

**ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ
імені І.Боберського**

Факультет післядипломної та заочної освіти

КАФЕДРА СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ

Скабара Р.М.

Контрольні комплексні роботи

**З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Туристичне країнознавство»**

*для здобувачів вищої освіти
спеціальності 242 Туризм,
заочної форми навчання*

© Скабара Р.М., 2020

© Львівський державний університет фізичної культури ім. І.Боберського, 2020

Львів – 2020

Пояснювальна записка

Навчальна програма з дисципліни «Туристичне країнознавство» враховує накопичений в останні роки досвід викладання предметів у Львівському державному університеті фізичної культури імені І.Боберського, у інших вищих навчальних закладах.

Програма враховує теоретичний багаж і практичні нароби у суміжних дисциплінах. Разом з тим, програма курсу "Туристичне країнознавство" базується на власній методичній основі, яка пронизує виклад усіх тем.

Дана дисципліна озброює майбутніх спеціалістів необхідним комплексом знань та вмінь.

Основні положення (завдання):

- вивчити сучасний стан ринку міжнародного туризму у світі і регіонах;
- проаналізувати комплекс факторів, які впливають на розвиток туристської індустрії;
- дослідити державну політику регулювання розвитку туризму у різних країнах.

Студент повинен знати:

- основні категорії туристського країнознавства;
- етапи формування і сучасний стан досліджень у туристському країнознавстві;
- закономірності просторової організації туристської індустрії у найважливіших регіонах і країнах світу;
- основні сегменти ринку міжнародного туризму, їх функціонування у різних країнах;
- значення туризму у національному господарстві і світовій економіці;
- особливості державної політики у сфері туризму.

Студент повинен вміти:

- використовувати методи туристсько-країнознавчих досліджень;
- характеризувати особливості функціонування туристської індустрії у різних державах і регіонах;
- аналізувати кількісні і якісні показники стану окремих сегментів туристської індустрії.

Пропонуються наступні критерії оцінки отриманих студентом знань:

«зараховано» - повна відповідь на питання з опорою на програмний матеріал з різних розділів.

«не зараховано» - не розуміння завдання та не вміння його теоретично обґрунтувати

**Перелік контрольно-комплексних питань для студентів з дисципліни
«Туристичне країнознавство»**

1. Туристське країнознавство. Загальнонаукові та спеціальні методи у туристському країнознавстві.
2. Джерельна база туристсько-країнознавчих досліджень.
3. Структура туристсько-країнознавчої характеристики країни.
4. Види типології країн світу.
5. Україноцентричний підхід до типології країн світу.
6. Природно-ресурсні фактори розвитку туризму.
7. Поняття природно-ресурсного потенціалу. Види природних ресурсів.
8. Демографічні фактори розвитку туризму.
9. Динаміка чисельності населення.
10. Демографічна ситуація.
11. Урбанізація, її темпи і особливості.
12. Культура та мистецтво, їх роль у презентації країни в контексті сучасних духовних цінностей.
13. Релігійний склад населення. Місце релігії у сучасному суспільному житті, пізнанні країни.
14. Економічні фактори розвитку туризму
15. Поняття національного господарства. Структура та типи національних господарств.
16. Світове господарство, його еволюція.
17. Світове господарство в період науково-технічної революції.
18. Міжнародний туризм як сфера послуг. Види туризму.
19. Географія міжнародного туризму. Країни – постачальники туристів.
20. Роль спорту у презентації країни. Олімпійський рух.
21. Політичні фактори розвитку туризму
22. Міжнародні туристські організації
23. Поняття глобальної проблеми людства.
24. Туристський потенціал країни. Туристські ресурси.
25. Пріоритетні напрями розвитку міжнародного туризму.
26. Прогнози розвитку туризму до 2020 р.
27. Основні показники розвитку туризму.
28. Сучасні тенденції туристського попиту.
29. Географія туристського попиту.
30. Рейтинги регіонів і країн. Країни-рецептори і країни-генератори у туризмі.
31. Вплив туризму на національну економіку.
32. Вплив туризму на платіжний баланс.
33. Вплив туризму на економічний розвиток депресивних регіонів.
34. Державне регулювання в туризмі. Туристське законодавство.
35. Завдання держави у розвитку різних форм туризму. Державні програми розвитку туризму.
36. Міжнародне регулювання туристичної діяльності.
37. Роль та значення Всесвітньої туристської організації.

