Розділ 1

ТУРИЗМ
ЯК СУСПІЛЬНЕ ЯВИЩЕ

1.1. Передумови та об'єктивні чинники розвитку туризму

Рух як фізіологічна потреба та пізнання як потреба духовна, можливо, є одними з найвизначніших рис людини. Пізнання, що поширювалось на найближче довкілля, на освоєння певного життєвого простору, є складовою механізму адаптації конкретної людини до конкретного довкілля, етносу – до ландшафту, "що його годує" (за висловом Л. Гумільова) і т. д. 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 закріпилось 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 за межі постійного місця проживання з метою ознайомлення з природою та життям населення іншої території без чітких часових і просторових обмежень є *мандрівкою*, а людина, яка

відправляється в таку подорож – *мандрівник.* Одним із перших мандрівників вважається Геродот, який, задовольняючи власну допитливість, подорожував 2,5 тис. років тому територією Греції та прилеглих до неї земель і залишив їхній опис, цінний дотепер.

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 довкілля на кожному з цих етапів набирала тих рис, які відповідали запитам і можливостям суспільства. Знання довкілля 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 подорож-пізнання "для людства" зі звуженням непізнаного простору все більше ставала подорожжю-пізнанням "для себе".

Що ж стимулювало людство до подорожування? Крім суб'єктивних мотивів, що спонукали окремих особистостей до "зміни місця", існували цілком об'єктивні соціально-економічні передумови, які спирались і спираються на коеволюційний, взаємопов'язаний процес розвитку населення та виробництва. Поліпшення умов життя внаслідок розвитку виробництва зумовлює наступний виток розвитку демографічних процесів, що призводять до зростання чисельності населення, подальшого розвитку виробництва, транспорту й торгівлі, що обумовлюють зміни умов життя і т. п. Тобто пошук ресурсів задля розвитку виробництва та пошук ринків збуту, що стимулювали торгівлю, з одного боку, та зростання чисельності населення, з іншого, можна вважати тими об'єктивними передумовами, які стимулювали подорожування і стали "предтечами" розвитку туризму в подальшому.

Тобто, *туризм,* у його сучасному розумінні та трактуванні, *є результатом тривалого історичного розвитку, складовою культури, соціальним надбанням людства.*

Спираючись на історичний досвід і сучасну практику соціально-економічного розвитку, можна стверджувати, що рушійною силою туризму, тим стрижневим мотивом, який "спонукав" спочатку окремих людей, а дедалі все ширші кола до "зміни місця", і кінцем-кінців, обумовив сучасну феноменальність туризму, є саморозвиток людини, прагнення до пізнання не тільки світу, а й власних сил та можливостей. Феноменом туризм визнали ще у 80-х рр. XX ст. з огляду на прискорену динаміку й масштабність, що й було закріплено відповідними міжнародними документами: "Туризм розглядається як діяльність, що має важливе значення в житті народів, і як така, що безпосередньо впливає на соціальну, культурну, освітню та економічну області життя держав та їх міжнародних відносин. Розвиток туризму пов'язаний із соціально-економічним розвитком націй і залежить від доступу людини до активного відпочинку та відпустки, від її вибору подорожування в межах вільного часу й дозвілля, глибокий гуманітарний сенс яких він підкреслює. Саме існування туризму та його розвиток повністю залежать від забезпечення стійкого миру, в укріплення якого він має внести свій внесок", – зазначено в Манільській декларації зі світового туризму, прийнятій Всесвітньою конференцією з туризму, що проходила в Манілі 1980 р.

Щоб подорожування окремих допитливих та відчайдушних особистостей переросло в масовий тимчасовий рух населення з метою відпочинку та змістовного проведення дозвілля, повинні були скластися відповідні соціально-економічні умови, які б забезпечили цю масовість і певну доступність подорожування, що й перетворило мандрівки в туристичні поїздки. Тобто, *головними рисами, що вирізняють туризм від мандрівок, є масовість і доступність подорожування.* Задля розвинення туризму людство повинно було досягти такого рівня розвитку продуктивних сил і соціальних відносин, які б зробили подорожування безпечним, комфортним і доступним для значної кількості населення, поступово вводячи його до стилю життя цілих суспільних прошарків. Можна вважати появу туризму в сенсі сьогодення певним індикатором цивілізаційного поступу людства, а рівень його популярності в суспільстві – індикатором рівня та якості життя.

Туризм виник на індустріальній стадії розвитку людства, зумовлений такими *об'єктивними чинниками,* як *поступ науково-технічного 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 функції. 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).

Нарешті, технічний прогрес, зокрема, на транспорті, зробив подорожування швидким і комфортним, підвищив його безпечність, а технологічні зміни дозволили удосконалити організаційні форми туризму, прискоривши та спростивши заходи з формування й просування на ринок туристичного продукту, його реалізацію, контроль за якістю тощо. Таким чином, з одного боку, попит на змістовне проведення дозвілля в подорожі, з іншого, – розвиток інфраструктури та удосконалення її технічних і технологічних характеристик, розвиток системи гостинності, об'єктивно зумовили прискорений розвиток туризму (рис. 1.1).

Рис. 1.1. Взаємозв'язок об'єктивних чинників розвитку туризму

Таким чином, туризм є наслідком об'єктивних процесів соціально-економічного розвитку, обумовлений психофізіологічними особливостями людини, прагненням до пізнання світу. Туризм формувався протягом тривалого історичного періоду і "виріс" із подорожування, мандрівництва тощо. Мандрівка – переміщення людини, груп людей, об'єднаних певним інтересом (експедиції, міграції тощо), у просторі та часі, відповідний спосіб життєдіяльності, притаманний певним етносам (напр. пуштуни, белуджі), окремим індивідуумам (дервіші). Відповідно, мандрівники можуть іменуватися мореплавцями, натуралістами, першовідкривачами тощо. Туризм є різновидом подорожування, що має чіткі часові обмеження та певні форми організації. Найхарактернішими ознаками туризму є масовість і доступність подорожі.

1.2. Основні поняття та визначення туризму

Дефініції, які розкривають поняття "туризм", відображають у першу чергу праксеологічно-теоретичний аспект, що свідчить про дуалістичний характер сучасного туризму й обумовлює відповідну логіку розкриття даного феномену.

Основні підходи до визначення сутності туризму спираються на мобільний характер, рід занять або мету поїздки, термін пересування, організаційні засади. Звідси туризм розглядається як:

- ✓ вид тимчасових міграцій, що мають здебільшого сезонний характер;
- ✓ складова рекреації, її активна форма, з метою відпочинку, розваг, оздоровлення, пізнання природи, культури та побуту населення інших територій тощо;
- ✓ форма виховання фізичних і розумових здібностей людини через поширення знань із краєзнавства та країнознавства, історії, географії, культурології, що надаються в процесі подорожування; через формування системи фізичних навантажень, загальної фізичної підготовки, знань, умінь та навичок виживання в природних умовах, долання природних перешкод тощо;
- ✓ один із різновидів міжнародних відносин, "що здійснюються на підставі міжнародних угод з урахуванням діючих міжнародних звичаїв";
- ✓ вид економічної діяльності, спрямований на задоволення потреб подорожуючої людини в безпечних і комфортних умовах проведення вільного часу поза місцем постійного проживання;
- ✓ галузь господарства, складова світового ринку послуг, розвиток якої ґрунтується на специфічному виді споживання.

Така багатоплановість туризму зумовлює значну кількість дефініцій, кожна з яких, залежно від поставлених задач, акцентується на тій чи іншій його грані.

Слово **tourisme** французького походження від "tour" – прогулянка, поїздка, колоподібний рух, а людина, що здійснює цю поїздку, подорож, є **touriste** – турист, мандрівник. Аналогічне тлумачення наводить і Вебстерський словник англійської мови: "tourist – той, хто здійснює поїздку заради власного задоволення або розширення культурного кругозору".

Розвиток поняття "туризм" відповідний розвитку суспільних функцій, виконаних туризмом. Звідси й численні тлумачення цього поняття, які здебільшого мають за мету визначити його: 1) соціально-економічну сутність; 2) статус у міжнародно-правових відносинах;

3) статистичний облік на кожному з етапів соціально-економічного розвитку суспільства.

Найбільш загальне визначення туризму запропоноване фахівцями Бернського університету (Швейцарія) В. Хунзикером та К. Крапфом: "Туризм – це ряд явищ і взаємин у результаті подорожей людей, доти, доки не призводить до їхнього постійного перебування у визначеному місці і не пов'язане з одержанням ними якої-небудь вигоди (прибутку)".

На етапі післявоєнного відродження туризму й наростання туристичного руху (1954) Організація Об'єднаних Націй прийняла таке визначення: туризм – це активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний з пересуванням за межами постійного місця проживання. У подальшому практично всі міжнародні документи, пов'язані з розвитком туризму, так чи інакше трактували його сутність, і акценти поступово зміщувались з особистісних, зазначених вище, до соціально значущих, гуманістичних, де основне призначення туризму вбачалося як внесок у міжнародну безпеку і стабільність, мир і взаєморозуміння між народами, що відображає зміни ролі туризму в суспільному розвитку, його глобальний характер. Зокрема, Гаагська декларація з туризму (1989) зазначила гуманний аспект останнього, його нову роль як засобу підвищення якості життя всіх народів та важливого фактора укріплення миру й міжнародного взаєморозуміння. Визначила, що туризм став явищем, яке ввійшло в повсякденне життя сотень мільйонів людей; що туризм може бути ефективним засобом сприяння соціально-економічному розвитку всіх країн; що невичерпне природне, культурне та людське довкілля є основною умовою розвитку туризму, а раціональне управління туризмом може бути значним внеском у захист і розвиток навколишнього природного середовища та культурної спадщини, у підвищення рівня життя.

