

**ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ  
ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО**

Кафедра спортивного туризму

**Скабара Роман**

ЛЕКЦІЯ № 5

**Сучасний світовий туризм**

з навчальної дисципліни

**„ТУРИЗМОЛОГІЯ”**

**Галузь знань: 24 Сфера обслуговування**

**Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа**

**Освітній ступінь: магістр**

**“ЗАТВЕРДЖЕНО”**

на засіданні кафедри спортивного туризму

„ ” 20 р. протокол №

Зав.каф \_\_\_\_\_ Кухтій А.О.

У багатьох державах світу туризм розвивається як система, що надає всі можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними і релігійними цінностями даної країни і її народу, і дає дохід у скарбницю. Туристична діяльність у розвинутих країнах є важливим джерелом підвищення добробуту держави. США від реалізації туристичних послуг іноземним громадянам одержали 58 млрд. \$, Франція й Італія - по 27 млрд. \$, Іспанія - 25 млрд. \$.

В Україні туристичний бізнес розвивається з переважною орієнтацією на виїзд. Переважна більшість діючих у нас туристичних фірм воліють займатися відправленням своїх співвітчизників за рубіж, і лише невелика їхня частина працює на залучення гостей в Україну - тобто усе робиться так, що капітал від тур. бізнесу спливає за рубіж.

**В даний час індустрія туризму є однією з найбільше що динамічно розвиваються форм міжнародної торгівлі послугами.** В останні 20 років середньорічні темпи росту числа прибуттів іноземних туристів у світі склали 5,1%, валютних надходжень - 14%. Згідно даним всесвітньої туристичної організації, у 1995 році у світі було зареєстровано 576 мільйонів прибуттів туристів, надходження від міжнародного туризму досягло 372 мільярда доларів (без обліку надходжень від міжнародного транспорту).

За прогнозами експертів, бурхливий розвиток міжнародного туризму буде продовжуватися і далі. По різних підрахунках, до 2000 року ця галузь стане ведучою експортною галуззю у світі. Очікується, що при збереженні сформованих темпів росту число міжнародних подорожей до 2005 року досягне 900 млн. чоловік, а до 2010 року збільшиться і складе порядку 937 млн. чоловік.

На думку різних аналітиків, **в основі розвитку міжнародного туризму лежать наступні фактори:**

Економічний ріст і соціальний прогрес привели до розширення обсягу ділових поїздок і поїздок з пізнавальними цілями.

Удосконалювання усіх видів транспорту здешевило поїздки.

Збільшення числа найманих робітників та службовців у розвинутих країнах і підвищення їх матеріального і культурного рівня.

Інтенсифікація праці й одержання працюючими більш тривалих відпусток.

Розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів між країнами привело до розширення міжособистісних зв'язків між і усередині регіонів.

Розвиток сфери послуг стимулювало розвиток сфери перевезень і технологічний прогрес в області телекомунікацій.

Ослаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей.

Значення туризму у світі постійно зростає, що пов'язано зі зростим впливом туризму на економіку окремої країни. В економіці окремої країни міжнародний туризм виконує ряд важливих функцій:

1. Міжнародний туризм - джерело валютних надходжень для країни і засіб для забезпечення зайнятості.
2. Міжнародний туризм розширює внески в платіжний баланс і ВВП країни.
3. Міжнародний туризм сприяє диверсифікованості економіки, створюючи галузі, що обслуговують сфери туризму.

З ростом зайнятості в сфері туризму ростуть доходи населення і підвищується рівень добробуту нації.

Розвиток міжнародного туризму приводить до розвитку економічної інфраструктури країни і мирних процесів. У такий спосіб міжнародний туризм варто розглядати, співвідносячи з економічними відносинами окремих країн.

Міжнародний туризм входить у число трьох найбільших галузей, уступаючи нафтовидобувній промисловості й автомобілебудуванню, питома вага яких у світовому експорті 11% і 8,6% відповідно. У 1991 році сумарний дохід країн світу від міжнародного туризму складав 7% від загального обсягу світового експорту і 3% від світового експорту послуг.

