводять до виконання поставленої у відповідній операції мети. Кожна дія змінює зміст екрана.

**Приклад 3.** Як слід розуміти дія інформаційної технології? Розглянемо операцію 3 - впровадження в кадр малюнка в середовищі текстового процесора Word, яке складається з наступних дій:

дія 1 – установка курсору в кадр;

дія 2 – виконання команди ВСТАВКА, Малюнок;

дія 3 – установка значень параметрів у діалоговому вікні.

- **4-й рівень – елементарні операції** по керуванню мишею й клавіатурою.

**Приклад 4.** Як слід розуміти елементарну операцію інформаційної технології? Нею може бути: уведення команди, натискання правої кнопки миші, вибір пункту меню й т.п.

Необхідно розуміти, що освоєння інформаційної технології й подальше її використання повинні звестися до того, що ви повинні : спочатку добре опанувати набір елементарних операцій, число яких обмежено. Із цього обмеженого числа елементарних операцій у різних комбінаціях складається дія, а з дій, також у різних комбінаціях, складаються операції, які визначають той або

інший технологічний етап. Сукупність технологічних етапів утворює технологічний процес (технологію).

Примітка. Технологічний процес необов'язково повинен складатися із усіх рівнів, наведених на рисунку 1.2 Він може починатися з будь-якого рівня й не включати, наприклад, етапи або операції, а містити тільки дії.

Для реалізації етапів технологічного процесу можуть використовуватися різні програмні середовища.

### **13. Міжнародна співпраця та організації в туризмі**

1. Міжнародні туристичні організації.
2. Регіональні туристичні організації.
3. Національні туристичні організації.
4. Регулювання туристичної діяльності в світі.
5. Договори, конвенції, декларації міжнародних туристичних організацій.
6. Міжнародні акти, що регулюють туристичну діяльність.
7. Україна у сфері міжнародного туризму.

#### **1. Міжнародні туристичні організації**

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

Туристичні організації можна класифікувати за такими ознаками:

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

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

**Всесвітня туристська організація вперше була створена як Міжнародний конгрес офіційних туристських асоціацій у 1925 р. у Гаазі. Після Другої світової війни організацію перейменували на Міжнародний союз офіційних туристських організацій, а її штаб-квартиру перевели у місто Женева,**

Швейцарія. Міжнародний союз був технічною неурядовою організацією, до складу якої на піку її діяльності входили 109 національних туристських організацій і 88 асоційованих членів, у тому числі ті, що представляли приватні і громадські групи.

По мірі того як туризм розвивався і ставав невід'ємною частиною сучасного життя, зростало його міжнародне значення, і національні уряди почали відігравати усе більшу роль – їх діяльність охоплювала все ширший діапазон проблем від інфраструктури до функцій регулювання.

До середини 1960-х років стало зрозуміло, що необхідно створювати більш ефективний інструмент, здатний контролювати розвиток туризму і забезпечувати роботу міжурядового механізму, призначеного для регулювання переміщення громадян, туристської політики і впливу туризму. У 1967 р. члени Міжнародного союзу офіційних туристських організацій закликали до перетворення його в міжурядовий орган, уповноважений вирішувати у глобальному масштабі усі пов'язані з туризмом питання і співробітничати з іншими компетентними організаціями, особливо з тими, що входять до структури ООН, такими як Всесвітня організація охорони здоров'я, ЮНЕСКО чи Міжнародна організація цивільної авіації.

**У грудні 1969 р. Генеральна асамблея ООН ухвалила відповідну резолюцію, у якій визнавалась вирішальна і центральна роль, яку перетворений Міжнародний союз офіційних туристських організацій має відігравати у галузі туризму спільно з існуючим в межах ООН механізмом.** На виконання цієї резолюції у травні 1974 р. статутні документи ВТО були ратифіковані державами, офіційні туристські організації яких входили у Міжнародний союз.

Таким чином, Міжнародний союз офіційних туристських організацій був перетворений у Всесвітню туристську організацію, перша асамблея якої відбулась у **Мадриді** у травні **1975 р.** Секретаріат Організації розмістили у Мадриді на початку наступного 1976 р. на запрошення іспанського уряду, який надав приміщення для штаб-квартири.

У 1976 р. ВТО отримала статус виконавчого агента Програми розвитку ООН (ПРООН), а у 1977 р. була підписана офіційна угода між ВТО і власне ООН. У 2003 р. ВТО отримала статус спеціалізованого агентства ООН і, таким чином, підтвердить свою провідну роль в сфері міжнародного туризму.

#### **I. Всесвітня туристична організація – ВТО (World Tourism Organization).**

Всесвітня туристична організація сьогодні найвідоміша і найбільш визнана у туристичному світі. Вона була **заснована 2 січня 1975 р.** шляхом перетворення неурядового Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій (МСОТО) в Міжурядову організацію, діючу під патронатом ООН. На сьогодні її дійсними членами є більш як 105 країн, декілька асоційованих і більш як 150 приєднаних членів (туристичні фірми, авіакомпанії, міжнародні організації тощо).

Статут ВТО було прийнято 27 вересня 1975 року. Починаючи з 1980 р., ця дата відзначається як Всесвітній день туризму. Щорічно Всесвітній день туризму проводиться за визначеним девізом. Кожні чотири роки ВТО скликає Генеральні

асамблеї, між якими працює виконком Генеральної асамблеї WTO. Штаб-квартира WTO знаходиться у місті Мадрид (Іспанія).

Цілями WTO є:

- e. прискорювати і розширювати сприяння туризму (міжнародного і внутрішнього) миру, взаєморозумінню, здоров'ю і добробуту людей у цілому світі;
- f. допомагати людям мати доступ до освіти і культури під час подорожей;
- g. покращувати стандарти проживання і перебування у менш розвинутих районах світу через допомогу в забезпеченні необхідною матеріально-технічною базою для іноземного туризму і розвитку транспортних мереж, що з'єднують з даними регіонами;
- h. розширювати можливості країн, які приймають туристів, і тим самим робити внесок в їхню економіку;
- i. виступати у ролі міжнародного агентства координації і співробітництва між країнами;
- j. надавати послуги членам найбільш значимих для ради національних організацій у галузі туризму;
- k. визначити теми пленумів і засідань, а також здійснювати координацію туристичних інтересів країн-учасниць, враховуючи як національні туристичні організації, так і професійні сектори та організації, що представляють інтереси подорожуючих;
- l. встановлювати постійний взаємозв'язок між різними об'єднаннями туроператорів;
- m. реалізувати все вищезазначене найбільш дієвим шляхом.

У цілому діяльність WTO концентрується на інформативному просуванні туризму, розширенні його значимості і переваг небезпечності, а також створенні нової матеріально-технічної бази. Організація намагається упорядкувати діяльність різних націй в туризмі шляхом розробки і впровадження визначених принципів у галузі міжнародного туризму.

Унікальна позиція WTO дозволяє їй виконувати спеціальні проекти по просуванню туризму. Приклади таких проектів – «Шовковий шлях» і «Шлях невільників», які реалізують спільно з ЮНЕСКО.

**Проект «Шовковий шлях».** Цей проект, започаткований у 1994 р., спрямований на відродження у рамках туризму давнього торгового караванного маршруту, що пересікав Азію від Східного Китаю до Середземного моря. 22 країни об'єднали свої зусилля для реалізації цього проекту: Японія, Республіка Корея, Корейська Народно-Демократична Республіка, Китай, Казахстан, Киргизстан, Монголія, Росія, Сирія, Пакистан, Узбекистан, Таджикистан, Туркменістан, Іран, Італія, Ізраїль, Вірменія, Азербайджан, Туреччина, Грузія, Греція і Єгипет. Спільно вони організовували ознайомчі поїздки, видали спеціальну брошуру, відзняли відеофільм, провели низку заходів на найбільших туристських ярмарках.

**Проект «Шлях невільників».** Проект почали реалізовувати в 1995 р. в межах оголошеного ООН Міжнародного року толерантності. Його мета –

стимулювання розвитку культурного туризму в західноафриканських країнах, а безпосереднє завдання – реставрація пам'ятників, збагачення історичних музеїв і організація на спрямовуючих ринках спільних рекламних кампаній, які дозволили б відвідувачам познайомитися з історією цих країн і відродили інтерес до їх відвідання. У майбутньому передбачається розширення проекту і залучення до нього інших держав Південної і Східної Африки, а також Карибського регіону.

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

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

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

IATA - це сприяння переміщенню людей, пошти і вантажів з однієї точки світу в іншу, використовуючи різноманітні комбінації маршрутів повітряної мережі. Резолюції, прийняті на транспортних конференціях IATA, стосуються не тільки квитків, а й шляхових листів, документів на вантаж, а також інших подібних паперів. Ці резолюції уніфікують та координують процедури розрахунків і дозволяють прискорити бронювання й зв'язок між авіакомпаніями. Організація також створила та опрацювала жорсткий список тарифів і маршрутів. При її сприянні стало можливим з'єднання повітряних мереж багатьох приватних авіакомпаній в єдину систему, яка функціонує на користь подорожуючих.

Встановлення тарифів - одна з найважливіших складових роботи IATA. Необхідність погодження тарифів серед усіх авіакомпаній-членів IATA - це одночасно і політика, і практика, оскільки всі тарифи міжнародних авіакомпаній контролюються урядами країн-власників авіакомпаній. Кожна країна - господар свого повітряного простору, може заборонити або дозволити переступити межі своєї території і поставити умови, які її влаштовують.

Конференції IATA проводяться після того, як уряди країн-членів організації наважуються на взаємовигідні домовленості щодо становлення тих перевізників, які надалі будуть обслуговувати їхні території. Транспортні конференції IATA, безумовно, є дуже важливими для урядів країн-членів IATA. Плюс до того - всі правила, встановлені Асоціацією, повинні бути схвалені урядами всіх країн-учасниць.

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



Для того, щоб стати членами IATA й учасником конференції, авіакомпанії необхідно мати сертифікат, який підтверджує регулярність перевезень цієї авіакомпанії, виданий урядом країни, що підходить для членства Міжнародній організації цивільної авіації (ICAO). IATA є членом ICAO. Послуги з акредитації туристичних агентств при Асоціації надаються Корпорацією пасажирських послуг (Passenger Network Services Corporation - PNS).

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

1. Північна і Південна Америка та частина Тихоокеанського регіону на схід від міжнародної лінії поділу дат.

2. Європа, Африка і Близький Схід.

3. Азія, Австралія і частина Тихоокеанського регіону на захід від міжнародної лінії поділу дат.

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

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

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

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

- p. забезпечувати безпеку та контролювати зростання і розвиток міжнародної цивільної авіації в усьому світі;
- o. підтримувати і заохочувати процеси створення та використання повітряних засобів з врахуванням охорони навколишнього середовища;
- p. підтримувати і заохочувати створення повітряних коридорів, аеропортів та різноманітних зручностей, умов для потреб міжнародної цивільної авіації;
- q. краще виконувати основні вимоги людей до авіатранспорту: безпека, якість обслуговування, регулярність рейсів, економічність;

- г. заохочувати економічні методи запобігання необгрунтованої конкуренції поміж авіакомпаніями різних країн;
- с. переконуватись в тому, що права країн-учасниць ІСАО повністю виконуються і що кожна країна має реальну можливість володіти й управляти міжнародною авіакомпанією;
- т. уникати дискримінацій між країнами-членами ІСАО;
- у. пропагувати безпеку польотів;
- в. сприяти розвитку міжнародної цивільної авіації.

На сьогоднішній день членами ІСАО є 183 держави. ІСАО співпрацює з такими організаціями:

Міжнародний інформаційний союз;  
 Всесвітня методологічна організація;  
 Міжнародний союз електричних сполучень (комунікацій);

Всесвітній поштовий союз;

Всесвітня організація охорони здоров'я;  
 Міжнародна морська організація.

## **2. Регіональні туристичні організації**

Організація економічного співробітництва та розвитку, цілі ОЕСР, Азіатсько-Тихоокеанська туристична організація

### **а. Організація економічного співробітництва та розвитку – ОЕСР** (Organization for Economic Cooperation and Development - OECD).