Ключовим поняттям усіх міжнародних документів і наукових дефініцій є *поняття "турист",* тлумачення якого важливе з огляду на міжнародний характер туристичних переміщень і необхідні формальності. Одне з перших визначень цього поняття прийняте у 1963 р. на Конференції ООН з міжнародному туризму в Римі та уточнене в Рекомендації Сеульської декларації "Мир і туризм", 2001 р.: "Для статистичних цілей поняття "тимчасовий відвідувач" включає будь-яку особу, яка відвідує будь-яку іншу країну, крім тієї, яка є його постійним місцем проживання, за будь-якої причини, крім занять професійною діяльністю, яка винагороджується в країні відвідування. Це визначення охоплює: *туристів, тобто тимчасових*

відвідувачів, які перебувають у країні відвідування як мінімум 24 год; цілі їх подорожування можуть бути згруповані таким чином: a) заради задоволення: відпочинок, відпустка, здоров'я, освіта, релігія, спорт; b) з діловою метою, за сімейними обставинами, відрядження та участь у конференціях; екскурсантів, тобто тимчасових відвідувачів, які перебувають у країні менше 24 год (включно з круїзними туристами). Статистичні дані не повинні включати подорожуючих, які в юридичному сенсі не в'їхали в країну (подорожуючи літаком, які не залишають транзитну зону аеропортів, чи аналогічні випадки)" [7, с. 186]. До категорії туристів також не належать екіпажі повітряних і морських суден, особи, які перебувають на дипломатичній роботі та члени їхніх сімей, кочівники, особи без постійного місця проживання.

Узагальненим визначенням категорії "турист" можна зазначити таке: *турист – суб'єкт туризму, особа, яка здійснює подорож, задовольняючи свої рекреаційні потреби відповідно до суб'єктивної мотивації.*

Тлумачні словники (О. Бейдик, 1997 р.; І. Зорин, В. Квартальнов, 1999 р.; В. Федорченко, І. Мініч, 2000 р.; М. Біржаков, В. Нікіфоров, 2002 р.) здебільшого підкреслюють дуалістичний характер туризму, зазначаючи, що сучасне розуміння туризму як різновиду подорожі підвладне значному впливу економіки й політики. Звідси, туризм – це: а) особливий масовий різновид подорожей з чітко визначеними цілями туризму, які здійснюються власне туристами, тобто є діяльністю самого туриста; б) діяльність з організації та здійснення подорожі, тобто туристична діяльність, яка здійснюється підприємствами індустрії туризму й суміжних галузей [2]. Звідси трактування *туризму як галузі сфери послуг, що призначена для задоволення потреб людини, яка подорожує.*

У процесі розвитку туризм сформував *індустрію туризму* – сукупність взаємопов'язаних галузей і видів діяльності, цільовим призначенням яких є організація споживання специфічного туристичного продукту.

Туристичний бізнес є видом підприємницької діяльності з виробництва послуг та товарів туристичного призначення, які реалізуються на туристичному ринку з метою отримання прибутку.

Туристичний ринок – це система відносин, сформована попитом (турист) і пропозицією (індустрія туризму) щодо формування та споживання туристичного продукту.

Туристичний продукт можна розглядати як специфічні споживчі блага (сукупність товарів, послуг і дійсних туристичних благ: клімат, ландшафт, акваторії тощо), які задовольняють потребу подорожуючої людини і сприяють здійсненню мети подорожі.

Відповідно до науково обґрунтованих визначень, що розкривають дуалістичний характер туризму як самодіяльності туриста та як виду економічної бізнес-діяльності й визначень міжнародних документів, де розкривається зміна функцій туризму в сучасному суспільстві, можна запропонувати таке визначення:

Туризм – соціально-економічне явище, сформоване історично та представлене самодіяльністю конкретної особи з метою проведення вільного часу й діяльністю підприємств індустрії туризму з організації подорожі та споживання туристичного продукту, що визначається масовістю й організованістю процесу узгодження попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг.

У Законі України "Про туризм", 2003 р. зазначається, що "туризм – тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування", а "турист – особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з незабороненим законом країни перебуванням на термін від 24 год до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін".

Подорож здійснюється туристом, а організаторами подорожі можуть виступати бізнесові структури (підприємства та установи), що надають послуги під час подорожування, забезпечуючи безпечне й комфортне тимчасове перебування в місцях, розташованих поза звичним середовищем життєдіяльності. Ці бізнесові суб'єкти здійснюють підприємницьку діяльність з формування та споживання специфічного туристичного продукту та товарів туристичного призначення на ринку туристичних послуг і є складовими індустрії туризму. Індустрія туризму складається з галузей та видів діяльності, основним призначенням яких є задоволення потреб туриста. Вона є складовою ринку послуг, потужною сферою економічної діяльності світового господарства.

1.3. Функції туризму

Туризм, з огляду на достатньо тривалий і складний процес формування, дуалістичний зміст, зростаючу комунікативну роль у міжнародних відносинах, виконує в сучасному суспільстві різнопланові функції. Але в першу чергу слід підкреслити , що роль туризму в сучасному суспільстві зростає, а його функції урізноманітнюються.

Туризм – явище поліфункціональне. Серед основних функцій туризму слід зазначити рекреаційну (відпочинок, відновлення сил,

оздоровлення), лікувальну, соціальну, культурну, екологічну, економічну, просвітницьку, виховну, спортивну, релігійну та інші.

Рекреація як біологічна функція й соціальне надбання певного етапу розвитку людства сама є поняттям широким і поліаспектним [1]. Туризм є мобільною складовою рекреації, її активною формою, пов'язаною з доланням простору задля відпочинку, розваги, лікування або з будь-якою іншою метою, не пов'язаною з отриманням прибутку. Сутністю *рекреаційної функції* туризму є фізіологічна (відновлення фізичних сил, оздоровлення, відпочинок) і психологічна (зміна місця, оточення, набуття нових вражень та відчуттів) релаксація. До рекреаційної можна віднести і лікувальну функцію – відновлення фізичних сил та здоров'я людини.

Подорожуючи, людина поглиблює свої знання про світ, набуває особистого досвіду. Часто мандрівники в своїх літературних творах ділилися цими враженнями і така література завжди користувалась попитом, оскільки задовольняла жагу дослідження незнаного. Звідси й дослідницька мета, пов'язана з просвітництвом, розвивалась разом із розвитком туризму.

Туризм виступає засобом комунікації та саморозвитку, підвищення рівня освіченості та загальної культури шляхом ознайомлення з культурою, побутом, традиціями та віруваннями, стилем та характером життя інших народів, з культурною спадщиною людства та перлинами природи. Безпосереднє спілкування різних народів і різних культур сприяє взаємозбагаченню й саморозвитку культури, відіграє значну роль в укріпленні миру та порозуміння на планеті, розширює культурні та ділові контакти, урешті-решт формує глобальне соціокультурне середовище завдяки прискоренню культурної дифузії. Можна стверджувати, що саме в XX ст., завдяки масовості, *туризм став явищем сучасної культури*. У багатьох міжнародних документах зазначаються культурний і духовний аспекти туризму. Зокрема, у вже згадуваній Манільській декларації зі світового туризму, п. 21: "У практиці туризму духовні цінності повинні домінувати над елементами матеріального та технічного характеру. Такими основними духовними цінностями є: а) повний та гармонійний розвиток особистості; б) постійно зростаючий пізнавальний та виховний внесок; в) рівні права у визначенні власної долі; г) вивільнення людини, під яким розуміється право на повагу його гідності та індивідуальності; д) визнання самобутності культур та повага до моральних цінностей народів" [7, с. 56]. У Глобальному етичному кодексі туризму (Сантьяго, 1999) також підкреслено, що "туристичну діяльність слід планувати таким чином, щоб забезпечити

збереження та процвітання традиційних ремесел, культури та фольклору, не зводячи їх до стандартизації та збіднення".

З іншого боку, туризм, прискорюючи культурний обмін, прискорює інноваційні процеси в культурі. У зв'язку з цим актуальною стає проблема культурних комунікацій: поведінки туристів в іншому культурному середовищі, спроможність і здатність до сприйняття іншої культури, інших культурних традицій, а з іншого боку – здатність населення приймаючої країни (території) до вияву гостинності, доброзичливості.

Туризм як форма проведення дозвілля притаманний лише певній частині населення, що має вільний час та відповідний рівень життя, який дозволяє використати цей вільний час для відпочинку й саморозвитку в подорожі. Тобто подорожування виступає ознакою певного рівня та стилю життя, фіксатором соціального статусу, засобом закріплення іміджу й інших соціальних ознак. Доступність туристичних послуг, соціальна орієнтованість туризму розширює коло споживачів, прилучаючи нові й нові верстви населення до туризму, вводить його до стилю життя суспільства, вирівнюючи соціальні можливості населення. Таким чином, оздоровлення населення, підвищення його працездатності та рівня культури шляхом здійснення культурно-просвітницької та рекреаційної діяльності посилює *соціальну* значущість туризму. "Соціальний туризм – це мета, до якої суспільство повинно спрямовуватись в інтересах менш забезпечених громадян щодо забезпечення їх права на відпочинок" [7, с. 55]. Соціалізація туризму, його доступність для більш широких верств населення завдяки проведенню відповідної державної туристичної політики має стати суспільною метою, сферою державної опіки та посиленої уваги задля зменшення соціальної напруги. "Особливо корисними формами туризму, які слід стимулювати, є поїздки з релігійними, оздоровчими, просвітницькими цілями, а також для культурних і мовних обмінів", – зазначено в Глобальному етичному кодексі туризму.