Значення туризму як джерела валютних надходжень, забезпечення зайнятості населення, розширення міжособистісних контактів зростає.

Найбільший розвиток міжнародний туризм одержав у західноєвропейських країнах. На долю цього регіону приходить понад 70% світового туристичного ринку і близько 60% валютних надходжень. Приблизно 20% приходить на Америку, менш 10% - на Азію, Африку й Австралію разом узяті.

Всесвітня організація туризму у своїй класифікації виділяє країни, що є переважно постачальниками туристів (США, Бельгія, Данія, Німеччина, Голландія, Нова Зеландія, Швеція, Канада, Англія) і країни що є, в основному, приймаючих туристів (Австралія, Греція, Кіпр, Італія, Іспанія, Мексика, Туреччина, Португалія, Франція, Швейцарія).

**Під туристичною індустрією розуміється сукупність виробничих, транспортних і торгових підприємств, що виробляють і реалізують туристичні послуги і товари туристичного попиту.**

З розвитком масового організованого туризму і переходом його на нову основу, що спирається на розвитку туристичну індустрію і сучасні засоби транспорту, відбулися деякі зміни у формах організації міжнародного туризму.

По-перше, істотно зросло число роздрібних фірм, що пропонують туристичні послуги турагентів і позбавлених найчастіше юридичної і господарської незалежності.

По-друге, змінився характер діяльності туристичних оптових фірм, що перетворилися в туроператорів, що пропонують повний комплекс послуг у виді інклюзив - турів.

По-третє, з'явилися великі корпорації, засновані на капіталі транспортних, торгових, страхових компаній і банків, що здійснюють операції по представленню туристичних послуг клієнтам.

Усі вищезгадані категорії фірм відрізняються друг від друга по функціях і характеру діяльності.

Одержали широкий розвиток готельні комплекси, що надають туристам послуги не тільки по їх розміщенню, але і широкий комплекс інших послуг, наприклад, харчування в ресторані при отеленні, надання залів для проведення нарад, придбання квитків на транспорт, виклик таксі, екскурсійне обслуговування, організація розваг, торгівля сувенірами й іншими товарами.

Найбільші готельні комплекси поєднуються через автоматизовані системи керування і розподілу готельного фонду в так називані “ланцюги”, що дозволяє швидко і точно враховувати кожен індивідуальну угоду і з мінімальними витратами часу робити резервування місць у готелях, на транспорті без затримки видавати всю розрахункову документацію і здійснювати платежі. Усього у світі нараховується біля ста таких готельних “ланцюгів” із загальним числом номерів 1,6 млн. Ведучі з них - “Holiday Inn”, “Sharaton”, “Hilton”.

**Важливою особливістю сучасного етапу розвитку міжнародного туризму і зміни його організаційних форм є проникнення в туристичний бізнес транспортних, торгових, банківських, промислових, страхових компаній.** Транспортні компанії надають як окремі види послуг, так і самостійні розроблені тури на основі готельної бази. Такі фірми організують обслуговування на основі ділових відносин з готельними й іншими підприємствами на звичайних умовах туроператора. Торгові фірми стали активно займатися реалізацією туристичних послуг приблизно з початку 70-х років. Це відноситься, в основному, до великих роздрібних концернів і до торгово-посилкових фірм.

Спочатку універсальні магазини, прагнучи поліпшити обслуговування клієнтури, здавали в оренду свої приміщення для діяльності турагенств. Надалі, у міру попиту, вони перейшли до практики організації у своєму складі формально не залежних туристичних фірм з обмеженою відповідальністю, що потім стали їх дочірніми фірмами.

З метою швидкого і міцного завоювання ринку ці компанії почали калькулювати ціни на тури з розрахунком лише на мінімальний прибуток, що

було можливо завдяки величезному капіталу торгових фірм. Промислові фірми, що представляють у першу чергу галузі, що обслуговують туристичний бізнес, на основі системи участі стали здобувати і включати у свою структуру туристичні фірми. Помітно підсилюється проникнення банків і страхових компаній у сферу міжнародного туризму шляхом придбання усього чи частини контрольного пакета акцій. Володіючи розгалуженою мережею філій і великим штатом страхових агентів, банки і страхові компанії стали успішно здійснювати ці операції, одержуючи додатковий прибуток за рахунок економії на комісії, виплачуваної турагенту.