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

- в. досягнення високих темпів безперервного економічного розвитку і зростання, а також зайнятості населення, росту рівня життя країн-членів ОЕСР шляхом контролю над фінансовою стабільністю і, як наслідок цієї діяльності,
- х. - вклад у розвиток світової економіки;

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

### **б. Азіатсько-Тихоокеанська туристична організація (Pacific Asia Travel Association - ПАТА)**

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

Робота, що проводиться цією організацією, спрямована на просування туризму за допомогою програм з дослідження, розвитку, освіти та маркетингу. РАТА має репутацію найкращого виконавця серед подібних міжнародних організацій.

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

Організаційні комітети з менеджменту, маркетингу, розробці і дослідженням реалізують програми Асоціації. Видавниче відділення оприлюднює безліч звітів, матеріалів досліджень і періодичних видань. Основне видання - "Тихоокеанські туристичні новини", щомісячний журнал з трьома регіональними виданнями, виходить тиражами 58 тис. екземплярів. Серед друкованих матеріалів 80% складають аналітичні цифрові дані та фотографії. Маркетингові зусилля РАТА спрямовані на індивідуальних туристів, подорожуючих в регіоні. Комітет також намагається розширити маркетингові навички з продажу привабливих маршрутів. Дослідницька робота РАТА знаходить своє відображення на щорічних конференціях з досліджень туризму, а також в публікаціях щорічних статистичних звітів по Тихоокеанському регіону.

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

### **3. Національні туристичні організації**

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

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

На регіональному рівні до суб'єктів управління туризмом (керуюча підсистема) відносяться Уряд України, Державна туристична адміністрація, місцеві органи влади, комітети (департаменти) по туризму та ін.

Об'єктом управління (керована підсистема) є туристичні організації, фірми, процес туристичного обслуговування громадян в даному регіоні тощо.

Управління здійснюється через циркуляцію відповідної інформації між суб'єктом і об'єктом управління.

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

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

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

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

Але сьогодні існує цілий ряд перешкод на шляху розвитку туризму в Україні, основними з яких є:

- несприятливе податкове законодавство;
- недостатня законодавча база;
- недостатня позитивна інформація для про Україну;
- бюрократія;
- недостатньо налагоджені відносини взаємодії між навчальними закладами та туристичною галуззю;
- самоізоляція туристичних агентств;
- рівень безпеки туристів;
- низький рівень сервісу;
- візово-реєстраційний режим для іноземців та затримки і перегони у місцях

перетину кордону;  
зупинки водіїв туристичних автобусів та мікроавтобусів працівниками державтоінспекції;  
нестача інвестицій;  
низький рівень інфраструктури;  
негативний імідж України;  
відсутність розробленої маркетингової стратегії.

Крім того, існує мовний бар'єр, відсутність англомовного персоналу в окремих готелях та основних місцях відвідування туристами, інструкцій з безпеки, дороговказів, карт та інших інформаційних матеріалів на різних мовах.

#### **4. Регулювання туристичної діяльності в світі**

Поняття міжнародного регулювання туристичної діяльності. Багатостороння і двостороння співпраця у сфері туризму.

Туристичні організації. Міжнародні туристичні організації. Всесвітня туристична організація (ВТО). Історія створення. Структура. Всесвітня рада з подорожами і туризму (ВТТС). Міжнародна асоціація світового туризму (МТ). Міжнародний туристичний союз (ТУІ). Міжнародний туристичний альянс (АІТ). Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку (ВАРА).

Регіональні туристичні організації. Європейська комісія з туризму (КЕТ); Європейська туристична група (ЕТАГ); Бюро організацій - членів ЛІТ у Європейському союзі (АІТ-ЕС); Асоціація з розвитку і координації європейських туристичних обмінів (АДСЕТЕ); Туристична асоціація країн Азії і Тихого океану (ПАТА); Туристична асоціація країн Східної Азії (БАТА); Федерація туристичних асоціацій країн- членів АСЕАН (ФАТА); Асоціація туристичної індустрії Америки (ТІАА); Конфедерація туристичних організацій Латинської Америки (КОТАЛ); Карибська туристична організація (КТО); Арабський туристичний союз (ЮАТ); Панафриканська туристична організація (ПАТО); Африканська асоціація подорожей (АТА) та ін.

Головними органами ООН, які займаються питаннями міжнародного туризму, є Генеральна асамблея, Економічна і соціальна рада, Секретаріат; допоміжними — регіональні економічні комісії для Європи, Азії, Африки, Америки. Деякі питання туризму належать до компетенції спеціалізованих установ, що входять у систему ООН. Найбільш активно проблемами туризму займаються:

— Організація ООН з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО), які розробляє і здійснює проекти зі збереження світової культурно-історично спадщини і розвитку туризму, проводить велику роботу з охорони та відновлення історичних місць і пам'яток, а також з підготовки кадрів запровадження технічних стандартів, обміну інформацією;

— Міжнародна організація праці, яка займається проблемами умов праці, професійного навчання, соціального забезпечення, практик наймання на роботу і взаємин між службовцями і роботодавцями, зокрема у галузі туризму;

— Продовольча і сільськогосподарська організація (ФАО), яка надає допомогу туристичним адміністраціям окремих країн у розробці проектів з використання в туризмі лісів, водних ресурсів, національних парків, інших природних об'єктів;

- Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ), яка регулює у галузі туризму міжнародні санітарні норми, спрямовані на боротьбу з поширенням інфекційних захворювань і гарантування максимальної безпеки та здоров'я міжнародних туристів і мандрівників;
- Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО), яка сприяє туризму шляхом розробки певних заходів, що спрощують необхідні формальності при організації пасажирських авіаперевезень, особливо на міжнародних лініях;
- Міжнародний банк реконструкції і розвитку (МБРР), який бере участь у фінансуванні великих туристичних проектів і співпрацює з багатьма установами ООН із проблем міжнародного туризму;
- Конференція ООН з торгівлі й розвитку (ЮНКТАД), що має спеціальне відділення, яке займається такими питаннями:
  - розробкою політики у сфері потенційних можливостей туризму;
  - оцінкою перспектив розвитку основних видів міжнародного туризму;
  - створенням статистики міжнародного туризму;
  - консультуванням і підготовкою оглядів розвитку міжнародного туризму.

Національні туристичні організації.

Інструменти регулювання міжнародної туристичної діяльності - це правові акти й офіційні документи, спрямовані на установлення визначеного порядку, норм, правил, принципів і підходів у здійсненні туристичної діяльності.

Міжнародне регулювання - це міжнародна система впливу і комплекс заходів, націлених на ефективне управління певним видом міжнародної діяльності (підтримка стабільності, її зміна, впорядкування) відповідно до визначених міжнародних принципів, норм і стандартів.

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

Міжнародні організації - це об'єднання державних і національних організацій неурядового характеру, створених для досягнення загальних цілей у певній сфері людської діяльності (у сферах політики, економіки, соціального і культурного життя, туризму та ін.). Міжнародні організації виступають як одна з важливих і найефективніших форм багатостороннього співробітництва між державами, що є їх членами.

Міжнародні конвенції - це один з видів договорів. Вони установлюють взаємні права й обов'язки держав у певній сфері людської діяльності.

## **5. Договори, конвенції, декларації міжнародних туристичних організацій**

Всесвітня декларація з прав людини (1948 р.); Міжнародний пакт з економічних, соціальних і культурних прав (1966 р.); Варшавська конвенція для уніфікації деяких правил, що стосуються міжнародних повітряних перевезень (1929 р.); Чиказька конвенція з міжнародної цивільної авіації (1944 р.) і Токійська, Гаазька, Монреальська конвенції з того самого питання; Конвенція з митного забезпечення туризму (1954 р.); Будапештська конвенція з спрощення туристичних подорожей (1976 р.); Конвенція з захисту світової культурної і

природної спадщини (1972 р.); Манільська декларація зі світового туризму (1980 р.); Софійська резолюція VI сесії Генеральної асамблеї ВТО, що прийняла Туристичний білль з прав, Хартію туризму, Кодекс туриста (1985 р.); Конвенція з прав дитини (1990 р.); Буенос-Айреська резолюція IX сесії Генеральної асамблеї ВТО з забезпечення туризму і безпеки туристів (1991 р.); Туристична декларація Світового туристичного форуму в Осаці і Всесвітньої конференції міністрів з туризму (1994 р.); Генеральна угода з торгівлі послугами (1994 р.); Каїрська резолюція XI сесії Генеральної асамблеї ВТО щодо запобігання організованому секс-туризму (1995 р.); Стокгольмська декларація проти комерційної сексуальної експлуатації дітей (1996 р.); Манільська декларація із соціального впливу туризму (1997 р.); Всесвітній кодекс етики в туризмі (1999 р.)

## **6. Міжнародні акти, що регулюють туристичну діяльність**

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

Туристичні обміни пов'язані з перетином державних кордонів, перебуванням туристів на території іноземної держави і переміщенням по ній, що є метою єдиного підходу повинні регулюватися міжнародним правом.

1963 р. – «Загальна резолюція з розвитку туризму». Прийнята на конференції ООН по міжнародному туризму і подорожам (Рим).

1980 р.- «Манільська декларація по світовому туризму». Прийнята Всесвітньою конференцією по туризму (Філіппіни).

1982 р.- «Документи Акапулько». Прийняті на Всесвітній нараді по туризму при ВТО (Мексика).

1985 р. – «Хартія туризму» і її складова частина «Кодекс туриста», Прийняті на сесії Генеральної асамблеї ВТО (Софія).

1989 р. – «Гаазька декларація з туризму». Прийнята на міжнародній конференції по туризму, що проводилася ВТО і Міжпарламентським союзом, є розвитком «Хартії туризму».

1991 р. – «Резолюція міжнародної конференції по статистиці подорожей і туризму». Проведена ВТО й Урядом Канади.

## **7. Україна у сфері міжнародного туризму**

Розширення міжнародних зв'язків відкриває нові шляхи для просування національного туристського продукту на світовому ринку, залучення до світового інформаційного простору, передового досвіду організації туристської діяльності.

**Геостратегічна роль України** як з'єднувальної ланки між Північчю і Півднем Європи, між Європою і країнами Кавказу очевидна.

Це - демократичний вибір і послідовність у проведенні реформ, активний розвитку дво- й багатостороннього співробітництва як з усіма європейським державами, так і з провідними інституційними структурами та економічними об'єктами.

Україна відкрита для міжнародного туристського співробітництва, яке повною мірою віддзеркалює загальноєвропейські інтеграційні політичні й соціально-економічні процеси, враховує основні загальнонаціональні пріоритети.

Виходячи з національних інтересів, **міжнародна туристська політика України багатовекторна**, реалізується на засадах економічної доцільності й взаємовигідної співпраці з конкретною країною або регіоном, враховує особливості певного туристського ринку.

Має місце цілеспрямована діяльність з розвитку міжнародних туристських зв'язків.

**Першочерговим напрямком діяльності** у цій сфері є розбудова договірно-правової бази зовнішніх відносин, укладання міжнародних угод міжурядового та міжвідомчого характеру про співробітництво в галузі туризму.

**Перевага і далі надаватиметься** встановленню договірних відносин з країнами, що є перспективними для України туристськими ринками, вивченню та впровадженню практики створення нормативно-правової бази туризму, організаційних засад функціонування високорентабельної туристської індустрії, прогресивного досвіду державного регулювання та стимулювання галузі.

**Створення і діяльність спільних міжурядових комісій** з питань економічного та науково-технічного співробітництва є дієвим фактором реалізації міжнародних договорів у сфері туризму.

Активно розвивається співпраця у складі численних спільних міжурядових комісій з питань економічного та науково-технічного співробітництва, особливо з країнами, з якими створено правову базу співробітництва, метою є формування в їх межах робочих груп по туризму.

**Реалізуючи положення укладених міжнародних угод** про співробітництво в галузі туризму, **створюються міжвідомчі** робочі групи з туризму, регулярно проводяться їх засідання з метою **аналізу та вирішення поточних проблем двостороннього співробітництва**, визначення шляхів активізації туристських обмінів.