Релігійна функція туризму, споріднена з культурною, забезпечується паломництвом та релігійним туризмом. Паломництво, ґрунтоване на вірі, бажанні бути особисто присутнім у місцях, пов'язаних з певними священними подіями (діяннями) і тому сакралізованих, яким надані таким чином сакральні, духовні функції, є рухом до цих сакральних місць. Паломництво (відвідування сакральних місць) є актом духовності, віри, яке здійснюється вірянами певної релігії чи конфесії добровільно. В одних релігіях (напр., у мусульманстві) паломництво є однією з обов'язкових чеснот

віруючого, де здійснення хаджу (паломництва до Мекки як центру ісламу, Медини та інших місць, пов'язаних з діяннями пророка Магомета) схвалюється, в інших (напр., у християнстві) церква здебільшого нейтрально ставиться до паломництва як явища, однак забезпечує паломницький рух і здійснення паломниками своєї релігійної мети. Фактично, паломництво притаманне всім релігіям і трактується як духовне добровільне діяння віруючого. Паломництво має дуже давню традицію, безперервність якої простежується принаймні з античних часів, завдяки згадкам у різних письмових джерелах. Таким чином, відповідно до мотивації та мети подорожі, паломництво можна розглядати як предтечу туризму. У сучасних умовах розвиненої індустрії туризму паломницький рух забезпечується достатньо розвиненою інфраструктурою, має різноманітну пропозицію та форми організації. Таким чином забезпечується релігійна мотивація подорожування.

Поряд із паломництвом розвивається й релігійний туризм, який на відміну від паломництва може бути здійснений не обов'язково вірянами певної релігії, не обов'язково передбачати здійснення певних ритуалів, а мати за мету перш за все ознайомлення зі святинями та догматами певних релігій. У цьому релігійний туризм подібний до екскурсійного і також реалізує просвітницьку, виховну мету.

Дедалі більшого значення набуває *екологічна функція* туризму. З одного боку, туризм виступає споживачем певних природно-рекреаційних благ і зацікавлений у їх збереженні. З іншого боку, зростання попиту призводить до збільшення антропогенного тиску на територіальні рекреаційні системи, особливо традиційні або модні. Це одразу ставить цілий ряд питань збереження світової й національної природної та культурно-історичної спадщини, зокрема засобами туризму. У той же час розширення та інтенсифікація туристичної діяльності сприяють залученню нових територій, а технічні можливості дозволяють їх освоїти. Саме тому захист довкілля має бути невід'ємною складовою розвитку туризму, однією із ключових проблем його стійкого розвитку.

У багатьох міжнародних документах з туризму звертається увага на туризм як фактор стійкого розвитку (збалансованого щодо природного середовища): "всі учасники туристичного процесу зобов'язані охороняти природне середовище та ресурси з метою забезпечення здорового, поступального та стійкого економічного зростання на благо рівноправного задоволення потреб та прагнень сьогоднішніх та завтрашніх поколінь", – зазначається в Глобальному етичному кодексі туризму.

Екологічний імператив навіть сформував такі напрями сучасного туризму, як екотуризм, що ґрунтується на відповідальному ставленні до природної й культурної спадщини, дотримується діючих норм рекреаційного навантаження та правил експлуатації природних об'єктів у туризмі.

Беззаперечно значною є *економічна функція* туризму. Потреби подорожуючої людини, з огляду на масовість, сформували галузь сфери обслуговування населення. Подальше зростання запитів стимулювало розвиток галузі, а мультиплікативний ефект і комплексний характер споживання / обслуговування сприяли її переростанню в індустрію туризму – міжгалузевий комплекс, спрямований на задоволення туристичних потреб населення. Кількість туристів, які подорожують за межі своєї країни, становить у середньому понад 700 млн осіб, а з урахуванням внутрішніх туристів ця цифра може зрости на порядок. Тобто, за межами своєї країни відпочиває майже кожен десятий житель планети. А в подальшому передбачається зростання чисельності подорожуючих.

Зростаюча індустрія туризму потребує кадрового забезпечення, а різноманітність праці створює широкі можливості використання як кваліфікованої, так і некваліфікованої праці. Сьогодні в індустрії туризму зайнятий кожен десятий працюючий, а кожне п'яте нове робоче місце створюється саме в цій сфері.

Зазначені характерні ознаки роблять туризм ефективною галуззю господарства, що відіграє дедалі більшу роль як у національних економіках, так і в світовій торгівлі послугами. На туризм і споріднені з ним галузі припадає майже 40 % обсягу світової торгівлі послугами. Щорічні прибутки від туристичної діяльності становлять у середньому майже 500 млрд $ і також постійно зростають.

Туризм – одна з найбільш сталих складових світової економіки, яка за останні десятиріччя має стабільні (у середньому 5 % на рік) темпи зростання і не зазнає коливань попиту / пропозиції, тому вважається одним із найперспективніших напрямів соціально-економічного розвитку. На сучасному етапі туризм став частиною стилю життя більш ніж третини людства, а участь у туристичному процесі можна розглядати як складову якості життя.

Економічна складова туристичної діяльності проявляється не тільки в комерційній спрямованості, а й в посиленні соціальної та екологічної ролі туризму (реставрація пам'яток історії та культури, природоохоронні заходи, реконструкція матеріально-технічної бази, освітянська та виховна робота засобами туризму тощо), що свідчить про гуманістичну спрямованість туризму. Тому сучасний етап розвитку туризму можна охарактеризувати як етап переосмислення його ролі та значення в

людській життєдіяльності – від "примхи багатих гультяїв" – через туризм як ефективну галузь господарства зовнішньоекономічного спрямування – до туризму як соціокультурного явища, яке визначає певний етап розвитку людства і є складовою суспільних глобалізаційних процесів.

Трактування сутності туризму як суспільного явища, змістом якого є забезпечення доступності подорожування, відпочинку, оздоровлення, розваг та здійснення будь-якої іншої некомерційної мети, спрямованої на саморозвиток особистості, дозволяє розподілити його суспільні функції таким чином: а) соціокультурні (виховання, просвітництво, дослідження, самоосвіта в процесі подорожування) зі спрямованістю на соціалізацію туризму, його доступність для широких верств населення; б) екологічні, тісно пов'язані з попередніми і спрямовані як на охорону довкілля як туристсько-рекреаційної складової турдіяльності, так і на формування екологічно спрямованих напрямів туризму, наприклад, екологічного туризму; в) економічні, які репрезентовані формуванням індустрії туризму, ринку туристичних послуг і бізнес-діяльністю ринкових суб'єктів, яка спрямована на розвиток інфраструктури туризму, масову реалізацію туристичного продукту та організацію його споживання.

Тобто, економічна функція туризму є визначеною, такою, що сформувала сферу економічної діяльності, одну з найдинамічніших галузей світового господарства, але серед пріоритетів сучасності домінуючою є соціокультурна та екологічна функції туризму як такі, що забезпечують стрижневу мотивацію цього явища – саморозвиток особистості. Але реалізація цих останніх функцій туризму спирається на першу, економічну, розвинену туристичну інфраструктуру, прибутковість індустрії туризму, щільний ринок попиту / пропозиції туристичного продукту, які стимулюють і дозволяють реалізувати подорож на безпечному й комфортному рівні, задовольнити потребу особистості у зміні вражень, відпочинку, здійсненні своїх спортивних чи релігійних прагнень тощо.

1.4. Структура туризму

Різноманітні функції туризму відображені в тих чи інших видах та формах туризму, що обумовлює його диверсифіковану структуру, тобто структуру, яка постійно ускладнюється, урізноманітнюється відповідно до змінних умов туристичного ринку.

Одним із класичних методів наукового пізнання структури досліджуваного об'єкта є класифікація або групування залежно від поставленої мети. На сьогодні не існує єдиної визнаної

класифікаційної структури туризму, але є чітко сформоване уявлення про види й форми туризму, тому структурування туризму за видами та формами можна вважати достатньо вивченим питанням. Одна з найперших класифікацій видів і форм туризму була запропонована М. Крачилом [4]. У сучасній літературі з туризму цьому питанню приділяється завжди достатньо уваги, класифікація видів та форм туризму представлена в більшості видань (напр. у роботах В. Гуляєва, В. Герасименка, Т. Сокол тощо).

Загальною основою для класифікації можна вважати мотивацію до подорожі та її мету.

Мотивація до подорожування є суб'єктивною, але має об'єктивне коріння. Такими об'єктивними передумовами формування туристичної мотивації, тобто проведення дозвілля в подорожі, є перш за все тип соціально-економічного розвитку країни. У країнах високого й середнього рівня соціально-економічного розвитку об'єктивно формуються сприятливі соціальні та економічні умови життя, до яких можна віднести умови та рівень оплати праці, наявність соціальних гарантій, масив вільного часу та можливості його використання, високий рівень освіти й культури населення та інші ознаки, характерні для такої соціальної стратифікації суспільства, коли основну частку населення становлять люди, належні до середнього класу. Відповідно формується певний стандарт життя, до якого органічно входить проведення вільного часу в подорожі – туризм. Формування стандарту життя є складним процесом, який, з одного боку, заглиблений у традиційну етнічну культуру кожного народу, а з іншого, містить у собі риси загальносвітового соціокультурного процесу, ґрунтуючись на здобутках сучасної інформаційно-технологічної революції. Життєвий стандарт індивідуума формується залежно від соціального стану, суспільного статусу та етнічної належності, має успадковану й набуту систему цінностей та інформації, ґрунтується на певному рівні культури і закріплюється в ментальності, формуючи сприйняття та поведінку. Ще складнішим і багатовимірним є процес формування стандарту життя соціуму. Але загальні закономірності суспільного розвитку, спрямовані на саморозвиток особистості, інтелектуалізацію праці й підвищення якості життя об'єктивно спричиняють включення до життєвого стандарту туризму. За таких умов можна говорити про формування "туристичного стилю життя" або такого стандарту життя серед більшості населення, де туризм займає не останні позиції в потребах особистості, що свідчить про його доступність.