38. Характерні риси та географія міжнародних рекреаційних потоків.
39. Туристсько-країнознавча характеристика країн Північної Америки.
40. Туристсько-країнознавча характеристика країн Латинської Америки.
41. Туристсько-країнознавча характеристика країн Африки.
42. Туристсько-країнознавча характеристика країн Азії.
43. Туристсько-країнознавча характеристика країн Тихоокеанського регіону.
44. Європа як економіко-географічний і політичний макрорегіон.
45. Загальна політико-економіко-географічна характеристика Європи.
46. Туристсько-країнознавчий огляд Північної Європи.
47. Політична та економіко-географічна характеристика країн Західної Європи.
48. ФРН: політико-, економіко-географічна та туристсько-країнознавча характеристика.
49. Сполучене Королівство Великобританія: політико-, економіко-географічна та туристсько-країнознавча характеристика.
50. Франція: політико-, економіко-географічна та туристсько-країнознавча характеристика.
51. Туристсько-країнознавчий огляд Південної Європи.
52. Італія: політико-, економіко-географічна та туристсько-країнознавча характеристика.
53. Туристсько-країнознавча характеристика країн Східної Європи.
54. Туристсько-країнознавча характеристика балтійських країн: Латвії, Естонії, Литви.
55. Географія морських курортів Європи.
56. Середземноморські курортні територіальні рекреаційні системи.
57. Бальнеологічні і гірськолижні курорти Європи.
58. Типологія гірськолижних курортів Європи за основними рекреаційними параметрами.

Варіанти контрольних питань для студентів з дисципліни «Туристичне країнознавство»

Варіант 1

1. Туристське країнознавство. Загальнонаукові та спеціальні методи у туристському країнознавстві.
2. Політичні фактори розвитку туризму

Варіант 2

1. Джерельна база туристсько-країнознавчих досліджень.
2. Міжнародні туристські організації

Варіант 3

1. Структура туристсько-країнознавчої характеристики країни.
2. Поняття глобальної проблеми людства.

Варіант 4

1. Види типології країн світу.
2. Туристський потенціал країни. Туристські ресурси.

Варіант 5

1. Україноцентричний підхід до типології країн світу.
2. Пріоритетні напрями розвитку міжнародного туризму.

Варіант 6

1. Природно-ресурсні фактори розвитку туризму.
2. Прогнози розвитку туризму до 2020 р.

Варіант 7

1. Поняття природно-ресурсного потенціалу. Види природних ресурсів.
2. Основні показники розвитку туризму.

Варіант 8

1. Демографічні фактори розвитку туризму.
2. Сучасні тенденції туристського попиту.

Варіант 9

1. Динаміка чисельності населення.
2. Географія туристського попиту.

Варіант 10

1. Демографічна ситуація.
2. Рейтинги регіонів і країн. Країни-рецептори і країни-генератори у туризмі.

Варіант 11

1. Урбанізація, її темпи і особливості.
2. Вплив туризму на національну економіку.

Варіант 12

1. Культура та мистецтво, їх роль у презентації країни в контексті сучасних духовних цінностей.
2. Вплив туризму на платіжний баланс.

Варіант 13

1. Релігійний склад населення. Місце релігії у сучасному суспільному житті, пізнанні країни.
2. Вплив туризму на економічний розвиток депресивних регіонів.

Варіант 14

1. Економічні фактори розвитку туризму
2. Державне регулювання в туризмі. Туристське законодавство.

Варіант 15

1. Поняття національного господарства. Структура та типи національних господарств.
2. Завдання держави у розвитку різних форм туризму. Державні програми розвитку туризму.

Варіант 16

1. Світове господарство, його еволюція.
2. Міжнародне регулювання туристичної діяльності.

Варіант 17

1. Світове господарство в період науково-технічної революції.
2. Роль та значення Всесвітньої туристської організації.

Варіант 18

1. Міжнародний туризм як сфера послуг. Види туризму.
2. Характерні риси та географія міжнародних рекреаційних потоків.

Варіант 19

1. Географія міжнародного туризму. Країни – постачальники туристів.
2. Туристсько-країнознавча характеристика країн Північної Америки.

Варіант 20

1. Роль спорту у презентації країни. Олімпійський рух.
2. Туристсько-країнознавча характеристика країн Латинської Америки.

Стандартизовані відповіді на комплексні контрольні роботи з курсу «Туристичне країнознавство»

Варіант 1

Туристське країнознавство як наукова дисципліна

Країнознавство - це комплексна синтетична географічна дисципліна, що займається вивченням регіонів та окремих країн, систематизує та узагальнює дані про їх природу, населення, господарство, культуру та соціальну організацію. Об'єктом дослідження є регіони та окремі країни, як основні одиниці соціально-політичної організації світу. Предметом вивчення є територіальна система господарства та населення, їх зміни та функціонування. Основним підходом є уявлення про взаємозв'язок у просторі. Використовуються наступні наукові методи: історичний, картографічний, статистичний, порівняльний, районування.