Тури, пропоновані банками, як правило, дешевше, ніж у турагентів. Крім того, банки і страхові компанії мають власні автоматизовані системи обліку і керування, у пам'яті яких закладені всі основні дані про вкладників і застраховані обличчя. Це дозволяє їм здійснювати цілеспрямоване розсилання реклами й інформації, пропонуючи клієнту такі тури, що можуть відповідати його інтересам і засобам.

Дисконтні картки, що випускаються банками, на відміну від кредитних і дебетових пластикових, що є платіжним засобом, не призначені для оплати, але дають своїм власникам права на найрізноманітніші знижки. У світі існує кілька глобальних систем дисконтних карток. Лідуюче положення займають "ETN", "IAPA", "COUNTDOWN".

Як і будь-яка інша сфера господарської діяльності, індустрія туризму є дуже складною системою, ступінь розвитку якої залежить від ступеня розвитку економіки країни в цілому.

На промислово розвинутих країнах приходиться понад 60% усіх прибуттів іноземних туристів і 70-75% чинених у світі поїздок. При цьому на частку ЄС приходиться близько 40% прибуттів туристів і валютних надходжень

**Державна політика в галузі туризму. Поняття туристичної політики є категорією історичною, яка сформувалася на певному рівні суспільно-економічного розвитку держав. Ріст руху спричинив (чи міг спричинити) важливі для кожної держави економічні, суспільні або**

**політичні зміни. Поки цей рух був незначним, його організацією займалися різноманітні локальні установи суспільного характеру. Зрозуміло, що вони не були у стані контролювати розвиток туризму на макрорівні.**

Розвиток туризму може спричиняти як позитивні, так і негативні наслідки. Виникнення останніх вимагає дій, які перевищують повноваження місцевих органів влади. Окрім того, не завжди інтереси певного регіону чи місцевості повинні узгоджуватися з інтересами всієї держави. Якщо подібні дії на макрорівні не будуть прийняті, то з розвитку туризму не можна буде отримати жодних вигод. У крайньому випадку можуть з'явитись навіть негативні тенденції неконтрольованого розвитку туристичного руху. Держава, яка провадить чітку закордонну й економічну політику, не повинна уникати принаймні координаційних дій у сфері туризму.

Про початок туристичної політики можна говорити в контексті дій, прийнятих державами в міжвоєнний період. Ці дії були спричинені економічною ситуацією у світі (наближалася велика економічна криза), та їх метою був пошук найбільших доходів від експорту туристичного продукту. Ситуація істотно змінилася після Другої світової війни. Наскільки визначення цілей і засобів туристичної політики у міжвоєнний період було рідкісним явищем, настільки важливим воно стало в наступні десятиліття.

До чинників, що перебувають у сфері загальних інтересів держави, можна віднести:

суттєву роль туризму в економічній політиці держави (інвестиційна політика,

формування споживчого ринку, ринкова рівновага і т.д.),

великий вплив туризму на закордонну політику держави,

важливе значення туризму в соціальній політиці держави,

співучасть туризму у формуванні платіжного балансу держави,

професійну активізацію суспільства,

активізацію регіонів, які відстають у господарчому розвитку.

Туристичний сектор потребує допомоги держави з огляду на:

велике значення загальної інфраструктури для туризму, її розвиток найчастіше перевищує економічні й технічні можливості туристичного сектора,

капіталомісткий та імпортомісткий характер туристичних інвестицій, деякі з них справді відзначаються дуже коротким терміном повернення, але їх упровадження і наступне сезонне використання вимагають залучення в короткі терміни великих коштів,

міждисциплінарний характер туризму, про його структуру свідчать практична взаємодія всіх галузей господарства країни, туристичний сектор,

велике значення правових засад для розвитку туризму, прикордонні формальності у випадку закордонного туризму перебувають у компетенції найвищих органів влади.