Так, вже створено **українсько-турецьку спільну комісію з питань співробітництва у сфері туризму**, змішану **українсько-польську комісію** з питань туризму, плідно розвиваються взаємовідносини в галузі туризму в рамках **міжурядових українсько-узбецької, українсько-грецької, українсько-кубинської, українсько-австрійської, українсько-баварської, українсько-німецької, українсько-словацької, українсько-словенської, українсько-латвійської, українсько-в'єтнамської, українсько-російської, українсько-угорської спільних комісій.**

Створено **робочі групи з туризму в складі зазначених міжурядових органів**, зокрема українсько-австрійської, українсько-німецької, українсько-латвійської та українсько-болгарської спільних комісій.

Безумовною складовою міжнародних зв'язків є **розвиток інституційного співробітництва.**



Через безпосередню участь у діяльності світових і міжнародних структур усіх рівнів практично реалізуються договірні відносини, **активізується входження України в світовий туристський простір.**

Можливості використання **організаційно-фінансових механізмів міжнародних органів** для підвищення економічної ефективності національної туристської галузі важко переоцінити.

У жовтні 1997 р. на 12-й сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристської організації (ВТО), що відбулася у м. Стамбулі (Туреччина), **Україна стала Дійсним членом цієї організації.**

А вже через два роки, у вересні 1999 р. на 13-ій сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристської організації, що проходила у м. Сантьяго (Чілі) **Україну було обрано до Виконавчої ради ВТО.**

*Членство України у Всесвітній туристській організації, що є головною міжнародною міжурядовою організацією у галузі подорожей і туризму, значно підвищило імідж і авторитет нашої держави у туристському співтоваристві, створило передумови подальшого розвитку національного туризму відповідно до тенденцій світового туристського ринку із залученням до інформаційної мережі, прогресивних технологій, інвестиційних пропозицій, системи професійної підготовки, наукових досліджень, передових надбань найбільш розвинутих туристських держав світу, відкрило нові можливості налагодження взаємовигідної співпраці з країнами – членами на всіх рівнях – двосторонньому, багатосторонньому, регіональному.*

Виконавча рада є керівним органом ВТО, що формує світову туристську політику, активно впливає на її впровадження, контролює бюджетні питання.

Включення України до складу Виконавчої ради ВТО має стратегічне значення з огляду на створення передумов подальшого розвитку національного туризму відповідно до тенденцій світового туристського ринку, диверсифікацію форм взаємовигідної співпраці з країнами – членами, розширення можливостей використання механізмів цієї організації для підвищення ефективності національної туристської галузі з урахуванням процесів глобалізації, що відбуваються в світі, просування українського турпродукту на міжнародному ринку, збільшення надходжень до державного бюджету, покращення іміджу нашої держави у туристському співтоваристві, підвищення авторитету й впливовості України у світі, розширення державно-приватного партнерства, впровадження новітніх технологій і передових методів підготовки та підвищення кваліфікації туристських кадрів відповідно до світових стандартів.

**У 1998 р. в Україні вперше широко відзначався Всесвітній день туризму.** Видано Указ Президента України —Про встановлення Дня туризму України, що є свідченням визнання державою значення туризму для країни.

## **ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ**

1. Американська туристологічна школа.
2. Географія туризму.
3. Глобальний етичний кодекс туризму і його роль у забезпеченні сталого розвитку.

4. Гуманістична роль туризму в Глобальному етичному кодексі туризму
5. Динамічні властивості туристичної системи.
6. Економічна підсистема туристичної системи.
7. Ефективність функціонування туристичної системи.
8. Західноєвропейські туризмологічні школи.
9. Індикатори сталого розвитку туризму.
10. Інституціоналізація туризмологічного знання у ХХ столітті.
11. Історичні передумови виникнення концепції сталого розвитку.
12. Культурологія туризму.
13. Місце туризмології в системі туризмознавчих дисциплін та її роль у процесі підготовки фахівців для туристичної сфери
14. Місце туризмології в структурі соціогуманітарних наук
15. Основні етапи становлення науки про туризм.
16. Основні принципи концепції сталого розвитку.
17. Основні системоутворюючі концепти туризмології.
18. Педагогіка туризму.
19. Подорожі як предтеча туризму.
20. Поняття «подорож» і «туризм» як основні концепти туризмології.
21. Поняття туристичної системи. Структура туристичної системи.
22. Праксеологія туризму
23. Предмет, об'єкт та завдання туризмології як навчальної та наукової дисципліни
24. Принципи сталого розвитку туризму.
25. Принципи, методи та функції туризмології.
26. Прогностична функція туризмології.
27. Психологія та етика туризму.
28. Радянська туризмологічна школа.
29. Система екологічного менеджменту як вимога сталого розвитку туризму.
30. Соціальна підсистема туристичної системи
31. Соціологія туризму.
32. Теоретична модель туристичної науки Ф. Франжіалі.
33. Туризм в інтерпретації Дина Мак Кеннела.
34. Туризм і споживання: Зігмунд Бауман.
35. Туризм як об'єкт наукового пізнання. Дисциплінарні підходи у вивченні туризму
36. Туризмологія, туризмознавство, туристика: проблеми самоназви наукової теорії туризму
37. Туристичне середовище як псевдобуття: концепція Данієля Бурстіна
38. Філософське осмислення феномену туризму.
39. Характеристика туризму як соціального інституту.
40. Погляд туриста і глобалізація (Дж. Урі).
41. Туризм і цілі сталого розвитку.
42. Туризмологія як методологічна соціоекономічна та гуманітарна наука про закономірності функціонування і розвитку феномену туризму.
43. Об'єкт і предмет вивчення туризмології.

44. Історія туризмології в контексті історії туризму.
45. Етапи розвитку туризмології.
46. Міждисциплінарний і інтердисциплінарний підходи
47. Шляхи формування туризмології як науки.
48. Підходи, що використовують у дослідженнях в туризмі.
49. Туризм як предмет вивчення різних наукових дисциплін (міждисциплінарний підхід).
50. Матриця дисциплін з дослідження в туризмі. Особливості інтердисциплінарного підходу.
51. Туризм як явище гуманітарне.
52. Філософія туризму – предмет і основні завдання досліджень.
53. Основні складові філософії туризму – онтологія туризму, феноменологія туризму, туристична екзистенція, аксіологія туризму.
54. Психологія туризму – предмет і основні завдання.
55. Напрями досліджень в психології туризму.
56. Соціологія туризму – предмет досліджень, дослідницькі методології і методи.
57. Соціологічні дослідження туристів і туристичної галузі.
58. Підходи до туризму як соціально-економічного феномену.
59. Економічні науки про туризм – економіка туризму, менеджмент туризму, маркетинг туризму, – та їх предмет і напрями досліджень.
60. Географія туризму – розвиток і трансформація предметної сутності географічних досліджень.
61. Екологія туризму і екотуризм.
62. Дослідницькі концепції туристичних дисциплін.
63. Опорні концепти туризмології: подорож, дестинація, туристичний продукт, туристична індустрія, інфраструктура туризму.
64. Вибрані дослідницькі концепції туристичних дисциплін.
65. Суспільне призначення туризму.
66. Праксеологія туризму.
67. Проблеми осмислення теоретико- методологічних засад науки
68. Українська туризмологічна школа
69. Генеза туризмологічного знання.
70. Розвиток туризмології в Туреччині.
71. Сформулюйте призначення програми Artisteer.
72. Назвіть основні елементи інтерфейсу програми Artisteer.
73. Поясніть технологію роботи з програмою Artisteer.
74. Що таке шаблон нового проекту дизайну сайта?
75. Назвіть основні налаштування нового проекту дизайну сайта.
76. Де має бути розміщений сайт, щоб він був відображений в мережі Інтернет?
77. Назвіть основні правила вибору провайдера.
78. Як зареєструвати сайт в Інтернеті?
79. Що таке RSS?
80. Як досягти високих позицій сайта в пошукових системах?

## СЛОВНИК-ДОВІДНИК

**Автосафарі-туризм** – це один з різновидів туризму, який має на меті відвідання важкодоступних та незаселених районів країн світу. Розвинений у пустельних та саванних районах Земної кулі. Тут є можливість перетинати живописні каньйони, що вражають уяву, пустелі і савани, спостерігати за екзотичними тваринами і водночас відчувати швидкість і міць джипу.

**Авіатариф** – вартість перевезення одного пасажера літаком на певну відстань. У міжнародних авіаційних перевезеннях розрізняють індивідуальні та групові, звичайні та спеціальні.

**Автомобільна асистенція** – страховий поліс про відповідальність за життя та здоров'я автотуристів та інших осіб на території іншої країни; обов'язковий документ для відкриття візи в посольстві. А.а. буває 2 типів, має поширення на 2 зони: 1) (Європу (включаючи азійську частину Туреччини та Ізраїль); 2) інші країни (і страхова компанія, що продала А.а., гарантує врегулювання конфліктів і виплату збитків, спричинених автотуристам та іншим особам під час дорожньо-транспортної пригоди, оплати лікування, а при необхідності – відправку до країни постійного проживання, якщо трапився нещасний випадок).

**Автопоїзд** – колона автобусів, що перевозить туристські групи згідно із затвердженим маршрутом.

**Автостоп** – різновид неорганізованого туризму з використанням в якості засобів пересування попутних автомобілів безкоштовно або за невелику плату.

**Агентський договір** – вид договірних відносин у підприємницькій діяльності, згідно з яким одна сторона (агент) зобов'язується за винагороду здійснити за дорученням іншої сторони (принципала) юридичні та інші дії від свого імені, але за рахунок принципала: а) за угодою, укладеною агентом з третьою особою від імені і за рахунок принципала, набуває права і стає зобов'язаним агент, хоча принципал і був названий в угоді або вступив з третьою особою в безпосередні відносини щодо її виконання; б) за угодою, укладеною агентом з третьою особою від імені та за рахунок принципала, права та обов'язки виникають безпосередньо у принципала. У туристичній діяльності як принципал виступає туроператор, а як агент – турагент.

**Агентські (конфіденційні) тарифи** – ціни на готельні послуги, що пропонуються для реалізації турагенту і виражаються у вигляді процентних знижок від опублікованих тарифів.

**Агломерація рекреаційна** – взаємообумовлене поєднання населених пунктів, що розвиваються на певній території на основі спільності використання рекреаційних ресурсів та інфраструктури, об'єднаних між собою багатосторонніми зв'язками в територіально-господарську систему.

**Аквізитор** – співробітник або агент транспортних чи страхових підприємств і закладів, який відповідає за аквізицію іноземних туристів, нових вантажів чи страхувань.

**Аквізиція** – залучення іноземних туристів, нових вантажів, страхувань до країни.

**Американський план** – готельний тариф, що включає в себе вартість розміщення й триразового харчування.

**Ануляційні терміни** – кількість календарних днів до дати заїзду, при дотриманні яких ануляції вважаються своєчасними. При зменшенні встановлених термінів ануляції вважаються пізніми.

**Ануляційний штраф** – сума, що виплачується туроператором засобу розміщення у разі порушення ануляційних термінів (незаїзду або пізньої ануляції). Ануляція – скасування туристичної поїздки.

**Ануляція замовлення** – відмова туроператора (турагента) від усього замовлення або якоїсь його частини. Ануляція підрозділяється на незаїзд та пізню ануляцію.

**Ануляція поїздки** – відмова (письмово) туриста, туроператора або турагента від виконання зобов'язань за договором про туристичне обслуговування.

**Апартаменти** – тип номерів у готелях, за своїм оформленням наближені до виду сучасних квартир, включаючи місця для приготування їжі (вартість харчування звичайно не включається у вартість номера).

**Апарт-готель** – тип номерів у готелях, за своїм оформленням наближених до виду сучасних квартир, включаючи місця для приготування їжі (вартість харчування звичайно не включається у вартість номера).

**Апгрейд** – надання послуги розміщення (номера) з підвищенням категорії без стягнення з туриста додаткової плати.

**Атрактивне забезпечення рекреаційної системи** – сукупність властивостей природних і культурних комплексів, технічних систем і обслуговуючого персоналу, що визначають вибір суб'єктом даної рекреаційної системи.