За означеним критерієм можна виділити країни:

- ✓ "туристичного стилю життя", де туризм органічно вплетений у систему потреб більшості населення і є невід'ємною складовою проведення вільного часу, а на його соціалізацію, тобто доступність для широких верств населення, спрямовані як державні, так і недержавні програми. До цієї категорії належать високорозвинені й середньорозвинені європейські країни;
- ✓ "відновно-туристичного стилю життя", характерного для колишніх соціалістичних країн, нині більшості країн СНД, де, завдяки планомірній державній підтримці туризму, він був економічно доступний значним верствам населення. За соціалістичного суспільного розвитку туризм виконував передусім ідеологічно-пропагандистські функції з пропаганди радянського способу життя та комуністичних ідеалів. Туристична політика була спрямована на максимальне здешевлення послуг, а доступність зумовлювалась певними ідеологічними орієнтирами. Тому за умови зняття цих обмежень і зростання рівня життя населення в суспільстві відновлюється "туристичний стиль життя", поширюючись із заможних на середні верстви населення;
- ✓ "вибірково-туристичного стилю життя", де туризм як спосіб проведення дозвілля притаманний тільки заможним верствам населення, які становлять незначну частину суспільства, а решта суспільних прошарків не має ні соціокультурної мотивації, ні економічних можливостей для подорожування, тобто доступність туризму мінімальна. Туристична діяльність сприймається більшістю населення тільки як сфера прикладання праці, до того ж робота в системі закладів індустрії туризму є досить престижною. До такого типу належать країни, що розвиваються.

Таким чином туризм як спосіб проведення вільного часу є певним індикатором якості життя населення, а його доступність забезпечує масовість туристичного руху.

Класифікуючи туризм, нсамперед слід виділити *два* великі *класи подорожей*, які мають суттєві правові та організаційні відміни: 1) *внутрішні* – в межах країни, які здійснюються особами, що є резидентами даної країни, тобто постійно там проживають; 2) *міжнародні* – за межами країни. Міжнародні подорожі є складовою міжнародних відносин, виступають комунікатором соціокультурних відносин між народами різних країн, фактором порозуміння та міжнародної стабільності.

Міжнародний туризм поділяється на в'їзний (іноземний) – із забезпечення прийому та обслуговування іноземних громадян у

певній країні, куди вони прибули на певний час з туристичною метою; та *виїзний (зарубіжний)* – поїздки громадян за межі країни, де вони постійно проживають, з туристичною метою на термін від 24 год до одного року. Такий поділ має суттєве економічне значення, оскільки в такому випадку туризм виступає частиною експортно-імпортних зв'язків країни.

Подорожі громадян власною країною та іноземних громадян у межах даної країни об'єднуються в *національний туризм* (рис. 1.2).

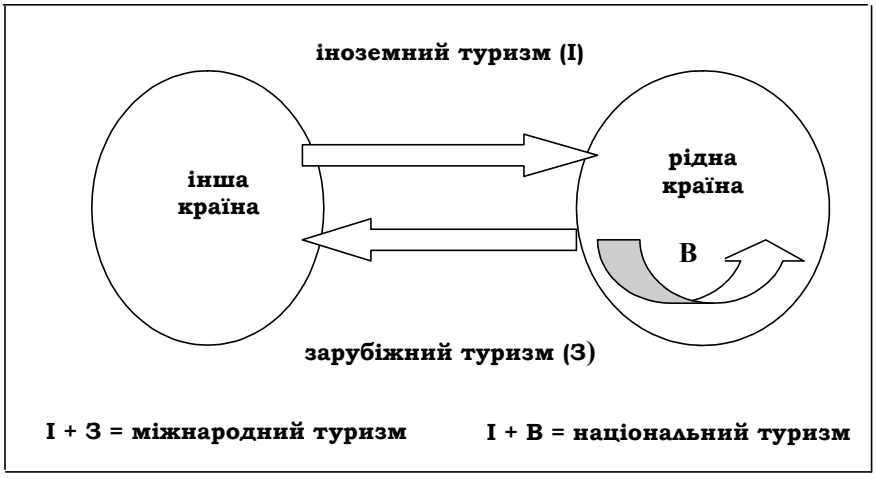

Рис. 1.2. Схема формування національного туризму

Особистісна мотивація до здійснення туристичної подорожі обумовлена соціумом, до якого належить особистість, а також залежить від віку, статі, місця проживання, роду занять, рівня освіти та інших геодемографічних чинників, що формують певну шкалу цінностей, ціннісні орієнтири особистості.

За ціннісними пріоритетами можна виділити таку туристичну мотивацію:

- ✓ природа, коли фізико-географічні особливості території (сприятливий клімат, мальовничі ландшафти, наявність унікальних чи малопоширених пам'яток природи) у поєднанні із впевненістю в екологічній безпеці та можливістю побути наодинці з природою у відносно малолюдній місцевості стають основою туристичної мотивації. Орієнтація на цю групу цінностей передбачає активне проведення дозвілля в межах територій природно-рекреаційної спеціалізації;

- ✓ культурно-історичні пам'ятки, особливо ті, що становлять Світову культурну спадщину і споконвічно притягували до себе відвідувачів. Здебільшого це – об'єкти екскурсійного показу, що становлять основу формування туристичних центрів;
- ✓ комфорт, престижність, мода та інші мотиви того ж ряду, де превалюючим мотиваційним моментом є безтурботне проведення дозвілля в розвагах на курорті.

Ціннісна шкала туристичної мотивації також залежить від типу особи (імпульсивний, конформістський, авторитарний, честолюбний), суттєво впливає на її вибір. За вимогами до турпродукту виділяють шість сегментів: S-тип – відпочиваючий, що надає перевагу пасивному відпочинку біля моря, спокою та комфорту; F-тип – турист, який понад усе надає перевагу зміні вражень, тому воліє подорожувати на далекі відстані і тільки туди, де "вирує життя", де є товариство, задоволення, флірт; W-1-тип – полюбляє лісові прогулянки та походи, надає перевагу активному відпочинку, під час якого прагне підтримувати хорошу фізичну форму, але професійно спортом не займається; W-2-тип – на відміну від попереднього – більше спортсмен, ніж аматор, тому при виборі туру орієнтується на можливість займатися улюбленим видом спорту (до екстремальних умов включно); A-тип – полюбляє ризик, пригоди, прагне нових гострих вражень, випробувань; B-тип – допитливі туристи, що подорожують із просвітницькою метою, основою їх подорожі є ознайомлення з визначними пам'ятками. У межах типу виділяють три різновиди: а)"експерти", що "колекціонують" визначні пам'ятки, які вони відвідали; б)"емоційні любителі культури та природи", які прагнуть їх побачити й отримати від цього насолоду; в)"спеціалісти", що прагнуть не тільки побачити, але й поглибити свої знання в певних напрямах культури.

Шкала туристичних цінностей дуже мінлива: вона змінюється з часом відповідно до можливостей споживання (напр. гірські території стали користуватись значним попитом лише на певному етапі науково-технічного поступу, який забезпечив безпечне й комфортне перебування в горах і сприяв розвиткові лікувального, гірськолижного, спортивного туризму); коливається відповідно до моди; має значні регіональні відміни. Мотиваційні пріоритети змінюється з віком, зі зміною сімейного та соціального стану, тобто з певними корективами стилю життя. Саме мотиваційна спорадичність обумовлює як загальну позитивну динаміку туристичного процесу, так і його географічні зміни. До того ж туристичні мотивації завжди ґрунтуються на всьому, так би

мовити, "букеті", а конкретний вибір обумовлений дією численних чинників.

Мотиваційні пріоритети значною мірою залежать також від здатності потенційного споживача адаптуватися до природних та соціокультурних умов іншого середовища. Оцінка власних адаптивних можливостей суттєво впливає на вибір напрямку та виду подорожі. За цією ознакою можна виділити такі групи:

- ✓ ті, що прагнуть відкрити для себе зовсім інше середовище – інша природа (природно-кліматична зона), інша культура. Це середовище сприймається як екзотичне, але саме екзотика була основним мотивом до здійснення подорожі. Можливі варіанти сприйняття: від захвату та адаптації до середовища – до несприйняття (фізіологічного чи соціокультурного);
- ✓ ті, що згодні змінити звичне середовище на дещо інше – інша природа, але споріднена культура; інша культура, але подібне природне середовище. Це сприймається більше як цікаве, незвичне, потребує часткового пристосування (на рівні акліматизації в першому випадку чи сприйняття – у другому), але не потребує значних адаптивних зусиль;
- ✓ ті, що неохоче змінюють звичне середовище і воліють цього не робити, обмежуючи подорожі задля звичності й комфорту (як фізіологічного, так і душевного) подібним середовищем – подібні природні умови та подібна культура, яка не сприймається як екзотична і не потребує пристосування.

Туристична мотивація урізноманітнює мету подорожі. Слід зауважити, що чітка мета подорожі найчастіше зумовлена наявністю певного хобі, моди, престижу, тобто домінуючим мотивом. Найчастіше подорожування має на меті одразу декілька цілей, з яких одна чи дві є домінуючими, що обумовлюють вибір певного виду туризму, а інші – такими, що бажано реалізувати в процесі подорожування через додаткову пропозицію в місці відпочинку.

Мета подорожі може бути рекреаційно-оздоровча (відпочинок і розваги), лікувальна, релігійна, спортивна, пізнавальна (ознайомлення з пам'ятками природи та культури, із життям місцевого населення, спілкування з колегами, проведення спільних досліджень тощо), навчальна, загартування та випробування власних сил, відвідування родичів або землі предків, особиста участь у подіях (спортивних, фестивальних).

Саме мета подорожі формує видову структуру туризму. За даними Всесвітньої туристичної організації, найпоширенішою метою подорожування є бажання відпочити та розважитись (майже 70 %

від загального потоку подорожуючих). Ця мета реалізується такими *видами туризму,* як *рекреаційний* (оздоровлення, відпочинок на кліматичному курорті), який сполучається з *пізнавальним* (екскурсійним), здійснюваним задля знайомства з історією, культурою, архітектурними та природними пам'ятками іншої місцевості, з *розважальним*, до якого включають подорожі, які здійснюються заради особистої участі в певних заходах: виставках, фестивалях, конкурсах, святкуванні календарних релігійних чи етнічних свят, карнавалах тощо. Про диверсифікацію туристичного ринку свідчить значна кількість видів туризму, які одночасно реалізують різну мету, найчастіше пізнавальну й розважальну. Зокрема, до таких видів туризму можна віднести "подієвий", який передбачає особисту участь у певних дійствах. До подієвого туризму належать також "ігрові" тури, які передбачають певне перевтілення туриста залежно від пропонованої ситуації (напр., участь у середньовічному лицарському турнірі, певна ігрова роль в імітаціях подій тієї чи іншої битви, скажімо, битви при Ватерлоо чи Бородінської часів війни з Наполеоном і т. п.).