**Історично склалися три підходи у ставленні до розвитку туризму: негативний, нейтральний і позитивний.**

**Негативне ставлення** виступає в тих країнах, котрі не були або не є готові до розвитку приїжджого і виїзного туристичного руху. Його розвиток у такій ситуації мав би призвести до появи багатьох негативних явищ. Утримання негативного підходу до туризму в сучасних умовах слід трактувати як анахронізм. Держава замість того, щоб використовувати у власних інтересах туристичні потоки, не звертає уваги на оточення і намагається обмежити контакти власних громадян з іноземцями.

Трапляються, однак, зміни позитивного ставлення на негативне. Їх причиною є найчастіше політичні чи економічні проблеми, час тривання яких дуже різний. Стабілізація й усунення бар'єрів означають повернення до попереднього позитивного підходу до туризму.



**Нейтральне ставлення держави до туризму** на практиці трапляється набагато частіше. Влада не звертає на нього увагу, доки він не спричиняє негативні впливи на суспільно-господарське життя країни. Тут не йдеться про свідомий вплив на структуру та величину попиту і пропозиції. Необхідність втручання може призвести до перетворення нейтрального ставлення хоча б з метою запобігання подібним дисфункціям.

**Позитивне ставлення до туризму** відображається у свідомих діях держави і поточному контролі впливу цього явища на його суспільно-господарське життя. З цього можна зробити висновок, що про туристичну політику в повному розумінні цього слова можна говорити тільки тоді, коли ставлення держави до розвитку туризму є позитивним, а цілі та заходи – чітко окреслені.

**Ставленню держави до туризму відповідає два види впливу на згадане явище – статичний і динамічний.**

**Статичний вплив держави** безпосередньо пов'язаний з нейтральним підходом до туризму і може перетворитись у позитивне ставлення. Таке перетворення не обов'язково матиме місце і тоді не дійде до формування туристичної політики. Втручання в такому випадку буде обмежуватися діями адміністративного характеру, що послаблює негативні наслідки, але у майбутньому гальмує розвиток туристичного руху.

**Динамічний вплив** завжди пов'язаний із позитивним ставленням до туризму, результатом чого є всестороннє використання цієї галузі суспільно-господарського життя в інтересах усієї держави.

**Туристична політика** – це діяльність, що полягає у визначення економічних, політичних, суспільних і культурних цілей, пов'язаних із розвитком туризму, в отриманні всесторонніх позитивних ефектів, що виникають з існування попиту і пропозиції, це спроби задовольнити суспільні потреби у сфері організації туризму і визначенні засобів, необхідних для реалізації зазначених вище цілей.

**Види органів державної влади, дії яких є необхідними для функціонування туристичного сектора, можна поділити на такі групи:** законодавчі органи держави; центральні (не туристичні) органи державної адміністрації (наприклад транспорту, охорони середовища, закордонних справ, внутрішніх справ); місцева туристична адміністрація; дорадчі органи державної і туристичної адміністрації; туристичні господарські органи; туристичні організації.

Умовою ефективного ведення туристичної політики є вплив на всі найбільш істотні елементи попиту і пропозиції. Він повинен задовольнити запланований розвиток туризму на всіх етапах, що мають вплив на виникнення туристичних послуг, починаючи від вивчення ринку, закінчуючи оцінкою досягнутих результатів. Невід'ємною рисою динамічного впливу держави на туризм є охоплення ним усіх етапів виробництва і споживання туристичних послуг. У випадку, коли держава впливає тільки на деякі фрагменти цього процесу, відбувається статичний вплив, що за своєю суттю не може називатися туристичною політикою.