**Балунінг** – катання туристів на повітряних кулях (теплових аеростатах, теплових повітряних кулях), прогулянка, подорож на них.

**Бальнеологія** – розділ культурології, що вивчає мінеральні води та їх лікувальні властивості.

**Басбі** – молодший службовець ресторану, бару (розлив води, прибирання столів, попільничок і т. д.).

**Безмитне ввезення** – пропуск для перевозу через митний кордон відповідної країни товарів без оподаткування їх ввізним митом. Зазвичай безмитно пропускаються предмети особистого вжитку в розумних межах.

**Безмитний ввіз** – пропуск для перевезення через митний кордон відповідної країни товарів без обкладання їх ввізним митом. Звичайно безмитно пропускаються предмети, що не є предметом торговельного обігу (наприклад, особисті речі).

**Безповоротне квотування** – зобов'язання туроператора та засобу розміщення, згідно з якими засіб розміщення передає туроператору право на реалізацію квоти на період дії договору; при цьому туроператор оплачує повну вартість квоти незалежно від фактичної кількості розміщених туристів, а об'єкт розміщення зобов'язується надати повний комплекс обумовлених у договорі послуг без права зупинки продажу.

**Бермудський план\*** – метод надання готельних послуг, при якому ціна включає сніданок і кімнату.

**Бізнес-тур** – тип подорожі, який необхідний діловим людям і, можливо, вимагає особливого сервісу, наприклад, кімнати для переговорів, послуг секретарів.

**Блок-чартер** – чартер, що обумовлює оренду певної частини транспортного засобу на один або декілька регулярних рейсів.

**Бонусова система авіакомпаній** – система премій для клієнтів конкретної авіакомпанії за досягнення встановлених показників числа тривалості польотів, льотних годин і т.д.

**Ботель** – рекреаційне підприємство, призначене для цілорічного функціонування, на зразок турбази на березі річки або іншої водойми.

**Ботокемпінг** – рекреаційне підприємство (низова ТРС) сезонного типу зі спорудами та засобами для технічного обслуговування плавзасобів. Знаходиться на березі річки або іншої водойми і розміщується в проміжних пунктах лінійних водних туристських маршрутів.

**Бранч (brunch)** – прийом їжі за часом після сніданку, але до обіду, який замінює і сніданок, і обід. Поширений в Європі серед людей, які в силу своєї зайнятості не можуть дозволити собі перериватися на сніданок, ланч і обід.

**Бунгало** – окрема будівля, використовувана для розміщення туристів, часто пропонується в тропічних і південних країнах.

**Бутики-готелі** – елітні міні-готелі, що поєднують високий рівень комфортності з оригінальними інтер'єрами і домашньою атмосферою.

**Бюджет часу** – система показників, що характеризують розподіл затрат часу за видами його використання як окремої людини та її сім'ї, так і певної групи населення. На основі аналізу розробляють заходи щодо раціоналізації праці, організації побуту та відпочинку.

**Бюро обслуговування** – бюро у готелі, здійснює різноманітний інформаційний сервіс, валютно-фінансові операції, забезпечення його транспортними квитками і квитками для відвідування культурно-видовищних заходів, організацію медичної допомоги.

**Важлива комерційна персона (Commercially Important Persons)** – покупець спеціального документа, що дає право йому (їй) займати привілейоване становище стосовно інших пасажирів.

**Валютна ефективність** – співвідношення надходжень в іноземній валюті за реалізацію товарів або послуг і витрат на виробництво цих товарів або послуг у національній валюті.

**Ваучер туристський** – документ, виданий туристської або транспортною фірмою на підтвердження того, що турист оплатив конкретні види послуг: проживання в готелі, харчування, екскурсійне обслуговування, проїзд на транспорті і т.д., – що є підставою для отримання цього обслуговування. На підставі ваучера проводиться врегулювання взаєморозрахунків між приймаючої і спрямовуючої сторонами. Форма ваучера визначається зазначеними вище сторонами. Ваучер встановлює право туриста на послуги, що входять в турпакет, і підтверджує факт їх надання.

**Вибірковість ТРС** – оціночне ставлення потенційних споживачів або відпочиваючих до ТРС чи її підсистем. Вид з вікна готелю:

**1) Sea View** – номер з видом на море. Вид буває як прямий, так і боковий, коли будівля стоїть до моря торцем і побачити воду можна тільки визирнувши з вікна вбік або вийшовши на балкон. Це хитрий хід охоче використовують власники готелів, гордо декларуючи: "У нас всі номери з видом на море!". За номер з прямим видом можуть вимагати доплату, але це не означає, до речі, що між вами і морем не буде басейну, бару, дискотеки та інших гучних місць;

**2) Garden View** – номер з видом на сад. Моря звідти не видно, швидше за все, під вікном буде гайок з співаючими птахами і чарівними запахами. Коштує дешевше, ніж кімната з видом на море;

**3) Pool View** – номер з видом на басейн. Вкрай рідко виділяється в окремий вид і практично ніколи не оцінюється додатково.

**Види розміщення в готелі** – визначаються місцем або приміщенням, що складається з одного або кількох місць, придатних для проживання в готелі, в тому числі: місце (ліжко-місце) – площа з ліжком, призначена для однієї людини (B); номер-приміщення (кімната, кілька кімнат), що складається з одного або кількох місць (R). Номер є одиничним елементом бронювання; одномісний номер – приміщення для розміщення однієї людини (SGL, SNGL); двомісний номер – приміщення для розміщення двох чоловік на роздільних ліжках (TWIN) або на сімейній ліжка (DBL); тримісний номер – приміщення для розміщення трьох чоловік (TRL, TRPL); чотиримісний номер – приміщення для розміщення чотирьох чоловік (QD); в двомісному номері з двома дорослими за додаткову плату може бути розміщений дитина віком до 12 років (CHI, child, CHD) або ще один дорослий на додатковому ліжку (EXB, extra bed).

**Високий сезон** – період найбільшої діяльної активності в туризмі, найпопулярніший час року для поїздок (подорожей); період найбільш високих тарифів на туристичні послуги. Високий сезон може не збігатися з порами року. У низці країн він не може бути менше трьох місяців.

**Відкритий квиток** – відкрита дата від'їзду. Пасажир може забронювати квиток на більш пізній час (день).

**Відстань до моря** (на гірськолижних курортах – до підйомника) – насторожитесь, якщо турагент вимірює його не метрами, а хвилинами ходьби або їзди. 10 хвилин пішки? З якою швидкістю, дозвольте дізнатися? Та й чи знаєте ви, що відстань, яку людина легко долає за 10 хвилин в кросівках, в гірськолижних черевиках не пройдеш і за півгодини? Куди більше довіри викликають туристичні каталоги, де відстані позначені в метрах. Правда, майте на увазі, що вимірюється воно ближньої до моря точки (тобто, цілком можливо, один корпус готелю буде коштувати в 100 метрах моря, а інший – в 500).

**Віза** – спеціальний дозвіл відповідних органів іноземного уряду на в'їзд, вїїзд, проживання або проїзд через територію даної держави.

**Вілла** – окремий будиночок на 3–6 кімнат, однорівневий або дворівневий, з великою вітальнею, кількома спальнями та санвузлами. Басейн може бути як індивідуальним, так і 1 на кілька вілл. У хороших п'ятизіркових готелях для

гостей вілл працює окремий ресторан, клієнти можуть користуватися персональним електрокаром, а іноді навіть послугами дворецького.

**Властивості ТРС** – характеристики (різноманітність, динамічність, комфортність, стійкість, ефективність, ієрархічність, надійність тощо), завдяки яким ТРС (туристсько-рекреаційна система) сприймається як цілісна система.

**Все включено (all inclusive)** – система обслуговування в готелях, при якій харчування, напої (найчастіше місцевого виробництва) і окремі види послуг не вимагають додаткової оплати. Різновидом даної системи обслуговування є система *max inclusive*, коли перелік додаткових послуг може бути істотно розширений і включати безкоштовне користування сауною, перукарнею, заняття різними видами спорту і т.д.

**Гарантоване бронювання** – вид прямого бронювання, при якому засіб розміщення надає клієнту номер до розрахункової години дня, наступного за днем запланованого заїзду. При цьому застосування штрафних санкцій залежить від форми оплати замовлення. У випадку пізньої ануляції поїздки або не заїзду розмір штрафних санкцій, як правило, становить вартість одного дня перебування (ночівлі).

**Гарячий лист** – лист з відомостями про втрачені або вкрадені кредитні карти, який розсилається в готелі та інші організації, де використовуються кредитні картки.

**Геокаліметрія** – наука про вимірювання якостей геосистем, пограничний науковий напрям, метою якого є оцінка природних умов і ресурсів. Гід – провідник-професіонал, який показує туристам пам'ятки міста або місцевості.

**Гід-перекладач** – екскурсовод, провідник туристської групи, який вільно володіє мовою країни перебування.

**Гірський туризм** – походи, передбачають проходження маршрутів пішки по гірській місцевості, подолання перевалів вище 3000–3500 м, проходження скельних ділянок, крутих схилів, льодовиків, сніжників, гірських річок. Для гірського туризму використовується спеціальне спорядження: льодоруби, високогірні черевики, «кішки», скельні і льодові гаки, карабіни, мотузки і т.д.

**Гірськолижна станція** – рекреаційне підприємство (низова РС), до складу якого входять житловий комплекс, механічні підйомачі, лижні траси, автомобільні стоянки тощо.

**Гостьовий чек** – квитанція, що надається власнику ресторану або бару, часто використовується як частина ваучера.

**Готельна діяльність** – діяльність юридичних осіб та індивідуальних підприємців, які володіють або наділені майновими правами на будь-який колективний засіб розміщення за безпосереднім розпорядженням та управлінням ним, для надання послуг розміщення і обслуговування громадян, а також інша діяльність з надання готельних послуг, в тому числі й реалізація.

**Готельний ланцюг** – одна з ланцюгових, франшизних або інших готельних систем, члени якої користуються особливими привілеями, особливо в національній системі бронювання.

**Громадський/приватний пляж** – громадським пляжем можуть користуватися всі, туристи і не туристи. У деяких країнах (наприклад, у Греції,



Іспанії, Тунісі) усі пляжі громадські. Вони забираються з такою ж частотою, що й приватні, на них теж є бари і ресторани, але за лежаки, пляжні рушники і парасольки доводиться платити, зазвичай по 1 долару США (або 1 євро) за предмет. Правда, іноді власники готелів платять за своїх туристів, тоді вартість пляжних послуг включається в ціну проживання. Приватний пляж – це викуплена власником готелю смуга узбережжя, устаткована ним на свій розсуд для своїх туристів. Тут за лежаки і парасольки платити не доведеться.

**Дайвінг** – вид туризму та відпочинку, підводне плавання з аквалангом (Червоне та Карибське моря, Середземне море в районі о Мальти, Мальдівські, Коморські острови в Індійському океані, Великий Бар'єрний Риф біля узбережжя Австралії в Тихому океані).

**Дата зняття броні\*** – дата, коли незатребувана заброньована кімната надходить в основний продаж.

**Декларація митна** – документ, що видається митними службами, який містить відомості про багаж, наявність валюти у туриста і заповнюється туристом при перетині кордону.

**Денна норма** – обмежена ціна для розміщення не більше ніж на ніч або на день. День від'їзду – дата виїзду туриста із засобу розміщення. День заїзду – дата прибуття туриста в засіб розміщення.

**Детопонімізація** – трансформація власне географічної назви у загальноживаний термін (наприклад, плато Карст на Балканському півострові - карстові процеси).

**Джампінг** – стрибки сторч головою у прірву з прив'язаним до ніг еластичним тросом. Набув поширення в гірських місцинах США, Мексики, Аргентини.

**Динамічність ТРС** – властивість, що відображає мінливість ТРС у часі.

**Договір доручення** – вид договірних відносин у підприємницькій діяльності між виробником послуги (туроператором) і її продавцем (турагентом).