Засновником країнознавства вважаємо давньогрецького історика і географа Страбона. Він є автором "Географії" у 17 книгах, яка є підсумком усіх географічних знань античності, і "Історичних записок", які до нашого часу не збереглися. В класичному країнознавстві існувало 4 школи:

- 1) німецька школа (17-18 ст., камеральна статистика);
- 2) французька школа (основна робота - нова всесвітна географія - Земля і люди);
- 3) Бернхард Вареніус - загальна географія - антропогеографія- Ратцель;
- 4) школа районної планіровки (Баранський) - 20-30 рр. 20 ст. - Маєргойз і Машбїц. Новітній період у розвитку країнознавства почався з другої половини дев'ятнадцятого століття. Його можна розділити на такі три часові відрізки: з середини 70-х років дев'ятнадцятого століття до Першої світової війни; міжвоєнний; після Другої світової війни і до нашого часу.

Теорії та концепції розвитку міжнародного туризму

Теорія розвитку туризму безпосередньо пов'язана з теорією стадій економічного росту, яку розробив американський економіст-історик Волт У. Ростоу. Згідно з його концепцією суспільство проходить п'ять стадій росту – традиційне суспільство, дозрівання умов для піднесення, стадія піднесення, період технічної зрілості і період масового споживання. Однією з головних умов функціонування згаданої теорії є мобілізація внутрішніх та зовнішніх інвестицій задля прискорення економічного росту. На думку У.Ростоу, всі розвинені країни пройшли стадію піднесення і продовжують шлях до самовдосконалення. Щодо інших країн і зокрема країн, що розвиваються, то вони перебувають на стадіях традиційного суспільства або дозрівання передумов для подальшого росту. Тому в них відсутні внутрішні інвестиції, не створено економічних передумов для інвестування територій, багатих на туристичні ресурси і є придатними для масового туризму. З огляду на це розвиток туризму та інших галузей і сфер людської діяльності в країнах, що розвиваються і тих, що не перебувають на стадії економічного піднесення, дуже залежні від рівня інвестування зацікавлених розвинених країн світу. Отже, розвиток туризму в країні або у регіоні з переважанням туристичних ресурсів тісно пов'язаний зі стадією економічного розвитку, тобто зі стадією піднесення, коли створюються сприятливі умови як для мобілізації внутрішніх, так і іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму.

Теорія периферії в розвитку туризму. Одним з перших авторів теорії периферії, яка виявилася антитезою теорії центральних місць, був німецький вчений В.Крісталлер. Суть цієї теорії полягає в обґрунтуванні просторової організації розселення, у пошуку певної регулярності сфери послуг. Щодо туризму, то на думку В.Крісталлера, учасники туристичних походів намагаються задовольнити рекреаційні потреби поза межами міських поселень, тобто поза центрами цивілізаційних зосереджень, освоюючи позаміський простір, багатий, в першу чергу, на природні ресурси. Ці ж туристи врешті-решт зможуть і напевне захочуть відвідати центри агломерацій, але швидше задля покупок та з пізнавальною метою.

Теорія циклів еволюції туристичного продукту. На початку 1980-х років з'явилася ще одна теорія розвитку туристичного простору. Її розробив учений Р.Батлер. Теорія циклів еволюції туристичного простору пов'язана з розвитком туризму не лише в окремій місцевості, а й у цілому регіоні.

Теорія двох туристичних секторів. Теорія двосекторної економіки як провідної теорії економічного росту, бере свій початок із середини 1950-х років, творцем її був А.Льюїс – лауреат Нобелівської премії. За цією моделлю розвиток економіки розглядають як систему двох секторів: традиційного сектору з натуральним сільським господарством, яке характеризується прихованим перенаселенням і високопродуктивним сектором промисловості міських територій, що поглинають надлишок робочої сили з сільської місцевості.

Концепція розвитку туризму як зустріч культур. Суть цієї концепції полягає у тому, що туристичні центри є місцем зустрічі представників різних культур, носіями яких є приїждже і місцеве населення. У результаті такої “зустрічі” відбувається взаємне зацікавлення, пізнання, можливе взаємопроникання культур. Але може скластися така ситуація, коли приїждже і навіть місцеве населення почуватимуть себе некомфортно, а в гіршому випадку – ображеними, що зумовить конфлікт. У такому випадку, як пише А.Ковальчик, необхідно або минати таку місцевість, або змінювати поведінку обох сторін, аби запобігти такому непорозумінню.

Варіант 2

Джерельна база туристсько-країнознавчих досліджень

Проблеми статистичного обліку є центральними в дослідженні туризму, які потребують кількісних показників, базисом яких є статистичні дані. Сьогодні статистика міжнародного туризму, охоплюючи значне коло питань, ведеться з метою оцінки внеску міжнародного туризму в економіку країни, зокрема, його впливу на платіжний баланс, з метою виявлення головних напрямів і тенденцій розвитку туризму для планування його матеріально-технічної бази, проведення маркетингових досліджень і просування туристського продукту до потенційних споживачів.