**Суму етапів, які впливають на виникнення туристичної послуги, можна назвати туристичним циклом, котрий є процесом тривалим, і жоден елемент з його складу не може бути упущений у випадку динамічного впливу держави на туризм.**

**До елементів, що входять у туристичний цикл, слід віднести: вивчення туристичного ринку; планування розвитку туризму; будову туристичної і паратуристичної інфраструктури; підготовку кадрів для потреб туризму; конструкцію оптимальної моделі розвитку туризму; розвиток туристичного господарства; сприяння туристичному розвитку; вивчення результатів ведення політики і формулювання висновків на майбутнє.**

Про потребу вивчення туристичного ринку як вихідного етапу до формулювання засад туристичної політики згадано вище. Тут варто звернути

увагу на дуже важливий інформаційний аспект цього типу діяльності. Погане вивчення ринку може призвести до помилкового формулювання цілей і вибору засобів для їх реалізації. Тому вивчення туристичного ринку є дуже важливим для кожної держави, котра наважується на динамічний вплив. Одночасно проведення таких досліджень є надто дорогим з огляду на необхідність застосування методу анкетування у випадку аналізу невимірних факторів на туристичному ринку. В кожній країні виступає конфлікт між господарською діяльністю і розвитком туристичного сектора. Проявляється він передусім там, де регіони, багаті на туристичні ресурси, одночасно володіють великими природними багатствами. В таких ситуаціях влада держави стоїть перед важливою господарською проблемою і тільки вона здатна прийняти відповідне рішення.

Спроби активізації господарського розвитку конкретних регіонів за допомогою туризму перебувають у компетенції центральних органів державної адміністрації. В їх компетенції – також визначення, в якій мірі туризм повинен спричинити реалізацію соціальної, закордонної чи культурної політики держави. Іншими словами, щоб туризм розвивався без проблем і приносив користь, він повинен бути включений у плани суспільно-господарського розвитку держави.

Розбудова туристичної і паратуристичної інфраструктур теж є складним завданням без допомоги держави. Насамперед ця діяльність дуже капіталомістка і повинна здійснюватися дуже швидко, що викликано високою еластичністю туристичного попиту і зростаючою конкуренцією на світовому туристичному ринку.

Важливою засадою є також підготовка кадрів для туризму. Це особливо важливо для закордонного туризму, де, окрім знання професії, необхідне знання іноземних мов. Навчання кадрів, яке також вимагає великих витрат, часто організовується і фінансується державою. Це не

виключає можливості існування паралельного навчання за кошт туристичних організацій.

Важливим завданням держави є створення відповідних правових та економічних умов для діяльності організаторів подорожей, директорів готелів, учасників гастрономічної і транспортної бази. Через різні фінансові механізми можна діяти в напрямі преферування найбільш відповідних елементів туристичного господарства чи формувати їх просторову структуру в певній країні.

**Туристична популяризація** є діяльністю, що вимагає серйозних витрат, тому держава бере їх частину на себе. Вона має для цього багато можливостей, не доступних туристичному сектору. В рамках закордонної політики і широкої інформаційної акції про країну можуть і повинні використовуватися елементи, які заохочують приїзди туристів. Подібним чином може використовуватися популяризація акцій, пов'язана з такими галузями, як культура, міжнародні організації, товарний обмін.

Останнім елементом туристичного циклу є вивчення результатів туристичної політики, що становлять інтегральну частину систематичного вивчення ринку. Воно є першим і останнім елементом туристичного циклу. Може виявитися, що засоби туристичної політики спричинили зміни структури попиту і пропозиції, тому слід докладно вивчити ці перетворення і встановити, чи вони пішли у вибраному напрямку. Одночасно в результаті змін може виявитися необхідність унесення змін у цілі і засоби туристичної політики.

**Найкраще сформульовані цілі туристичної політики не будуть досягнуті, якщо для їх реалізації не використати спеціальні засоби.** Їх кількість є дуже велика. Тому вибір засобів мусить бути здійснений на основі детального вивчення багатьох туристичних та господарських показників. Немає універсального набору засобів, котрі можна було б застосувати в

кожній державі. Залежно від багатьох чинників засоби, ефективні в одному конкретному випадку, можуть виявитися хибними в іншому.

**Серед головних чинників, від яких залежить вид і обсяг засобів туристичної політики, можна виділити такі:** суспільно-політичний устрій, актуальний стан національної економіки (інвестиційні можливості, ринкова рівновага, сальдо торговельного і платіжного балансу і т.д.), місце і значення туризму в суспільно-господарському житті держави, практика і результати туристичної політики в інших державах (необхідність співпраці вимагає координації всіх засобів, особливо тоді, коли велике значення приписується закордонному туризму).