**Договір комісії** – вид договірних відносин, згідно з яким одна сторона (комісіонер) зобов'язується за дорученням іншої сторони (комітента) за винагороду вчинити одну або кілька правочинів від свого імені, але за рахунок комітента.

**Договір про туристичне обслуговування** – угода між споживачем туристичної послуги (туристом) і туроператором або турагентом, які реалізують пакет послуг. Договір укладається у письмовій формі і містить істотні умови договору, в тому числі достовірну інформацію про реалізовані пакетні послуги, роздрібною ціни та порядок оплати, а також визначає взаємні права та обов'язки сторін при організації та проведенні поїздки (подорожі).

**Договір франшизи** – договір про передачу прав і привілеїв виробника туристичних послуг на їх реалізацію (збут); передбачає використання торгової марки франшизодавця як гарантії якості послуг.

**Документальні пам'ятки** – акти органів державної влади, управління, інші писемні та графічні документи, кіно- та фотодокументи, звукозаписи, давні рукописи та архіви, записи фольклору і музики, рідкісні друковані видання.

**Документи проїзні групові** – транспортні папери, оформлені на групу туристів і підтверджуючі право групи на проїзд у даному транспорті (квитки, турпутівки з відривним талоном та ін.).

**Дорожній чек** – банківський платіжний засіб, який може бути обмінаний на готівку в тій валюті, в якій він виписаний, або на еквівалентну суму в іноземній валюті за чинним курсом. Банки, що видають дорожні чеки, гарантують повне повернення грошей у випадку втрати цих чеків в результаті крадіжки, знешкодження тощо.

**Дьюті-фрі (duty free)** – система безмитної торгівлі в аеропортах, на бортах літаків, поромач і інших транспортних засобів, або в окремих місцях відвідування іноземців (як правило, сигарети, вино, парфумерія і сувеніри).

**Екзотичність території** – ступінь контрастності місця відпочинку і місця постійного проживання.

**Екологічна місткість регіону** – кількісно виражена здатність природного або природно-господарського комплексу підтримувати необхідну соціально-екологічну рівновагу на певній території.

**Екскурсійний пункт** – поселення з невеликим культурно-історичним потенціалом спеціалізованої тематики і мінімальним набором необхідних інфраструктурних об'єктів, що забезпечують надання спеціалізованих екскурсійних послуг.

**Ефективність ТРС** – властивість, що ставить у відповідність витратам ресурсу досягнутий при цьому результат; відбиває ступінь досягнення мети при фіксованих витратах ресурсу.

**Євролайн** – міжнародна асоціація перевізників, що об'єднує 35 великих європейських автобусних компаній. Система Євролайн з'єднує між собою 21 велике місто Європи. При використанні спеціального проїзного квитка Євролайн-пас можна отримувати значні знижки протягом від 30 до 60 днів на пасажирські автобусні рейси по Європі без вікових обмежень.

**Європейський план** – готельний тариф, що включає в себе тільки вартість розміщення (без вартості харчування).

**Ємність ТРС** – здатність забезпечувати заняття певній кількості рекреантів без порушення психофізичної комфортності і стійкості природних та культурних комплексів.

**Заява про місію готелю** – декларативний документ про головну мету діяльності даного засобу розміщення.

**Зворотне квотування** – передача засобом розміщення туроператору права на реалізацію протягом певного періоду (періоду квотування) квоти для розміщення туристів – клієнтів туроператора. Гість – людини, яка проживає та оплачує своє проживання в готелі.

**Зелена карта** – поліс обов'язкового страхування громадянської відповідальності перед третіми особами (прийнятий в усіх країнах світу); обов'язковий документ для перетину кордону на автомобілі.

**Зелена територія** – дуже розмитий термін, який може мати на увазі як «три горді пальми», так і дійсно пристойний парк. У готелях-новобудовах зелена територія – велика рідкість, зазвичай вона зустрічається в старих, добре обжитих

готелях, де бунгало встигають укутатися плющем, а пальми обрости листям. Якщо дерева встигли перетворитися на лісок, в каталогах зазвичай пишуть «потопає в зелені». Але в цьому випадку в номерах на нижніх поверхах нічого чекати виду на море.

**Зелений коридор** – місце перетину кордону для провезення речей, що не підлягають обов'язковому митному декларуванню.

**Ієрархічність ТРС** – властивість, що відображає існуючу супідрядність ТРС, нові якості в рекреаційних системах різних рангів.

**Імідж** – сприятливе чи несприятливе сприйняття споживачем певної фірми, а також її товарів на ринку. Розглядається як мета роботи з маркетингу.

**Інклюзивний тур (Інклюзив-тур)** – найбільш поширений вид індивідуальної чи групової подорожі в організованому туризмі. І.т. – чітко спланована за маршрутом, часом початку та закінчення поїздки, що включає обов'язковий набір послуг із зазначенням їх вартості та якості.

**Інтенсив-туризм** – різновид ділового туризму, тобто туристичні поїздки (зазвичай групові), що надаються адміністрацією підприємств і установ своїм співробітникам на виключно пільгових умовах або безкоштовно як премії за високі виробничі показники.

**Інтер-Райл** – система проїзних квитків на залізничному транспорті, що дозволяє протягом певного терміну дії їздити в зоні квитка без обмежень.

**Інформаційний чек** – алфавітний листок, де зареєстровані гості записані відповідно номерам кімнат.

**Інфраструктура** – дороги, стоянки для автомобілів, дренаж стічних вод, каналізація, водопровід, електрика – все необхідне для повноцінного проживання на даній території. Експлуатується туристами і місцевими жителями. За своїм розвитком повинна обганяти розвиток суперструктури.

**Каботажна ціна** – знижена ціна для жителів певної країни, які подорожують всередині цієї країни. Кайонінг – спуск по гірських річках і водоспадах в гідрокостюмах без застосування плавзасобів.

**Кантрі-туризм** – етнографічний туризм, один з видів пізнавального туризму, що набув поширення в сільській місцевості; передбачає знайомство з фольклором, побутом корінного населення, народними традиціями, архітектурою та іншими ментальними цінностями та стимулює розвиток.

**Каньйонінг** – спортивне проходження водоспадів і каньйонів з використанням спелеологічного спорядження та техніки. К. останніми роками набув поширення у Франції, Іспанії.

**Караванінг** – поширений вид автомобільного туризму на каравані або автомобілі типу "будинок на колесах" зі спеціально обладнаним для житла кузовом або причепом. Караванний туризм – вид автотуризму, при якому в якості засобу розміщення використовується самохідний або причеплюваний до автомобіля фургон (караван).

**Картка прибуття** – спеціальний бланк, що заповнюється пасажиром, який прибуває в іншу країну літаком або теплоходом, і здається прикордонній службі.

**Каталог туроператора** – інформаційно-рекламний проспект туроператора, який містить детальну характеристику його інклюзивних турів.

**Категорія готелю** – класифікація готелів за категоріями, заснована на комплексі вимог до будівель, матеріально-технічному обладнанню, номенклатурі і якості надаваних послуг, рівнем обслуговування. Категорії позначаються символом \* (зірка).

**Квота** – кількість номерів, що виділяються засобом розміщення туроператору (турагенту) на підставі договору та в певний період.

**Кейтеринг** – надання харчування і напоїв поза приміщенням кафе чи ресторану засоби розміщення.

**Кемпер** – турист, що подорожує на автотранспорті та користується кемпінгом.

**Кемпінг** – табір для автотуристів, обладнаний наметами або іншими легкими спорудами літнього типу (наприклад, бунгало), автомобільною стоянкою, системою водопостачання та каналізації, а пристосуваннями для приготування їжі.

**Кімнатний лист\*** – лист з прізвищами, що використовується в готелі для предреєстрації груп, а також для організації вечорів відпочинку.

**Кімнатний сервіс\*** – наявність в готелі послуг з доставки в номер їжі, напоїв, кореспонденції. Кінець маршруту – місце і час надання туристу останньої туристичної послуги на маршруті, зазначеної в договорі туристського обслуговування.

**Клас** – розряд пасажирських залізничних вагонів, кают на теплоходах, місць на літаках, який встановлюється залежно від ступеня зручностей, що надаються пасажиром (туристам).

**Кліматичний сезон** – відрізок часу, що виділяється на основі кількісних та якісних характеристик складових певних природних компонентів (клімату, гідрографічної мережі та ін.).

**Кліринг** – система розрахунків за послуги, що базується на обліку взаємних вимог сторін, які беруть участь у розрахунках.

**Клуб-готель (HV-1, HV-2)** – досить часто в туристичних каталогах можна зустріти позначення HV-1 або HV-2. При цьому навіть турагенти не завжди можуть чітко пояснити різницю між звичайним готелем 5\* і клубом HV-1 (або готелем 4\* і HV-2). Між тим це принципово різна організація відпочинку. Готель розрахований на те, що турист досить багато часу проводитиме в основній будівлі – в номері, ресторані, холі і т.д., і для нього вкрай важливий комфорт і спокій. Номер напевно буде просторим, з великим вікном, обов'язково з ванною (а не душовою кабіною), телевізором з великою діагоналлю і гарними меблями. У готелі великі гарні холи, маса можливостей проводити час усередині будівлі – ресторани, бари, тренажерний зал, масажна кімната, перукарня, ігрова для дітей і т.д. і т.п. Територія може бути і великий, а може – й ні, а інфраструктура готельного відпочинку та розважальна програма може бути досить скромною. Іншими словами, туриста залишають у спокої: чим він займатиметься на відпочинку, його особиста справа. Інша річ HV – **Holiday Village**, туристична село. Ніяких великих будівель – вам доведеться жити в бунгало (звичайно на кілька номерів). У кімнаті буде все необхідне, однак це лише місце, куди ви приходите поспати, перепочити і прийняти душ. Так що ліжко буде зовсім не

королівських габаритів, килимове покриття на підлозі замінять приліжкові килимком, а в куточку притулився телевізор розміром з пейджер. Балкон або тераса – надмірність. Прокинулися? Бігом на вулицю: сонце повітря і вода – наші найкращі друзі! Території NV величезні. Там є безліч куточків, де можна пограти в гігантські шахи або великий теніс, покататися на конях, постріляти з лука чи погойдатися на гойдалках – клуби просто змагаються за кількістю пропонованих розваг. Бунгало, в яких живуть туристи, все-таки стоять на віддалі шуму. Веселощі веселощами, а й відіспатися непогано.

**Кодекс відносин між готелями та туроператорами** – міжнародний нормативний документ, що являє собою готельну конвенцію про основоположні принципи взаємовідносин між туроператорами і готелями.

**Коефіцієнт використання готельного фонду** – число наданих діб, поділене на показник одноразової місткості і кількості днів у році.

**Комерційна норма\*** – знижена ставка для постійного клієнта, в якому зацікавлений готель, для зайнятості номерів готелю.

**Комерційний готель** – готель, забезпечений всім необхідним для гостейбізнесменів.

**Комісійні** – сума грошей, що визначається у відсотках вище продажної ціни, яку пропонують власники туроператорських і транспортних компаній (та інші) турагентам за продаж туристичних послуг, послуг авіакомпаній і т. п.

**Комплексне обслуговування** – стандартний набір туристичних послуг, що зазвичай включає в себе зустріч і проводи, розміщення в готелі, харчування та екскурсійне обслуговування.

**Комфортність ТРС** – здатність територіальної рекреаційної системи задовольняти вимоги відпочиваючих.

**Континентальний план** – метод розрахунку вартості кімнати в готелі, коли ціна включає в себе континентальний сніданок – солодку булочку та кави, а також вартість самої кімнати.

**Континентальний сніданок** – легкий сніданок, що складається з кави або чаю, соку, булочки, масла і джему.

**Кон'юнктура туристичного ринку** – рівень цін на туристичні послуги та товари, що склався на ринку на певний момент часу.

**Корпоративні тарифи** – ціни на готельні послуги, що пропонуються колективним замовникам, які не здійснюють туроператорську і турагентську діяльність; виражаються чисельно у вигляді процентних знижок від опублікованих тарифів.