Швидше до розважального, ніж екстремального, можна віднести *військовий* туризм, що почав розвиватися останнім часом. Військовий туризм надає можливість відчути себе в умовах військових навчань чи здійснення бойових дій і полягає в можливості оволодіння туристами навичок водіння бойових машин (танків, БТР тощо), здійснити політ у надзвуковому літаку, стрибнути з парашютом або навіть відвідати район бойових дій.

Поєднання пізнавальної функції з пригодницькою мотивацією сформувало *пригодницький* туризм, який надає можливість повністю змінити звичне середовище (не тільки у просторі, але й в часі), випробувати себе в незвичній ситуації, поринути у пригоди зі щасливим завершенням. Це можуть бути програми, які пропонують пожити життям первісної людини часів палеоліту чи життям патриція в Давньогрецькому полісі, зануритись в атмосферу давнього Царства Майя в Белізі, здійснити подорож у фургонах до підніжжя Аннапурни в Гімалаях або стати на певний час шукачем алмазів і дорогоцінного каміння біля підніжжя Гіндукушу чи в Каракорумі, можна повечеряти в замку з привидами, відбути термін ув'язнення в тюрмі та стати учасником багатьох інших пригод.

Різновидом пізнавально-розважального туризму є *гастрономічний* туризм, який останніми роками набирає більшої ваги: свята пива ("October-Fest"), молодого вина (винні тури, напр. долиною Рейна чи Луари), бринзи (Рахів, Закарпатської області України) тощо. Цей вид

туризму практично завжди має елементи етнічного забарвлення і може бути включеним до напряму *етнічного* туризму. Зміст етнічного туризму поки що остаточно не визначено і здебільшого його трактують дещо звужено: відвідування родичів, друзів та знайомих або місця походження родини, відвідування "землі предків". У розширеному варіанті до етнічного туризму слід віднести також різновид тематичних програм та екскурсій на етнічну тематику, пов'язаних з національними меншинами, ознайомленням з їх історико-культурною спадщиною та традиційною культурою (напр., єврейська культура, відображена в архітектурі, культурній самобутності малих містечок Поділля); з етнічними групами населення України (напр. традиційна та сучасна культура гуцулів, гагаузів тощо). До етнічного туризму можна віднести й ознайомлення з життям, діяльністю, внеском в українську культуру представників інших народів (напр., внесок німців у наукову та культурну спадщину Києва тощо). Тобто, етнічний туризм має не тільки ностальгічну, а й пізнавальну мотивацію. На "стику" розважального, пізнавального, етнічного, пригодницького туризму розвиваються тури, які пропонують сучасній людині повністю зануритись в інше етнічне середовище, в іншу традиційну культуру (напр. пропонуються тури з проживанням в селищі маорі – корінного народу Нової Зеландії, де можна ознайомитись з традиціями, звичаями, ритуалами маорі, взяти в них участь, навчитися місцевим бойовим мистецтвам та прийомам мисливства, рибальства, іншим традиційним видам та способам господарювання).

Відпочинок та оздоровлення в сільській місцевості отримали назву *сільського* туризму. У сільській місцевості розвиваються найрізноманітніші види такого туризму: агротуризм, пов'язаний із заняттями сільськогосподарською діяльністю; дачний туризм – відпочинок на власній чи орендованій дачі. Часто сільський туризм вживають із прикметником "зелений", підкреслюючи цим екологічність даного виду туризму, його поширення в екологічно чистій місцевості.

Термін "*екологічний туризм*" ґрунтується на екологічному імперативі, який оволодів свідомістю людства з другої половини XX ст. і пов'язаний з усвідомленням глобальності екологічної кризи. У розумінні змісту екологічного туризму сьогодні також немає однозначності ні серед науковців, ні серед практиків, незважаючи на досить численні публікації та наявні посібники [3]. Часто під екологічним туризмом розуміють подорожування по найменш антропогенно зміненим, найменш забрудненим територіям і тому екологічними турами називають тури по природних заповідниках та

національних природних парках. Вирішення освітньо-екологічної чи просвітницької мети з охорони природи засобами туризму також включають до екологічного туризму, але тоді екологічний тур виглядає як програма, побудована на контрасті станів довкілля між природно-заповідним фондом та техногенними чи дуже зміненими, забрудненими ландшафтами. Ще одним різновидом екологічного туризму є програми з екологічного навчання або правил поведінки в природному довкіллі таким чином, щоб завдавати йому якомога меншої шкоди (екологічні школи), а також програми, де відпочинок поєднується з певними заходами, спрямованими на догляд за довкіллям (прибирання пляжів, робота в заказниках, екологічні табори тощо).

Екологічний туризм належить до активних видів туризму. Активний туризм є найбільш доступним і тому масовим, спрямованим на різні вікові групи населення, хоча найбільшим його "споживачем" є молодь. До *активного туризму* належать мисливство, рибальство, часто поєднувані терміном "промисловий туризм" або "сафарі-тур", спортивний, екстремальний туризм. *Екстремальний* туризм живиться бажанням випробувати себе "на грані можливого", загартуватись, що й обумовлює пропозицію: виживання в умовах тайги чи тропічного лісу з мінімальним набором засобів для виживання, подорож пустелею, долання природних перешкод, аварія корабля з подальшим виживанням на безлюдному острові та інші пригоди. До екстремального часто відносять окремі елементи, які включають у програму переважно активних видів туризму: парапланеризм, віндсерфінг, стрибки з парашютом, банджи-джампінг (стрибки з висоти зі "страховкою") чи бейз-джампінг (підйом на високі круті скелі без "страховки" та стрибок звідти з парашютом).

Спортивний туризм включає різні аспекти: від оздоровчих прогулянок чи нетривалих походів (цей вид активного туризму часто називають спортивно-оздоровчим) до участі в походах і змаганнях, спрямованих на оволодіння спеціальною технічною й тактичною методикою з метою вдосконалення фізичної підготовки, отримання певних спортивних розрядів та звань. До спортивного туризму відносять також спеціальні тури та програми для участі в спортивних заходах.

Спортивний туризм як вид спорту, спрямований на фізичне загартування та фізичний розвиток людини, оволодіння певними специфічними вміннями, навичками, технікою, що потребує навчання, тренувань, оскільки під час спортивних походів чи змагань

доводиться долати значні відстані протягом тривалого часу із постійним фізичним навантаженням, тому особиста безпека туриста залежить від його фізичних даних, знань і вмінь. Але заняття спортивним туризмом потребують не тільки технічної підготовки та витривалості, а й знання природи (рельєфу, гірських порід, метеорології, що дозволяє слідкувати за станом погоди, гідрології, флори та фауни) задля розуміння сутності природних явищ і процесів, щоб використовувати отримані знання під час проходження маршрутів або їх прокладання, дотримання умов безпеки.

У спортивному туризмі можна виділити такі складові, поклавши в основу класифікації спосіб долання простору та переважаючі природно-рекреаційні ресурси: а) використання мускульної сили людини задля долання відстаней на суходолі з рівнинними та гірськими ландшафтами: пішохідний, гірсько-пішохідний, скельний та альпінізм, лижний, гірськолижний, спелеотуризм; б) використання з тією ж метою коней, верблюдів, віслюків або транспортних засобів: вело-, мото-, автотуризм; в) водні подорожі (гребні, сплавні, вітрильні): на байдарках, каное, катамаранах, плотах, човнах (у т. ч. моторних), яхтах, катерах та інших засобах долання водного простору. Окремими видами водного спортивного туризму і дуже популярними останнім часом стали рафтинг або сплав гірськими річками зі стрімкою течією з доланням порогів, дайвінг – підводне плавання, віндсерфінг – катання на хвилях на дошці під парусом; г) повітряні подорожі на повітряних кулях, легких літаках.

Залежно від організаційних засад спортивний туризм поділяється на організований, який здійснюється спеціалізованими підприємствами туризму чи самодіяльними організаціями (клубно-секційна робота) та неорганізований – аматорський. Аматорські походи здійснюються групою друзів, знайомих, які об'єднуються на даний час спільною ідеєю проведення дозвілля в поході за певним маршрутом, які вони обирають самостійно. Такі походи часто бувають ризикованими, оскільки не всі учасники такого заходу підготовлені, обізнані з правилами безпеки та дотримуються їх. Самодіяльні туристські походи організуються радами з питань туризму, спортивними товариствами, туристськими та спортивними клубами, туристськими секціями, які діють при підприємствах, установах, навчальних закладах, станціями дитячо-юнацького туризму, школами та іншими закладами, які об'єднують людей з подібною мотивацією певною метою спільного активного проведення дозвілля.

Самодіяльні туристські організації також здійснюють спортивні походи та заходи: змагання, зльоти, тренувальні збори, конкурси, тренінги тощо. Серед форм туристських заходів найбільш популярні змагання, товариські зустрічі. Зльоти провадяться у вигляді конкурсів, виставок, семінарів тощо. Усі ці заходи можуть бути як

міжнародними, так і замикатись на національному рівні (міжобласними, обласними, міжрайонними, районними, у межах міста, між окремими колективами і т. д.). Організація масових туристських заходів має за мету використання культурно-просвітницьких, виховних, екологічних заходів, потребує фізичного загартування й досягнення певних спортивних результатів.