Враховуючи вищеназвані чинники, можна зробити висновок, що кількість засобів буде дуже велика. Тому постає потреба їх класифікації. **В літературі трапляється три критерії такої класифікації: поділ на засоби, що впливають на туристичний попит і пропозицію, поділ на паратуристичні і туристичні засоби, поділ за походженням.**

Перший поділ є дуже не чітким і часто призводить до помилок. Прикладом може бути податкова політика держави, результати якої завжди мають багатосторонній характер. Прикордонні формальності, напевно впливають на попит, але також опосередковано, якщо вони є ліберальними – стимулюють пропозицію. Таких прикладів може бути значно більше, і тому ми вважаємо цю класифікацію малоприсадною.

Другий поділ застосовується також рідко. Паратуристичні засоби (загального характеру) стосуються інших галузей суспільно-економічного життя, але опосередковано впливають на умови розвитку туризму. Такий вплив може бути свідомий (у рамках туристичної політики) чи випадковий, що слід вважати негативним явищем. Інвестиційна політика держави, наприклад, не може мати впливу на розвиток туристичної пропозиції, суспільна політика повинна вплинути на попит і т.д.

Дуже важко виділити чисто туристичні засоби на макрорівні. Відносно просто це зробити стосовно заходів, що регулюють функціонування туристичних господарюючих суб'єктів (об'єкти для нічлігу, бюро подорожей і т.д.).

Третю класифікацію засобів можна систематизувати згідно з наступними джерелами походження: засоби, що виникають із загальної політики держави, туристичне законодавство, економічно-фінансові засоби, адміністративно-організаційні засоби.

Перша група засобів залежить від загальних напрямів політики держави. Вона реалізовує свої завдання, використовуючи туризм для: формування товарно-грошових відносин на ринку, утримання ринкової рівноваги, активізації регіонів менш господарсько розвинутих, активізація сектора послуг, регулювання грошових зобов'язань перед закордоном, формування і реалізації закордонної політики, реалізації завдань у галузі культурної політики, охорони здоров'я і соціальної політики і ін.

Усі названі сфери діяльності можуть використовувати туризм, у той час як їхні засоби повинні збігатися з інтересами того ж туризму. Туристичне господарство мусить існувати і регулювати багато важливих з практичної точки зору сфер. До них можна віднести: правила про туристичні місцевості, правила про нічлігову базу (локалізація, категоризація), правила функціонування туристичного господарства, правила переміщення іноземців, правила виїзду власних мешканців за кордон.

Гама економічно-фінансових засобів дуже велика й ефективна. До них слід віднести: ціни, податки, кредити, валютні курси, валютні обмеження, експортні чи імпорتنі обмеження.

Як видно, підбір засобів щодо конкретної держави є дуже складним завданням. По-перше, через їх значну кількість, по-друге, - різну ефективність. Тому легко на практиці допуститися помилок, негативні наслідки яких можуть бути дуже серйозні.

В Україні органом виконавчої влади, що здійснює державне управління, міжгалузеву і міжрегіональну координацію у сфері туризму є Державна туристична адміністрація – національна туристична адміністрація (за термінологією ВТО).

Принцип державного регулювання туристичної діяльності полягає у тому, що держава, визнаючи туристичну діяльність однією з пріоритетних галузей економіки України, сприяє розвитку туристичної діяльності і створює сприятливі умови для її функціонування, визначає і підтримує пріоритетні напрями, формує образ України як країни, сприятливої для туризму, і рекламує її на міжнародному рівні, а також підтримує і захищає українських туристів, туроператорів і турагентів. Найважливішими цілями державного регулювання туристичної діяльності є: забезпечення прав громадян на відпочинок, свободу пересування й інших прав при здійсненні подорожей; створення умов для діяльності, спрямованої на виховання, освіти і оздоровлення туристів; розвиток туристичної індустрії, створення нових робочих місць, збільшення доходів держави і громадян України, розвиток міжнародних контактів; збереження об'єктів туристичного показу, раціональне використання природного і культурного потенціалу країни, туристичних ресурсів.