**Круїз** – морська або річкова туристська подорож, як правило, по замкненому колу на одному теплоході за встановленим маршрутом із зупинками в місцях, що викликають певний інтерес у туристів або у відправних пунктах екскурсій.

**Культурний туризм** – вид міжнародного туристського подорожі, пов'язаний зі знайомством туристів з національними культурами, звичаями, традиціями в країні перебування.

**Культурно-інформаційна місцевість** – елемент територіальної структури культурно-інформаційної системи, поєднання одного або декількох культурно-історичних об'єктів з природно-антропогенним комплексом.

**Культурно-інформаційна система** – територіально цілісна, антропоцентрична, взаємопов'язана сукупність культурно-історичних та природно-антропогенних комплексів, функціонування яких спрямоване на задоволення культурологічних і рекреаційних потреб людини.

**Культурно-інформаційний ландшафт** – сукупність культурноінформаційних, компактно розташованих місцевостей, що мають достатній культурно-історичний потенціал для задоволення культурологічних та рекреаційних потреб людини.

**Культурно-інформаційний район** – об'єднання культурно-інформаційних ландшафтів, що характеризується спільним використанням інфраструктурних об'єктів.

**Культурно-історичний потенціал системи** – категорія, що визначається пізнавальною цінністю окремих об'єктів культурно-інформаційної системи.

**Курортна зона** – територія зі сприятливими для відпочинку та лікування кліматичними умовами та високою естетичною привабливістю пейзажу (морські, озерні, річкові узбережжя, бальнеологічні комплекси на базі термальних і мінеральних джерел).

**Курортний збір** – місцевий податок, платниками якого є фізичні особи, які прибувають у курортні місцевості Курортний збір – податок, що встановлюється місцевою владою курортів і збирається з усіх відвідувачів, які прибувають на ці курорти та користуються будь-якими засобами розміщення.

**Курортологія** – галузь медичних знань, що вивчає мінеральні води, лікувальні грязі, клімат (у межах лікувальних місцевостей) та їх використання з профілактичною та лікувальною метою.

**Лікувально-оздоровчий туризм** – вид туризму, який чинять з оздоровчими або лікувальними цілями. Курорти надають туристам комплекси лікувальнооздоровчих процедур, послуги масажних кабінетів і т.п.

**Лінії розташування готелів** – територіальний розподіл готелів за показником їх віддалення від берегової лінії. Розташування готелю на першій лінії означає, що між пляжем і готелем немає інших будов. Але може бути дорога. Іноді символічна, проселочная, а іноді (скажімо, на Коста-Брава в Іспанії) – справжнісінька, залізна, з проходять поїздами. Часом абсолютно всі готелі курорту відокремлені від води променадом (таку картину ви зустрінете, наприклад, в Шарм-ель-Шейху, в бухті Наама Бей). А трапляється, що між готелем і морем розташований громадський басейн. Готелі другої лінії від моря (або третьої) за визначенням завжди дешевше, ніж на першій, хоча іноді навіть вище якістю і, як правило, новіше. До речі, багато готелів, які стоять на першій лінії, мають свої «філії» на другій. У цьому випадку клієнти останнього можуть користуватися всією інфраструктурою «головного» готелю.

**Лісорекреаційне районування** – окремий вид рекреаційного районування, що ґрунтується на обліку характеру та ступеня рекреаційної освоєння приміських та інших лісових масивів рекреаційного призначення.

**Лісорекреаційний округ** – територія з близькими за історією розвитку природними ландшафтами і лісовими формаціями з однаковими або спорідненими ґрунтово-кліматичними умовами і напрямками рекреаційної діяльності.

**Ліцензія на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних услуг** – спеціальний дозвіл, що підтверджує право його власника на здійснення відповідного виду або комплексу видів діяльності.

**Лотель** – рекреаційне підприємство, призначене для занять кінним туризмом та спортом. Організовується на турбазах (турбазах-готелях), де створюються пункти прокату коней.

**Льотний купон** – частина авіаквитка, на якій вказується інформація про бронювання місця для пасажирів.

**Маніфест** – список членів команди та пасажирів морського пасажирського судна із зазначенням паспортних даних.

**Маркетинг у туризмі** – діяльність, спрямована на задоволення потреб різних категорій населення в тому чи іншому виді рекреаційно-туристських послуг, вивчення ринку останніх; фізичне переміщення товару та послуг від виробника (туроператор, турфірма тощо) до споживача (рекреант).

**Маркірування** – найпростіший та необхідний вид благоустрою туристських маршрутів, зон відпочинку, природних об'єктів, що перебувають під охороною.

**Межа стійкості лісу до рекреаційних навантажень** – ступінь порушення лісових біогеоценозів, до якого вони можуть зберігати здатність до самовідновлення; визначається гранично-припустимим рекреаційним навантаженням.

**Мимовільні туристи** – категорія, що об'єднує туристів, які не мають фінансової або культурної можливості виїхати за кордон (робітники та службовці середньої та низької кваліфікації, студенти, пенсіонери тощо).

**Міграційна рекреація** – використання вільного часу для власного задоволення поза межами населеного пункту, що є місцем постійного мешкання.

**Міжнародний молодіжний табір (ММТ)** – рекреаційне підприємство (низова ТРС), призначене для відпочинку та розвитку дружніх зв'язків між молоддю різних країн. Аналогічне призначення мають міжнародні молодіжні центри (ММЦ).

**Міжнародний туристичний ваучер** – документ, який об'єднує ваучер і офіційний документ як його невід'ємну частину; призначений для бронювання місць в готелях, оренди автомобілів та інших видів обслуговування, що вимагають попередньої оплати.

**Модифікований американський план** – готельний тариф, що включає в себе вартість розміщення й дворазового харчування (сніданок та обід або сніданок і вечеря).

**Мокемп** – установа туризму комбінованого типу (рекреаційне підприємство), до складу якої входить мотель (автотуристський готель), який функціонує протягом року, і кемпінг (функціонує влітку).

**Мотель** – готель для автотуристів, розташований на автостраді, як правило, устаткований гаражем, станцією технічного обслуговування, автозаправної станцією та іншими службами, що потрібні автотуристам.

**Навчально-пізнавальні угіддя** – природні комплекси, що забезпечують можливість наочного показу різноманітних природних об'єктів (ботанічних, зоологічних, геологічних, історичних, гідрологічних та ін.

**Надзвичайний ключ\*** – один ключ, який відкриває всі кімнати готелю, включаючи ті, які закриті зсередини.

**Надійність ТРС** – властивість ТРС, що вказує на безвідмовність її функціонування.

**Незаїзд** – фактичне неприбуття туриста на засіб розміщення у запланований день заїзду або ануляція замовлення, зроблена менш ніж за 24 години до дати заїзду, вказаної в замовленні.

**Негарантоване бронювання** – вид прямого бронювання, при якому засіб розміщення надає клієнту номер в день заїзду до 18.00, після чого броня анулюється без застосування штрафних санкцій.

**Номерний фонд** – загальна кількість номерів у готельному підприємстві.

**Об'єкти рекреації** – матеріальні тіла, системи, процеси, явища, що створюють умови рекреаційної діяльності, формують її матеріальну основу.

**Обмінний ваучер** – юридичний документ, в якому відображені всі моменти відносин між туристом і будь-якою туристичною організацією.

**ОВІР** – відділ віз і реєстрації. Здійснює видачу загальногромадянських (районні, обласні та республіканські ОВІР) і дипломатичних (при МЗС) закордонних паспортів. Одноразова місткість – загальна кількість місць (ліжко-місць, постійних ліжок) в готельному підприємстві або спеціалізованому засобі розміщення.

**Оплата за фактом надання послуг** – порядок оплати, при якому туроператор протягом певного терміну після підтвердження засобом розміщення факту надання послуг у повному обсязі оплачує дані послуг. При цьому факт надання послуг підтверджується пред'явленням засобом розміщення туроператору рахунки, туристського ваучера та інших документів, визначених договором.

**Оптовий продавець турів** – компанія, яка складає, збуває та керує турами. Продаж турів здійснюється через посередників: роздрібних турагентів, асоціації, клуби або турорганізатора, але ніколи безпосередньо клієнтові, як це робить іноді туроператор.

**Опубліковані тарифи** – офіційно опубліковані для клієнтів довідкові ціни, ціни роздрібного продажу готельних послуг, ціни "у стійки"; як правило, це максимально високі ціни. Організатор туру – приватна особа (іноді турагент) або організація, які збирають групу туристів для участі в турі (часто цільового призначення), що пропонує будь-яка туристська фірма.

**Організаційне забезпечення рекреаційної системи** – комплекс заходів, спрямованих на взаємопов'язане управління функціонуванням підсистеми забезпечення відповідно до цільової функції рекреаційної системи шляхом регулювання юридичних, економічних та інших факторів.



**Освітній туризм** – туристська поїздка, в якій турист поєднує відпочинок з навчанням. Основні готельні послуги – перелік і обсяг послуг, стандартно надаються туристу засобом розміщення і оплачуються при укладенні договору.

**Отелерія** – сукупність підприємств, які мають в своєму розпорядженні сучасне обладнання і відповідні організаційні можливості для прийому, розміщення, проживання та харчування туристів (повний пансіон або напівпансіон, кімната та сніданок, ресторан).

**Оферта** – формальне пропозицію на укладення угоди із зазначенням умов.

**Пакет** – заздалегідь підготовлений тур, що включає транспортування, проживання, харчування, трансфер, відвідування визначних пам'яток, оренду автомобіля і т. д. Може варіюватися, але зазвичай включає три компоненти; має фіксовану ціну.

**Парадори** – готелі, що належать державі та побудовані в національному стилі на околицях міст або в сільській місцевості (Іспанія).

**Параотелерія** – місця прийому туристів, що виникли після Другої світової війни внаслідок економічних (фінансування будівництва нових готелів, реконструкція старих та ін.), психологічних (свобода в проведенні дозвілля, виборі одягу, харчування тощо) та інших чинників.

**Парарекреаційні ресурси (ПР)** – об'єкти, явища природного, природноантропогенного, суспільно-історичного, біосоціального, подійного походження, 172 які ні юридично, ні фактично не залучені до туристської індустрії, але характеризуються певним пізнавально-туристським потенціалом.

**Парасейлінг (parasailing)** – катання з парашутом, який прив'язаний тросом до моторного човна.

**Пекідж-тур** – будь-який тур (індивідуальний або груповий), що складається з деякого набору послуг (перевезення, розміщення, харчування, екскурсії тощо), загальна продажна вартість якого дорівнює сумі вартості його елементів.

**Перевізні документи** – накладна та інші залізничні документи на вантаж (п. 6 Статуту залізниць України, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 06.04.1998 № 457).

**Периферійна зона національних парків** – територія, що призначена для забезпечення інтенсивної рекреації й розміщення матеріальної бази туризму (основні туристські споруди, відкриті басейни, заклади для активного відпочинку, впорядковані пляжі та інші споруди, пов'язані з організацією масового відпочинку).

**Період зупинки продажів** – період, за який нереалізований залишок квоти туроператора (турагента) вилучається засобом розміщення.

**Подорожний лист** – первинний документ про облік вантажних автомобільних перевезень, що всебічно характеризує роботу автомобіля і водія з моменту їх виїзду з автотранспортного підприємства і до повернення на підприємство (п. 1 Правил перевезень вантажів автомобільним транспортом в Україні, затверджених наказом Міністерства транспорту України 14.10.97 № 363).

**Президентський сьют (King Suite, Presidential Suite)** – найвища сьютлова сходинка, зазвичай включає в себе пару спалень, вітальню, робочий кабінет, пару санвузлів. Безкоштовні вино і фрукти в номері – норма, меблі можуть бути ексклюзивною, загалом, оскільки в таких номерах прості громадяни не зупиняються, поруч зазвичай розташований невеликий номер для охорони. Заплатити за це пишність доведеться як мінімум в три рази більше, ніж за стандартний номер.

**Пул** – угода між авіакомпаніями, за якою прибуток надходить до спільного фонду і розподіляється між його учасниками відповідно до встановленої пропорції.