При здійсненні спортивних туристських заходів самодіяльні організації розробляють відповідні маршрути, які розрізняються за складністю або категорійністю. Некатегорійні маршрути є нескладними, потребують незначної спеціальної підготовки та мінімум спеціального спорядження (намети, рюкзаки, посуд тощо), розраховані на фізично здорових людей, які прагнуть активного відпочинку. До таких спортивних походів належать пішохідні, гірські, лижні, водні, велосипедні, які організуються клубами чи спортивними базами, станціями дитячо-юнацького туризму, оздоровчими спортивно-туристськими таборами. Категорійними є маршрути, долання яких потребує тренувань, набуття певного досвіду, оволодіння методикою й тактикою даного виду спортивного туризму, тобто відповідної фізичної й технічної підготовки та спеціального спорядження. Долання категорійного маршруту має спортивну мету – виконання спортивних нормативів та отримання відповідної спортивно-туристської кваліфікації (спортивного розряду чи звання кандидата або майстра спорту з відповідного виду туризму). При визначенні категорії складності враховуються тривалість маршруту, наявність і складність природних перешкод, кліматичні умови, характер території (заселеність, віддаленість від основних транспортних комунікацій), кількість ночівель у польових умовах (табл. 1.1).

Таблиця 1.1. **Класифікація маршрутів за категоріями складності [9]**

Види походів		**Категорія**					
		I	II	III	IV	V	VI
Тривалість у днях (не менше)		6	8	10	13	16	20
Довжина в км (не менше)	Пішохідні	130	160	190	220	250	–
	Гірські	100	120	140	150	160	160
	Лижні	130	160	200	250	300	300
	Водні	150	175	200	225	250	250
	Велосипедні	250	400	600	800	1000	–

Реалізація певної професійної мети, що не має комерційного характеру, закладена в *конгресно-науковий* (участь у наукових заходах – конференціях, симпозіумах, конгресах тощо), *діловий або бізнес-туризм* (для участі в переговорах, нарадах, державно-політичних подіях, ярмарках, виставках та інших заходах). В останні роки активно почав розвиватися *навчальний туризм* або подорожі з метою вивчення іноземних мов чи отримання більш широкої або, навпаки, спеціалізованої, освіти. У таких турах навчання сполучається з екскурсіями, розвагами, активними видами відпочинку, спортивними заняттями.

Спеціалізованим видом туризму є подорож з метою лікування (*лікувальний* туризм) чи зміцнення здоров'я (*курортно-лікувальний*). Цей вид туризму пов'язаний з рекреаційним, належить до найдавніших, традиційних видів і відрізняється стабільністю попиту. Даний вид туризму тісно пов'язаний з медициною, курортологією, його розвиток ґрунтується на наявності та спеціальних методиках використання кліматичних, бальнеологічних, фіто-, спелео- та інших ресурсів, які можуть бути використані з лікувальною метою. Такі тури тривалі, оскільки стандартний курс лікування триває два-три тижні і довше (залежно від характеру захворювання), враховуючи специфіку попиту. Не менш популярними сьогодні є SPA-курорти, де пропонується інтенсивне лікування, оздоровлення за новітніми методиками (гідролікування, підтримка гарного зовнішнього вигляду тощо) та з використанням традиційних лікувальних методик певного етносу (китайської, тибетської медицини і т.п.).

Близько 8–10 % туристів подорожує з релігійною метою, здійснюючи паломництво. *Паломництво* є складним явищем культури, яке сформувало одну з найдавніших мотивацій людини до подорожування – особисте відвідування сакральних місць. На теоретичному, а особливо, на практичному рівні, паломництво та *релігійний туризм*, маючи спільні об'єкти відвідування і, можливо, маршрут подорожі, розрізняються мотивацією, метою, що й обумовлює різні підходи до організації паломницьких і релігійних турів. Паломництво передбачає подорож вірних відповідної релігії (конфесії) з метою поклоніння, здійснення певних ритуалів та обрядів, з дотриманням певних релігійних вимог, передбачає відправу культових обрядів. Релігійні тури та програми є різновидом пізнавальних екскурсійних турів, спеціалізованих на використанні сакральних ресурсів, які можуть здійснюватись не обов'язково вірними даної релігії, а ставити за мету глибше ознайомлюватися з догматами певної віри.

У межах кожного виду можна виділити підвиди за різною ознакою, наприклад, за характером проведення дозвілля (пасивні й інтенсивні тури), за спеціалізацією (напр. геологічні, археологічні тощо – у межах наукового або за характером захворювань – у курортно-лікувальному туризмі).

Форма організації визначає як характер виробництва турпродукту, так і його споживання. Реалізувати мету подорожі турист може самостійно, не звертаючись до туристичної фірми, частково чи практично зовсім не використовуючи туристську інфраструктуру (неорганізований туризм) або спираючись виключно на пропозицію туристичного підприємства (плановий або організований туризм). Залежно від особистих уподобань і фінансових можливостей подорож може здійснюватись окремою особою, сім'єю, невеликою групою друзів, родичів чи знайомих, і тоді вона класифікується як *індивідуальна* форма організації. Коли подорож здійснюється групою людей (понад 10 осіб), яка формується туристичною фірмою в межах пропозиції турпродукта – це *групова* форма організації туризму.

Форми організації обслуговування дозволяють поділяти туризм на елітарний (VIP-туризм), комерційний та соціальний. Елітарний туризм передбачає високий стандарт обслуговування та особливу увагу до клієнта. Комерційний туризм передбачає реалізацію як індивідуальних, так і групових турів на комерційних засадах і становить основу функціонування ринку туристичних послуг. Однією із форм туризму, що спрямована на реалізацію соціальної функції туризму, є *соціальний туризм*, який має за мету долучити до подорожування як форми змістовного проведення дозвілля найменш соціально захищених верств населення (дітей, студентів, пенсіонерів, багатодітних сімей), тобто людей, що мають невеликі статки, реалізуючи їх право на відпочинок, або соціальні категорії так званої "групи ризику", яким за рівнем життя або соціокультурним рівнем туризм недоступний. Доречно нагадати, що масовий туризм розпочинався з організації подорожі для членів Товариства тверезості як засіб боротьби з пияцтвом. До соціального туризму належить також туризм людей з обмеженими можливостями (інвалідів), на що звертає увагу значна кількість міжнародних документів як з туризму, так і з прав людини. Щоб забезпечити потреби таких людей у подорожуванні, розробляється спеціальний транспорт, у проекти готелів закладаються відповідні вимоги до обладнання номерів і холів, розробляються спеціальні тури та інші заходи оздоровчого характеру. За рівнем розвитку соціального туризму в тій чи іншій країні, який найчастіше здійснюється за спонсорської допомоги, із

залученням грошей різних фондів та гуманітарних програм тощо, можна дійти висновку про стан соціальних свобод та соціальної захищеності, загалом про рівень демократії в суспільстві. На соціалізацію туризму в нашій країні "працюють" кошти фонду соціального страхування, що дає можливість здешевлювати путівки до санаторіїв та дитячих оздоровчих таборів на 50–90 %.

Різновидом соціального туризму можна вважати інсентив-туризм або *туризм заохочувальний.* Це подорожі, які організуються підприємствами для своїх співробітників як заохочення до сумлінної праці або винагорода за таку, з метою формування корпоративної єдності та культури. Такі тури включають не тільки відпочинок, розваги та екскурсії, а й зустрічі з колегами, відвідування підприємств аналогічного профілю тощо.

Використання туристичних подорожей для організації професійного навчання, обміну досвідом, вирішення ділових питань тощо часто відносять до *корпоративних форм туризму* або туризму професійного спрямування.

Формою організації обслуговування, яка спрямована на здешевлення туристичної подорожі, є форма, що отримала назву *самообслуговування.* Вона полягає в купівлі мінімального пакету послуг у туристичної фірми (розміщення, транспортування, страхування), а решта послуг купуються в місці відпочинку клієнтом самостійно (харчування, екскурсії, розваги тощо).

Форми *клубного туризму* також урізноманітнюються. Клубною можна вважати не тільки організацію подорожі членів певного клубу, сформованого за інтересами (хоббі), а й форму *тайм-шер-курортів.* Тайм-шер є придбанням певної нерухомості (вілли, котеджу) у власність на певний час з правом користуватись нею у визначений термін (напр. у перші два тижні липня кожного року відпочивати у власному котеджі на Канарських островах по черзі з іншими його власниками). Тайм-шер є кондомінімумом – спільним володінням і передбачає можливість передачі у спадок, обмін, закладання в банк та інші операції з нерухомістю.

Формами самого турпродукту є *інклюзив-тури* та *пекідж-тури.* Інклюзив-тури формуються з різних послуг, кожна з яких має свою вартість і сукупна ціна турпродукту є сумою вартості цих окремих послуг. Така форма найчастіше застосовується при формуванні ціни індивідуальних турів. Для групових турів найчастіше використовують пекідж-тури. Це тури, які включають неподільний пакет послуг: перевезення, розміщення та ще одну, не пов'язану з першими двома.

Ціна такого туру нижча за сукупну ціну окремих складових завдяки знижкам, які широко застосовуються при оптовому продажу.

Окремою формою організації є *транспортні* подорожі або подорожі, де транспортні засоби використовуються не тільки для пересування, а й для надання послуг розміщення, харчування та інших додаткових послуг, які роблять подорож комфортною та сприяють реалізації мети подорожування. Транспортні подорожі поділяють на ті, що використовують активні засоби пересування (це переважно спортивні види) та такі, які використовують транспортні засоби: залізничний (яскравим прикладом може слугувати подорож з Лондона до Стамбула "Східним експресом", описаним у відомому творі Агати Крісті), річковий та морський (круїзний) туризм, автотуризм з використанням автобусів та індивідуальних автомобілів.