Пріоритетними напрямками державного регулювання є підтримання і розвиток внутрішнього та в'їзного туризму (подорожі громадян України й іноземних громадян у межах України), а також соціального й самодіяльного туризму.

Державне регулювання туристичної діяльності здійснюється через: створення нормативних і правових актів, спрямованих на упорядкування й удосконалювання відносин у сфері туристичної індустрії; сприяння у просуванні турпродукту на внутрішньому і світовому туристичному ринках; ліцензування, стандартизація в туристичній індустрії, сертифікація туристичного продукту; встановлення правил в'їзду, виїзду і перебування на

території України; прямі бюджетні асигнування на розроблення і реалізацію загальнодержавних цільових програм розвитку туризму; захист прав та інтересів туристів, гарантування їхньої безпеки; створення сприятливих умов для інвестицій, податкове і митне регулювання; сприяння кадровому забезпеченню туристичної діяльності і розвиток наукових досліджень у сфері туристичної індустрії.

Із збільшенням кількості туристичних поїздок, розширенням їхньої географії, розвитком транспортних засобів, міжнародні організації привертають увагу держав і урядів до проблем розвитку туризму і нової ролі національних туристичних адміністрацій.

### **Рекомендована література:**

1. Практика сучасного туризму: соціальна та економічна ефективність / Матеріали міжнародної конференції. – К., 2009. – С. 215-240.
2. В. А. Смолій. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. / В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. – К., 2006. – С. 367.
3. Данилевич М. В. Использование современных информационных технологий при разработке туристических маршрутов / М. В. Данилевич, А. О. Кухтий, А. П. Голод // Профессиональное педагогическое образование студентов вуза: проблемы и перспективы (научно-педагогическая школа М. Е. Кобринского) : материалы междунар. науч.-практ. конф. Ч. 2 : Инновационные технологии в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения. – Минск, 2008. – С. 153–156.
4. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька. - К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2008. - 335 с.
5. Перій С. С. Геоінформаційні системи та їх використання для вирішення проблем туризму / Перій С. С., Кухтій А. О., Дзюбачик М. І. // Теорія та методика фізичного виховання. – 2007. – № 9. – С. 7–9.
6. Туризмологія : програма дисципліни спеціалізації підготовки магістрів галузі знань 24 "Сфера обслуговування", спеціальності 242 "Туризм", спеціалізації "Туризмознавство" / розроб. Скабара Р. М. - Львів, 2018. - 9 с. <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/20350>
7. Скабара Р. Передумови та основні напрями інвестування санаторно-курортного господарства Львівської області // Інноваційний розвиток національної економіки: матеріали міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 7-8 квітня 2011 р. – Тернопіль: Крок, 2011. - С.327-328.
8. Скабара Р.М. Передумови та перспективи розвитку музейного туризму в Львівській області // Науковий вісник Волинського національного



- університету імені Лесі Українки. Географічні науки. – Луцьк: РВВ Вежа, 2011. – Вип. 18. – С. 133-136.
9. Скабара Р. Передумови використання музейного фонду Львівської області як туристичного ресурсу / Роман Скабара, Наталія Кокотко // Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в регіонах України : матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. (18-19 травня 2017 р., м. Львів). - Львів, 2017. - С. 103-104.<http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/9730>
  10. Понамаренко А. Структурно-динамічні процеси розвитку готельного господарства Львівської області / Анастасія Понамаренко, Роман Скабара // День студентської науки: зб. матеріалів щоріч. студент. наук. конф. - Львів : ЛДУФК, 2018. - С. 160-162.
  11. Скабара Р. М. [Суспільно-географічні аспекти трансформаційних процесів в готельному господарстві Львівської області](#) / Скабара Р. М. // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія. – Тернопіль, 2011. – Вип. 2. – С. 142-147.
  12. Скабара Р. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства Львівської області / Роман Скабара // Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення : матеріали V Всеукр. наук.-практ. конф. (11-12 травня 2006 р.). - Львів, 2006. - С. 29-30.