**Райони екскурсійного туризму** – території високої концентрації культурно-історичних об'єктів, які включають мережу екскурсійних центрів та пунктів, пов'язаних системою екскурсійних маршрутів, загальним інфраструктурним забезпеченням, єдиною системою управління.

**Рекреаційно-ресурсний потенціал** – сукупність природних і антропогенних факторів, необхідних для рекреаційного використання (кліматичні і ландшафтні умови, морські акваторії та їх узбережжя, джерела водозабезпечення, інженерно-будівельні, ґрунтово-рослинні умови тощо).

**Рекреаційно-спортивний тип ТРС** – рекреаційна система, основною функцією якої є фізичний розвиток людини під час фізичних занять з тренувальним режимом (спортивні ігри, змагання, альпінізм, мисливство, рибальство).

**Рьокан** – готель в традиційному японському стилі. При вході відвідувачі скидають своє взуття та взувають традиційне японське.

**Самодіяльний туризм** – різновид туризму, в якому подорожі груп або окремих туристів, що здійснюються не за планом, передбаченим туристичними організаціями і підприємствами.

**Система «фортуна»** – продаж пакету туруслуг зі знижкою за розміщення без зазначення конкретного готелю, назва якого стає відомо тільки по приїзді на місце відпочинку; система гарантує розміщення в готелі не нижче заздалегідь певної категорії. 8 № 1147).

**Страхова премія** – винагорода, яку турист вносить за страховий поліс: в кожній страховій компанії діють встановлені тарифи, які, як правило, складають 0.5–1 USD за кожний день перебування за кордоном; для осіб старше 65 і молодше 3 років страховий поліс коштує трохи дорожче, підвищується тариф також для любителів гірських лиж, сноуборду, дайвінгу та інших видів екстремального спорту і туризму.

**Страхова сума** – грошова сума, в межах якої може бути надана необхідна допомога, перелік надаваних послуг безпосередньо залежить від розміру суми. в деяких країнах існує строго встановлений ліміт – не менше 30 000 USD, що пов'язано з вартістю медичних послуг у конкретній країні.

**Сьют** – покращений номер. Просторий двокімнатний номер (хоча кімнати можуть розділятися символічної аркою), прекрасно оброблений, з багатою меблями, часто з двома санвузлами (але навіть якщо санвузол один, там можуть бути ванна і духова кабіна одночасно або, наприклад, дві раковини). Як правило,

в день приїзду гостей зустрічають вином і фруктами. Обійдеться все це задоволення на 50 відсотків дорожче звичайного номера в п'ятизірковому готелі. Делюкс сьют (Deluxe Suite, Excellence Suite) – наступний ступінь сьютів. Кімнат дві або три, причому їх розміри запросто дозволять кататися на роликах. Джакузі у ванній – майже норма, тераса або балкон – величезні. Варто вся ця краса, як правило, в два рази дорожче стандартного номера в готелі 5 \*. Джуніор Сьют (Junior Suite) – кімната більшою, порівняно зі стандартним номером, площі, поділена на дві зони: спальну і вітальню, які іноді відокремлюються один одного декоративною полицею, а іноді – лише рівнем підлоги. Меблі тут краще, ніж у стандартних кімнатах, та й обслуговування теж: наприклад, прибираються такі номери в першу чергу. Junior Suites зазвичай зустрічаються в готелях 5 \*, рідше – в 4 \*, і коштують вони відсотків на 30 дорожче стандартних кімнат.

**Тайм-чартер** – надання фрахтувальнику судна, укомплектованого екіпажем (ст. 203 Кодексу торговельного мореплавства України від 23.05.1995 № 176/95- ВР).

**Таймшер** – покупка права користування номером на один-два тижні в тій чи іншій готелі (пансіоні, апартаментах) протягом тривалого періоду, при цьому, як правило, створюються умови для обміну, що дозволяє власникам таймшерів змінювати місця відпочинку: транспортні витрати до оплати таймшера не належать.

**Топлес** – використання купальника без верхньої частини (у деяких країнах не рекомендується або забороняється).

**Транзит** – провезення пасажирів (туристів) з однієї країни в іншу через проміжну країну. Транзитні перевезення – це перевезення через територію України вантажів (продукції, товарів), вироблених за її межами, без будь-якого їх використання в Україні та передачі іншому власнику. До транзитних перевезень прирівнюють також транспортування через територію України нафти, нафтопродуктів, природного газу та інших рідин і газоподібних речовин трубопроводами (п. 9,10 Правил здійснення транспортно-експедиційної діяльності під час перевезення зовнішньоторговельних і транзитних вантажів, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 21.09.1993 № 770).

**Транспортна мережа** – сукупність транспортних сполучень, якими здійснюються пасажирські перевезення (п. 2 Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 18.02.1997 № 176). Транспортна послуга – перевезення вантажів та комплекс допоміжних операцій, що пов'язані з доставкою вантажів автомобільним транспортом (п. 1 Правил перевезень вантажів автомобільним транспортом в Україні, затверджених наказом Міністерства транспорту України від 14.10.97 № 363). 194

**Транспортний документ** – документ, відповідно до якого здійснюється міжнародне перевезення товарів, у тому числі документи, за якими здійснюється перевезення до митного кордону (при вивезенні товарів) та від митного кордону до місця призначення (при ввезенні товарів) (п. 1.7 Інструкції про порядок заповнення вантажної митної декларації, затвердженої наказом Державної митної служби України від 09.07.97 № 307).

**Турагент** – 1. Роздрібна туристична фірма, що займається реалізацією турів, які організуються оптовими туристичними фірмами, а також продажем споживачам окремих туристичних послуг (транспортних квитків, екскурсій тощо). 2. Співробітник туристичної фірми. Турагентська діяльність – діяльність з просування та реалізації туристичного продукту, яка здійснюється на основі ліцензії юридичною особою або індивідуальним підприємцем.

**Турброкер** – особа або компанія, яка не має власного транспорту, а орендує його для надання сервісу, включеного в турпакет оптовим продавцем турів.

**Туристична інфраструктура** – сукупність шляхів сполучення та місць розміщення, транспортних засобів, комунікацій та різних установ, необхідних для стабільного функціонування туристичних комплексів. Туристична місткість об'єкта – місткість об'єктів туристичного господарства, що визначає максимальну кількість туристів, які одночасно користуються об'єктами туристичної інфраструктури і не викликають зменшення набору та рівня туристичних послуг.

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

**Туристичний коледж** – середній спеціальний навчальний заклад, який готує фахівців для сфери туризму і готельного господарства; ланка в системі безперервної освіти кадрів туристично-екскурсійної галузі.

**Туристичні карти (картосхеми, плани)** – тематичні карти, що містять певну туристично-географічну інформацію і використовуються організаторами туризму та рекреаційної діяльності, рекреологами, туристами тощо в їх діяльності.

**Уповноважений агент експлуатанта** – відповідальна особа, що представляє експлуатанта чи виступає від його імені під час виконання формальностей, пов'язаних із прильотом повітряного корабля даного експлуатанта (п. 1.3 Інструкції про порядок розшуку багажу, що не надійшов до аеропорту призначення, затвердженої наказом Міністерства транспорту України від 01.11.99 № 526).

**Фактичний перевізник** – особа, яка не є договірним перевізником, але за його повноваженнями виконує повітряне перевезення або частину повітряного перевезення. Наявність зазначених повноважень передбачається доведенням від протилежного (п. 1.4 Положення про порядок проведення конкурсу на право експлуатації міжнародної повітряної лінії, затвердженого наказом Міністерства транспорту України від 28.01.99 № 41).

**Фіксована квота (fix)** – квота із закріпленням певних номерів готельного фонду за конкретним туроператором. Флотель (плавготель, готель на воді) – рекреаційне підприємство сезонного типу, що функціонує повністю на плаву, з розміщенням спальних і громадських приміщень на дебаркадерах чи застарілих теплоходах (місткість 200–300 місць).

**Форс-мажор** – обставина, настання якої не могло бути попереджено стороною, відповідальною за виконання зобов'язання, і є причиною невиконання останнього (наприклад, війна, стихійне лихо тощо).

**Фотосафарі** – туристична поїздка з метою фотографування рідкісних тварин і рослин в природних умовах їх існування.

**Франшиза, франчайз** – незалежний готель або мотель, який має право користуватися фірмовою маркою і платить за це право.

**Фрахт** – це провізна плата власнику транспортного засобу за перевезення вантажів або пасажирів будь-якими шляхами сполучення, особливо морськими і водними (Лист Державної податкової адміністрації України від 13.05.1998 № 5047/11/15-2216 «Щодо визначення терміну «фрахт» та поширення на цей вид оподаткованого доходу норм міжнародних угод про уникнення подвійного оподаткування»).

**Фрахтування** – укладення чартеру. Фул Хаус (full house) – термін позначає завантаження готелю на 100% (всі номери продані).

**Функція рекреаційної місцевості** – здатність природного комплексу надавати відпочиваючим можливість його використання для різних видів рекреаційної діяльності.

**Ходологія** – розділ туристики, що вивчає рухливість людини, її здатність долати природні, психологічні перешкоди; хобі, наслідування інших людей і т.ін. під час відпочинку в природних умовах.

**Хостел** – різновид готелів з невеликим набором послуг, міні-готель (на 5–10 номерів) з багатомісними номерами, де здаються ліжко-місця зі зручностями на поверсі; орієнтований на молодь і клієнтів, які шукають економічне розміщення. Обслуговування гостей забезпечується власником або родиною, які зазвичай проживають у цьому ж будинку.

**Чартер** – договір між власником транспортного засобу (теплохода, літака, автобуса тощо) та фрахтувальником (наймачем) на оренду всього транспортного засобу або його частини на певний рейс або термін.

**Чартер** – договір про фрахт ПС, у якому зазначені сторони, розмір фрахту, період виконання конкретної за номенклатурою та обсягом роботи, позначення ПС та вантажу, місце завантаження і призначення (п. 3.19 Правил з питань процедур експлуатаційної сертифікації та інспектування експлуатантів, затверджених наказом Міністерства транспорту України від 08.08.96 № 254).

**Чартерний рейс** – рейс, замовлений ексклюзивно для спеціальної групи людей, які належать одній організації або їх переліт організовується від одного імені (наприклад, туроператором).

**Чартерний тур** – подорож, яка виконується поза регулярним розкладом руху транспортного засобу на умовах чартеру, тобто оренди (теплохода, літака, автобуса тощо) на певний рейс або термін.

**Часова динаміка функцій рекреаційного об'єкта** – зміна функцій рекреаційного об'єкта (що має як соціальне, антропогенне, так і природне походження) внаслідок виникнення нових суспільних потреб (зміни соціального замовлення). Зміна соціальної ролі характерна для культових об'єктів (церкви, храми, мечеті).

**Шатл-сервіс** – позначення транспорту (літака, автобуса, поїзда), який робить дуже часті рейси, в основному на дуже коротку відстань.

**Шенгенська віза** – єдина віза, яка дає можливість безперешкодно пересуватися територією країн Шенгенської групи (Німеччина, Франція, Бельгія, Голландія, Люксембург, Іспанія, Португалія, Італія, Швеція, Норвегія, Фінляндія, Данія, Австрія, Греція) протягом терміну дії візи.

**Шоп-тур (shop-tour)** – туристична поїздка, метою якої є покупка певних видів товарів, характерних для країни перебування.

### **Іноземна термінологія**

**A-la carte** – меню, в якому кожна страва вказана за своєю ціною. **Back of the House** – служби сервісу, розташовані так, щоб не бути на виду.

**Bed Occupancy** – раціональне відношення кількості спальних місць до кількості заявлених до продажу (середня загрузка).

**Blanket Reservation** – планування якого-небудь визначеного числа кімнат (блоку) для груп.

**Brunch** – приймання їжі після вечері, але до обіду, що заміняє обидва.

**Cabana** – побудова на пляжі (або біля басейну), типу бунгало, яка стоїть окремо від основної будівлі і інколи обладнана як спальня.

**Commercially important persons** – покупець спеціального документа, який дає право йому (їй) займати привілейоване положення стосовно інших пасажирів.