Річкові круїзи, започатковані прогулянками на човнах по Темзі ще в середині XIX ст., почала організовувати компанія "American Express" по Міссісіпі на колісному пароплаві. Пізніше такі подорожі поширились по Нілу, Рейну, Дунаю. В Україні популярні річкові круїзи по Дніпру з виходом у Чорне море до Одеси, Севастополя, Євпаторії, та Дунаєм, що дозволяє здійснити подорож через всю Європу від Ізмаїлу до Пассау (ФРН). Районами найбільшого поширення морських круїзів є Середземномор'я, Карибський басейн, Південно-Східна Азія та Океанія.

Автотуризм поширився з розвитком автомобілізації населення. За опитуваннями американських соціологів, кожен четвертий, хто купує автомобіль, робить це з метою подорожування. Використання індивідуального автотранспорту передбачає формування індивідуальних турів, а автобусного – групових.

Види туризму можуть мати різну форму та характеризуватися іншими відмінними *параметрами*, такими як напрямок та масштаби подорожі, характер клієнтури або цільова аудиторія, сезон, термін, клас обслуговування. *Напрямок подорожі* або дестинація є місцем відпочинку туриста. *За масштабами* розрізняють туризм у межах регіону, міжрегіональний та кругосвітній. Найбільша частка в подорожах припадає на подорожування в межах регіону, хоча з удосконаленням транспортних засобів та підвищенням рівня їх безпеки зростає й частка далеких або міжрегіональних подорожей. Кругосвітні подорожі є ексклюзивними, тривалими, їх організація є справою складною й дорогою.

Відповідно до цільової аудиторії, на яку спрямовано турпродукт, розрізняють туризм дитячий, шкільний, молодіжний, сімейний, "третього віку". *За терміном* розрізняють нетривалі та тривалі подорожі. Нетривалими є подорожі "кінця тижня" або подорожі

"вихідного дня". Ці подорожі мають рекреаційне та екскурсійне спрямування і дуже поширені у внутрішньому туризмі, хоча в останні роки існує така тенденція і в міжнародному туризмі (напр., пропозиція святкувати новорічні свята в Тунісі, провести вихідні дні у Празі). У цілому в світовому туризмі помітна тенденція до скорочення терміну подорожування. На початку XXI ст. найпоширенішим продуктом масового туристичного ринку є тижневі та декадні подорожі з метою відпочинку на кліматичному курорті.

Термін та *сезон* визначають ритмічність роботи на тому чи іншому ринку і ґрунтуються передусім на природних особливостях конкретної місцевості. Відповідно до цього туристичний потік може мати незначні коливання протягом року, що говорить про його стійкість і слабо виражену сезонність туристичної діяльності або, навпаки, значні коливання попиту, що обумовлює наявність "гарячих" та "мертвих" сезонів. "Гарячими" є сезони максимального завантаження туристами певного курорту. Це може бути як літній, так і зимовий сезон. Між цими двома "піками" є міжсезоння – період спаду туристичної активності, яку туристичні фірми намагаються заповнити оригінальними пропозиціями або пропонують здешевлені варіанти відпочинку, використовуючи різні знижки, заохочуючи менш заможних споживачів до подорожування. Окремі центри та райони зі сприятливими кліматичними умовами (напр. Антильські острови, Південно-Східна Азія та ін.), значним культурним, діловим потенціалом (США, країни Західної Європи) мають можливість цілорічно приймати туристів. Таким чином можна говорити про сезонний та цілорічний характер туристичної діяльності.

Клас обслуговування визначається набором послуг, організацією обслуговування і залежить від купівельної спроможності споживача. Виділяють класи "V.I.P", "люкс", "вищий", "перший", "туристичний" та "кемпінг", кожному з яких відповідають певні умови надання послуг розміщення, харчування, транспортування, екскурсійного обслуговування та ряду додаткових послуг. За обсягом послуг виділяють мінімальний набір (поселення + сніданок), напівпансіон та повний пансіон. За характером реалізації турпродукт може бути комплексним або індивідуальним.

За *формою розрахунків*, що впливає на характер відношень *турист – фірма,* перераховані різновиди можуть бути з повною оплатою самим туристом, з частковою оплатою (пільгові, напр. групові знижки на транспорті) чи соціальні (безкоштовні для туриста з оплатою за рахунок профспілок, фондів тощо).

1.5. Туризм як об'єкт наукового пізнання

Масовість туризму, зростання його суспільної ваги обумовили не тільки практичну, а й наукову діяльність у цій сфері. Як синтетичний вид діяльності, туризм потребує всебічного наукового дослідження, певної консолідації зусиль наукової спільноти. Без науково обґрунтованої стратегії розвиток туризму має хаотичний характер, що негативно відбивається в першу чергу на державній туристичній політиці та практичній діяльності.

Кожне явище розвивається в часі та просторі, тому просторово-часові координати є базовими для визначення базових напрямів дослідження будь-якого явища, і туризм тут не є винятком (рис. 1.3)

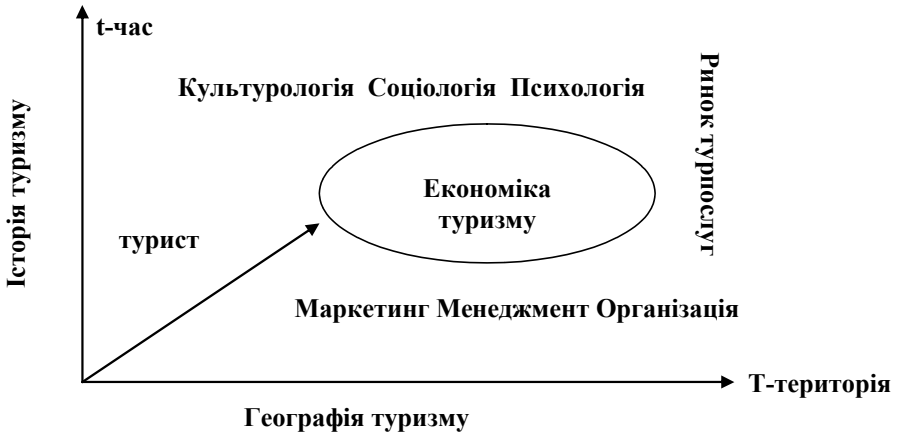

Рис. 1.3. Напрями наукового дослідження туризму

Історія туризму має за предмет дослідження розвитку туризму в часі та виявлення відмін, які складалися протягом цього часу між окремими компонентами та регіонами в розвитку туризму, у визначенні певної етапності туристичного процесу. Цьому питанню приділено належно уваги, відомі роботи російських авторів Л. Воронкової, Т. та Д. Ніколаєнків та інших, присвячені розвиткові світового туризму, а також українських науковців Л. Устименко, В. Федорченка, Т. Дьорової, де основна увага приділена розвиткові туризму в Україні.

Сутністю туризму як мобільної форми рекреації є пізнання природних, соціокультурних та економічних властивостей території в

процесі подорожування. Такі знання надає географія, зокрема, такі географічні дисципліни, сформовані рекреаційно-туристичною діяльністю, як рекреаційна географія та географія туризму. Саме географам належить значний доробок у дослідженнях туризму: відомі праці В. Преображенського, Ю. Вєдєніна, І. Зорина, М. Ананьєва, Н. Зачиняєва, Н. Фальковича, Є. Котлярова та інших дослідників радянських часів, а в Україні – Н. Крачила.

Рекреаційна географія – галузь географічних знань, яка, спираючись на рекреаційну функцію як необхідну складову суспільного відтворення, займається розробкою теоретико-методичних засад територіальної організації відпочинку та оздоровлення. Наукові основи рекреаційної географії закладені працями В. Преображенського, Ю. Вєдєніна, М. Мироненка, І. Твєрдохлєбова та інших фахівців з теорії та практики рекреаційної діяльності.

Географія туризму на вітчизняних теренах формувалась протягом 60–80-х рр. XX ст. у складі рекреаційної географії як її розділ. Географія туризму, можливо, є однією з "найдавніших" наукових дисциплін, які обрали туризм предметом свого дослідження ледь не з самого початку розвитку туризму як масового явища, тобто з другої половини XIX ст. Світовий, а зокрема, європейський досвід географічних досліджень на царині туризму починався з досліджень можливості комплексного використання унікальних природних об'єктів для розвитку форм активного туризму (пішохідного, гірсько-пішохідного, згодом велосипедного), оскільки саме ці види туризму були найпоширенішими у другій половині XIX ст. Активний туризм (походи та екскурсії) поєднувався з природознавчими дослідженнями, про що свідчить досвід діяльності, наприклад, Кримського гірського клубу та інших подібних організацій. Відповідно, як ми знаємо з історії туризму, результати таких експедицій експонувались і публікувались у спеціалізованих виданнях. Основним напрямом досліджень були комплексні дослідження природи з метою визначення місць природно-рекреаційної спеціалізації на основі, насамперед, методик польових географічних досліджень. Ця практика стала класичною, була покладена в основу краєзнавчих досліджень, постійно поглиблюючи знання про територію. Друга половина XX ст. позначена значними темпами розвитку туризму, що обумовило стрімку розбудову туристичної індустрії, тому на перший план вийшли дослідження з питань територіальної організації й оптимізації рекреаційної діяльності. На сьогодні *географія туризму* – це, передусім, *наука про туристсько-рекреаційні форми природокористування, які*

складаються в певних умовах території під впливом системи стимулюючих, стабілізуючих чи лімітуючих чинників природного, соціально-економічного, ринкового характеру. Наприклад, перебіг загальних глобалізаційних процесів у сфері туризму, притаманних ринку міжнародного туризму, на кожній окремій території залежить від умов даної території: умов природних, топологічних (місцеположення), соціально-демографічних, етнокультурних і релігійних, економічних, інфраструктурних (положення в системі транспортно-логістичних зв'язків) та інших (даний процес ми свого часу пропонували назвати глокалізацією, щоб скоротити все, що попередньо сказано, до зрозумілого і відносно короткого терміну). Ці умови потрібно знати, вивчати, визначати силу та напрям їхнього впливу задля прогнозування розвитку туристичного процесу на конкретній території. Саме ці знання дає географія туризму. Тобто, дослідження в географії туризму – це дослідження конкретної території на можливість розвитку там ефективної туристсько-рекреаційної діяльності (з урахування як економічного, так і соціального й екологічного ефекту). Географічні дослідження туризму останніх років майже повністю сконцентрувались на прикладних питаннях: комплексного використання ресурсів і розвитку індустрії туризму на територіях, переважно обласного масштабу; удосконалення просторової організації, розвитку туризму тощо.