**Complimentary ticket** – безкоштовний проїзд. **Continental breakfast** – легка вечеря (чай, сік або кава, булочка, масло, джем).

**Deluxe** – розкішний тип готелю (приватна ванна і повний сервіс).

**Double-up** – організація системи подвійного заселення (коли незнайомі люди поселені в одному номері, в адміністрації на спеціальному стенді зберігаються 2 картки (чека) в кишенці під номером цієї кімнати).

**Duty-free Goods** – товари, які не підлягають митному податку.

**Endorsment** – повноваження, які полягають в можливості замінити або перереєструвати авіаквиток на інший літак. **English breakfast** – повна вечеря (+ яєчня з телятиною, тости).

**Family Room** – сімейний номер, розміром більше стандартного. **Free port** – порт, де туристи можуть придбати товари без уплати митних податків.

**Front Desk (фронтдеск)** – стійка адміністратора готелю, де гості реєструються.

**Full House (повний дім)** – термін, який визначає загрузку готелю на 100% (всі номери продані).

**Grand master** – один ключ, який відкриває всі гостеві кімнати, які зачинені зсередини.

**Guest History (Card)** – запис повної програми перебування гостя, яка включає зайняті кімнати, оплату, особливі потреби, кредит (такий запис робиться на картках, у великих готелях дані заносяться в комп'ютер).

**Hotel Garni** – готель без ресторану (навіть без сніданку).

**Housekeeper's report** – лист із записами, які знаходяться у фронт-офісі, в якому відбиваються реальні відомості про стан кімнат (прибирання, ремонт і т. д.).

**Inclusive Terms** – тариф на розміщення і харчування (трьохразове).

**Junior Suite** – велика кімната з відгородженим спальним місцем, яке вдень використовується як гостева кімната. **Luggage Pass** – карта, яка дає право туристу на винесення багажу з готелю.

**Master Key** – один ключ, який замінює всі ключі від усіх кімнат на поверсі.

**Most important person** – особливо важлива персона.

**Mystery Tour** – притулок в горах (використовується в гірському туризмі).

**No-Show Employees** – персонал, який працює за розпорядком і проводить роботи суворо за відсутності гостя.

**Out Of Order** – кімната не готова до заселення через помилку, поломку устаткування цієї кімнати.

**Party ticket** – груповий білет.

**Rack Rate** – повний тариф вартості номера (без знижок).

**Referral** – система бронювання, коли в кімнаті залишається щось з особистого майна гостя до його наступного переїзду.

**Residential Hotel** – готель, який довгий час займається гостями, які можуть зробити своєю власністю цей дім або резиденцію.

**Rest House** – невеликий готель.

**Revalidation sticker** – офіційний напис на літньому купоні, що означає нову броню, яка повинна бути зроблена.

**Room Board** – інформація про готельний номер (умови, сервіс, можливості).

**Safe-Deposit Boxes** – індивідуальна секція у сховищі, де гості зберігають цінності, готівкові гроші.

**Service charge** – звичайно від 10 до 20 процентів додається до рахунку для оплати роботи служби сервісу.

**Skipper** – гість, який поїхав таємно, залишив неоплачений рахунок.

**Standby** – пасажир, у якого не має підтвердженої броні, але який чекає в аеропорту можливості вильоту, якщо посадкові місця в літаку з'являться в продажу в останню хвилину. Більшість авіакомпаній пропонують дуже низькі ціни для таких пасажирів.

**Suite** – номер підвищеною комфортабельності з декількома жилими приміщеннями, має зону відпочинку.

**Tourist Class** – також називають екологічний клас. У номері такого класу гість не має особистої ванної.

**Transient Hotel** – готель для транзитних гостей, які зупиняються в готелі на короткий строк на шляху в інший готель (постійне місце відпочинку).

**Very Important Passenger** (дуже важливий пасажир (VIP)) – людина, для якої пропонується особливий сервіс.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна література:

1. Балашова, Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства: навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2012. 184 с.
2. Банько, В. Г. Туристська логістика: Навч. посіб. К. : Дакор; КНТ, 2008. 204 с.
3. Бабарицька В.Н., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг: Навч. посіб. К.: Альтерпрес, 2004. 289 с.
4. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України. Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. К.: ВПЦ Київський університет, 2001. 395 с.
5. Vasylichuk V.M. Tourist features of Germany. Marketing strategy development of tourism sector in the regions of Ukraine of international tourism in the current context of globalization. Editors: Jadwiga Ratajczak, Victoriia Tsypko. Collective Scientific Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2020; ISBN 978-83-66567-07-8; pp. 215, illus., tabs., bibls.  
[https://www.wszia.opole.pl/wp-content/uploads/2020/09/2020\\_tredns\\_in\\_the\\_development\\_of\\_international\\_tourism\\_in\\_the\\_current\\_context\\_of\\_globalization.pdf](https://www.wszia.opole.pl/wp-content/uploads/2020/09/2020_tredns_in_the_development_of_international_tourism_in_the_current_context_of_globalization.pdf)
6. Васильчук В. М. Туризмологія в Україні та світі: історіографія дослідження *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Історія, економіка, філософія*. Вип. 25. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2020. С. 56-72.
7. Vasylichuk V.M. Main stages of development of tourismology as a socio-humanitarian science in Ukraine and the world. *Modern tourism: global challenges and civilizing values*. Monograph. 2022 Katowice: Publishing House of University of Technology, p. 31-48.  
<http://www.wydawnictwo.wst.pl/uploads/files/5d297c6a482a3312b00e9be92431bc43.pdf>
8. Vasylichuk V.M. History, Theory and Prospects of Tourism Development in the Context of Globalisation: Financial Crisis Impact on Tourism Sector *Review of Economics and Finance*, 2022, 20, 300-305. URL: <https://refpress.org/volume-20-review-of-economics-and-finance/> (Scopus).
9. Vasylichuk V.M. History, Theory and Prospects of Tourism Development in the Context of Globalisation: Financial Crisis Impact on Tourism Sector *Review of Economics and Finance*, 2022, 20, 300-305. URL: <https://refpress.org/volume-20-review-of-economics-and-finance/> (Scopus).
10. Васильчук В. М. 7th International Scientific and Practical Internet – Conference Modern problems of improve living standards in a globalized world December 7 – 8, 2022 The Academy of Applied Sciences Academy of Management and Administration in Opole (Poland) Academy of Silesia (Poland) P. 201.
11. Васильчук В. М. Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку: монографія / за заг. ред. Л.В. Безкоровайної. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2022. С. 279-303.



12. Гедін М.С. Аналіз потенціалу релігійного туризму в Україні. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Історія, економіка, філософія*. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2020. Вип. 25. С. 73-91.
13. Гедін М.С. Методичні засади оцінки туристичного потенціалу України в контексті євроінтеграції. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Історія, економіка, філософія*. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2021. Вип. 26. С. 87-99.
14. Maksim Gedin. Theoretical and methodological fundamentals of analysis and assessment of tourist potential of Ukraine. Modern tourism: global challenges and civilizing values. Series of monographs Faculty of Architecture, Civil Engineering and Applied Arts University of Technology, Katowice. Monograph 52. Publishing House of University of Technology, Katowice, 2022. PP. 242-260.
15. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: Альтерпрес, 2004. 436 с.
16. Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму: Навч. посіб. Ніжин: Вид-во НДПУ ім. М. Гоголя, 2004. 264 с.
17. Смирнов І.Г. Логістика: просторово-територіальний вимір: Монографія. К.: Обрії, 2004. 335 с.
18. Смирнов І.Г. Бізнесові основи міжнародного туризму: Навч. посіб. К.: ВПЦ Київський університет, 2007. 112 с.
19. Основи туризмознавства. Практикум. / Устименко Л.М., Булгакова Н.В. К.: Вид-во Ліра К, 2018. 80 с.
20. Основи туризмології: навч. посіб. / О.А. Кручек, С.Ф. Парубець, С.І. Гордієнко. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 234 с.
21. Стафійчук В. І. Туристичне країнознавство: навч. посіб. / В.І.Стафійчук, О. Ю. Малиновська. Херсон: ОЛДІ-Плюс, 2016.808 с.
22. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму / В. К. Федорченко, В.С.Пазенок, О. А. Кручек. Київ : Академія, 2013. 368 с.
23. Crosby., Knight K. Strategy for Sustainable Business. N. Y.: McGraw Hill, 2005. 270 p.
24. Handfield R., Nickols E. Introdution to Supply Chain Management. N. Y.: Prentic Hall, 2005. 183 p.
25. Lawson B., King R., Hunter A. Quick Response: Managing the Supply Chain to Meet Consumer Demand. N. Y.; London: Wiley, 2003. 281 p.
26. Riccio E.F. Logistics Frankly Speaking. Вінниця: Нова кн., 2006. 168 с.
27. Wrigth N.I. The Management of Service Operations. N. Y.; London: Cassee, 2004. p. 11.

## Допоміжна література:

1. Туристичне країнознавство: країни лідери туризму. Навчальний посібник. К.: Алтапрес, 2008. 436 с.
2. Дорошко М.С. Країнознавство. Країни СНД і Балтії : навч. посібник. Чернівці : Книги-XXI, 2008. 308 с.
3. Дорошко М.С. Країнознавство. Країни СНД, Європи і Північної Америки : навч. Посібник. Київ : Ніка-Центр, 2009. 310 с.
4. Дорошко М.С. Країнознавство: країни пострадянського простору, Європи і Північної Америки : навч. Посібник. Київ : Київ. ун- т, 2012. 312 с.
5. Ігнат'єв П.М. Країнознавство країн Азії : навч. Посібник. Чернівці : Книги-XXI, 2006. 423 с.
6. Туристичне країнознавство: країни лідери туризму: Навчальний посібник / За заг. ред О.О. Любіцевої. Київ: Альтернатива, 2008. 436 с.
7. Мальська М.П. Туристичне країнознавство. Європа : навч. посібник. Київ : Центр учб. л-ри, 2009. 224 с.
8. Масляк П.О. Країнознавство : підручник. Київ : Знання, 2007, 2008. 292 с.
9. Парфіненко А.Ю. Туристичне країнознавство : навч. посібник. Харків : Бурун Кн., 2009. 288 с.
10. Головченко В. І., Кравчук О.А. Країнознавство: Азія, Африка, Латинська Америка, Австралія і Океанія: Навчальний посібник. Київ: ЗАТ Нічлава, 2006. 336 с.
11. Семенов В. Ф. Туристичне країнознавство : навч. посіб. / Семенов В. Ф., Стеценко С. В., Олійник В. Д. ; за ред. Семенова В. Ф. - Одеса: Атлант, 2010. - 340 с.
12. Антонюк Н.В. Теоретичні основи країнознавства : підручник Київ Знання, 2011. 326 с.
13. Скабара Р. Європа – як головний рекреаційний регіон світу : лекція з навчальної дисципліни «Туристичне країнознавство» для студентів спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа (спеціалізація «Готельно-ресторанна справа»). <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/1947>

## Інформаційні ресурси

1. Державне агентство України з туризму та курортів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>.
2. Каталог сайтів - турфирми, гостиниці, отелі, пансіонати, санаторії. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [Http://infotravel.com.ua](http://infotravel.com.ua)
3. Сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Сайт Державної служби туризму і курортів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>
5. Tourism Highligts. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.unwto.org>

6. Інформація про туристичні виставки в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.autoexpo.ua/ex/toursalon/](http://www.autoexpo.ua/ex/toursalon/), [www.uitt-kyiv.com](http://www.uitt-kyiv.com).
7. Лига Закон. – Режим доступу : [www.liga.net](http://www.liga.net)
8. Нормативні акти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.nau.kiev.ua](http://www.nau.kiev.ua).
9. Офіційний сайт Всесвітньої організації туризму. – Режим доступу : [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org).
10. Посилання на сайти офіційних туристичних організацій за країнами світу. – Режим доступу : [www.towd.com](http://www.towd.com).
11. Посилання на сайти, присвячені туризму, за країнами. – Режим доступу : [www.123world.com/index.html](http://www.123world.com/index.html).