Динамізм туризму, ускладнення його суспільних функцій поставили проблему формування синтетичного напряму наукових досліджень, що має за мету всебічне дослідження туризму як складного поліфункціонального процесу. Такий напрям отримав назву *туризмології* – комплексного міждисциплінарного напрямку з теорії та методології дослідження туризму, його філософії та праксеології. На основі аналізу монографічних і періодичних джерел останніх років слід зазначити, що розвиткові туризмології приділяється багато уваги. Зокрема, розглядаються гносеологічні та онтологічні аспекти розвитку туризму (роботи В. Пазенка, В. Малахова), соціологічні, психологічні та культурологічні його впливи (В. Горський, Я. Любивий, Т. Андрєєва, И. Алексейчук тощо). Тобто, суспільні науки потужно ввійшли до кола туризмологічних досліджень, розглядаючи всебічні впливи цього явища на перебіг суспільних процесів і прогнозуючи певні тенденції, особливо у плані вирішення проблеми крос-культурних комунікацій. Значним залишається доробок економістів, які розглядають туризм як галузь господарства, концентруючи увагу на питаннях економіки, організації, маркетингу та менеджменту туристичної діяльності

(Т. Ткаченко, Л. Шульгіна, М. Виноградський, В. Карсєкін, С. Бардаш). Активізувались історико-краєзнавчі (І. Попович, Є. Панкова) та містобудівні (В. Вечерський, Л. Лукьянова) дослідження задля розширення ресурсної бази туризму.

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.

Сьогодні як ніколи актуальними стали проблеми формування теоретико-методологічного й методичного підґрунтя туристичної діяльності. У той же час помітним став ухил у бік трактування туризму виключно як сфери економічної діяльності, що звужує його суспільні функції. У першу чергу туризм призначений для відновлення сил людини, її оздоровлення й відпочинку, для інтелектуального саморозвитку, тому першочерговими його функціями є рекреаційно-оздоровча, просвітницько-виховна, культурологічна. Соціальна й екологічна спрямованість виступають імперативами туристичної діяльності, а економічна ефективність індустрії туризму є результатом діяльності з обслуговування туристів, задоволення їх мотиваційних потреб. Саме в такій послідовності, на нашу думку, слід вибудовувати суспільну роль туризму, і в такій трактовці розглядати туризм як об'єкт туризмології (рис. 1.4).

У праксеологічній площині туризмологія як комплексний напрям, у межах якого синтезуються знання різних галузевих наук, має взяти на себе функцію планування туристичної діяльності. Варіативне планування на основі діагностики стану туристичного процесу, моніторингу ринку повинно стати основою державної туристичної політики.

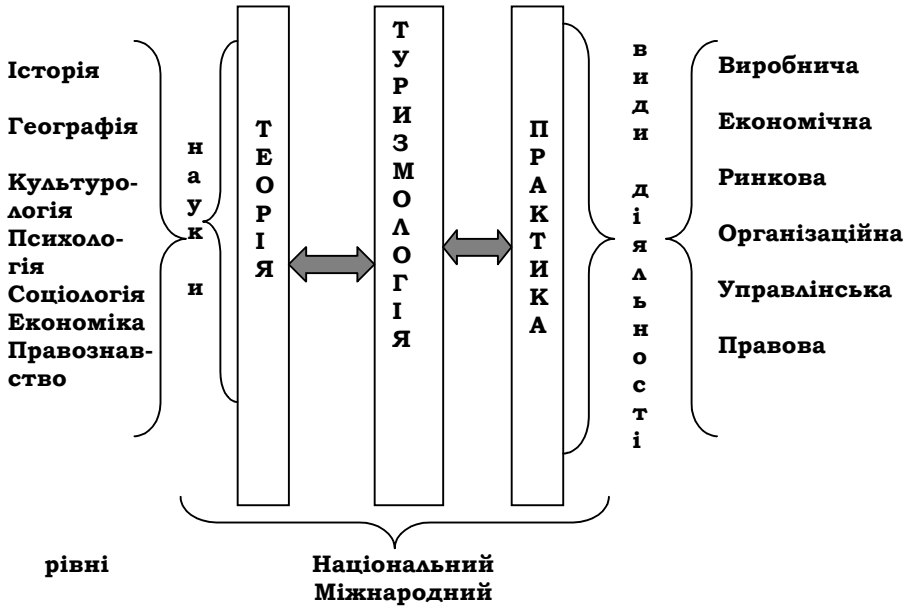

Рис.1.4. Структура туризмології

Географія туризму як географічна наука має вносити в туризмологію просторову складову, "об'ємне бачення" туристичного процесу. Тобто не тільки як процесу переміщення туристів у просторі, а й як динаміку розвитку в часі, де на кожному з етапів ми маємо певну геопросторову організацію, що дозволяє обґрунтовано прогнозувати розвиток туристичного процесу.

Тобто, завдання географії туризму на сучасному етапі вбачаються у вирішенні питань регіоналізації туризму на основі науково обґрунтованого районування, визначення тих "керованих" територіальних одиниць, які реально формуються в конкретних умовах території і можуть виступати реальними одиницями планування й управління. У рекреаційній географії та географії туризму є визначені поняття для таких територіальних одиниць: територіальні рекреаційні системи (ТРС) на теоретичному рівні, територіально-рекреаційні комплекси (ТРК) на планувальному рівні, місцеві територіальні ринки (на рівні моніторингу), і є апробовані методики їх дослідження, напрацьовані результати у вигляді, наприклад, генеральної схеми рекреаційного природокористування в Україні, розробленої науково-дослідними та проектними інститутами (1982). Так, за більш ніж 20 років ситуація з рекреаційно-

туристським природокористуванням змінилася і потребує корегування відповідно до сучасних умов, але при цьому є на що спиратися, оскільки в основі рекреаційних досліджень лежить значний польовий експедиційний матеріал, що робить їх достовірними, наближеними до реалій.

Інвентаризація туристичних ресурсів, їх класифікація, оцінка стану й можливостей використання в тих чи інших видах і формах туристичної діяльності, проведена на науковій основі з використанням методичних напрацювань усіх складових туризмології, є не тільки основою розробки державних програм і проведення державної туристичної політики, вона є і має бути основою цільового розподілу інвестицій, поєднання систем державного й територіального управління.

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ:

1. Поясніть, чому в міжнародних документах туризм трактується як феноменальне явище сучасності?
2. Розкрийте сутність туризму, його дуалістичний характер.
3. Чим можна пояснити урізноманітнення та ускладнення суспільних функцій туризму?
4. У чому сутність соціальної функції туризму?
5. Розкрийте характер екологічної функції туризму.
6. У чому складність структурування туризму?
7. Які найпоширеніші види туризму Ви можете назвати? У чому полягає їх стратифікація?
8. Розкрийте поняття соціального туризму та порівняйте його із соціальною функцією туризму.
9. Які види та форми туризму забезпечують його пізнавальну функцію?
10. Що стало об'єктивним підґрунтям формування туризмології як нового наукового напряму?

ЗАВДАННЯ

Перевірте себе:

1. ТУРИЗМ – це:

а) вид економічної діяльності, спрямований на задоволення потреб подорожуючої людини в безпечних та комфортних умовах проведення вільного часу поза місцем постійного проживання;

б) соціально-економічне явище, сформоване історично і представлене самодіяльністю конкретної особи з проведення вільного часу та діяльністю підприємств індустрії туризму з організації подорожі та споживання туристичного продукту, що

визначається масовістю й організованістю процесу узгодження попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг;

в) складова рекреації, її активна форма, з метою відпочинку, розваг, оздоровлення, пізнання природи, культури та побуту населення інших територій тощо.

2. ТУРПРОДУКТ – це:

а) сукупність послуг, які надаються туристу за час подорожування: розміщення, транспортування та ще одна, не пов'язана з ними;

б) специфічні споживчі блага (сукупність товарів, послуг та дійсних туристичних благ-клімат, ландшафт, акваторії тощо), які задовольняють потребу подорожуючої людини і сприяють здійсненню мети подорожі;

в) тур або програма перебування туриста в подорожі.

3. ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК – це:

а) система відносин, сформована попитом (турист) і пропозицією (індустрія туризму) щодо формування та споживання туристичного продукту;

б) форма реалізації специфічного туристичного продукту – туру;

в) форма організації туристичного бізнесу.

Оберіть із наведених варіантів правильний, на Вашу думку, та перевірте відповідь за підручником.

Література

1. Про туризм: Закон України від 18.10.2003 р., № 1218–IV. – ВВР. – 2003.

2. Большой Глоссарий терминов международного туризма / The Great Glossary of Terms for the International Tourism / Под ред. М.Б. Биржакова, В.И. Никифорова – СПб., 2002.

3. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: Сучасні концепції менеджменту і маркетингу. Навчальний посібник. – К., 2004.

4. Крачило Н.П. География туризма. – К., 1987.

5. Любіцева О.О. Геопросторова організація туристичного процесу: Автореф. дис…. д-ра геогр. наук. – К., 2003.

6. Международные словари для средних учебных заведений, составленные Н. Макаровым. Часть французско-русская. – СПб., 1905.

7. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Зб. нормативно-правових актів / За заг. ред. В.К. Федорченка. – К., 2002.

8. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: Навчальний посібник. – К., 2002.

9. Щур Ю.В., Дмитрук О.Ю. Спортивно-оздоровчий туризм: Навчальний посібник. – К., 2003.