Статистика туристських потоків. Статистика міжнародного туризму включає два основні розділи: статистика туристських потоків і статистика туристських доходів і витрат. Для кожного з цих розділів ВТО розробила перелік основних показників, які є інформативними і порівняно легко визначаються. Найважливішими показниками туристських потоків є кількість прибуттів (відбуттів) і тривалість перебування.

Кількість прибуттів (відбуттів) - число зареєстрованих туристів, що прибули в ту чи іншу країну (відбули з неї) за конкретний проміжок часу, зазвичай календарний рік.

Кількість прибуттів (відбуттів) є основним показником, що характеризує туристський рух. Прибуття (відбуття) враховуються в абсолютному вираженні як число поїздок за конкретний термін часу. Проте абсолютні показники туристських потоків не дозволяють говорити про рівень туристської активності, бо вони завжди залежать від кількості населення країни. Тому для оцінки інтенсивності туристських обмінів кількість прибуттів (відбуттів) розраховують на 100 чоловік населення, тобто показується як відносна величина.

Поряд з кількістю прибуттів (відбуттів) у статистиці туристських потоків використовують і інший показник - тривалість перебування. Вона вимірюється в годинах для одноденних поїздок і ночівлях для відвідувань-перебувань.

Ночівля - це одна доба, проведена одним туристом в країні (місці призначення).

Тривалість перебування усіх туристів в країні впродовж конкретного часового проміжку, тобто загальна кількість ночівель, обчислюється множенням числа туристських прибуттів на середню тривалість перебування одного туриста в країні.

У залежності від тривалості перебування (кількості ночівель) виділяють кілька сегментів ринку подорожей. Короткотермінові поїздки (1-3 ночівлі) здійснюють для відпочинку і розваг у вихідні і святкові дні, а також з діловою метою. В другу групу (4-7 ночівель) входять поїздки з

різними мотивами, що здійснюють переважно під час додаткової відпустки. Цей сегмент ринку розвивається випереджаючими темпами. Середньотермінові поїздки (8-28 ночівель) відвідувачі здійснюють, перебуваючи у тривалій відпустці, головним чином для відпочинку. І насамкінець, поїздки тривалістю 29-91 і 92-365 ночівель належать до довготривалого туризму. Частина людей, передовсім економічно неактивних, здійснюють їх для відпочинку, розваг і лікування, інша частина - з діловою і професійною метою (монтаж обладнання наприклад).

Статистика туристських доходів і витрат. Статистика туризму, поряд зі статистикою туристських потоків, включає другий, не менш важливий розділ - статистику туристських доходів і витрат. Він містить вартісні оцінки туризму, необхідні для вивчення його оцінки на національну економіку, зокрема платіжний баланс країни, а також для характеристики секторів індустрії туризму.

Туристські витрати - це загальна сума споживчих витрат, котрі робить відвідувач чи від його імені будь-яка інша особа під час організації чи під час поїздки, а також під час перебування у пункті призначення.

Витрати відвідувача визначаються вартістю товарів і послуг, куплених туристом для задоволення потреб. Товари і послуги є надзвичайно різноманітними: від послуг перевезення, розміщення і харчування до невеличких предметів тривалого користування, товарів туристського споживання і сувенірів. Усі вони використовуються особисто відвідувачем, крім подарунків. Проте і у такому випадку витрати є туристськими.

Обсяг туристських витрат рекомендують встановлювати за фактичними витратами на товари і послуги з врахуванням діючих скидок і націнок, чайових і т.д., незалежно від форми їх оплати - грошима, дорожніми чеками, кредитними картками.

Характеристика вод суші у туристському країнознавстві

Характеристика вод суші включає характеристику річок, озер, боліт, підземних мінеральних вод.

Загальна характеристика річок включає відомості про те, наскільки багата ними територія країни, які вони за розмірами, значенням, величині і особливостями розташування. Далі потрібно перерахувати найбільш крупні головні ріки і навести характеристику кількох річок різного типу, що є цікавими для туризму. Характеристика кожної з річок дається за таким планом: назва річки, її місце в річковій системі (головна чи притока), місцеположення, місце витоку, місце впадіння. Далі характер течії річки (гірська чи рівнинна, багато- чи маловодна), температура води, швидкість течії, нахил і падіння. Великий вплив на розвиток певних видів туризму справляє режим річки (зміна рівня води, наявність і час повноводдя, паводків, тривалість і стійкість льодоставу), характер русла.

Загальна характеристик озер включає інформацію про те, наскільки багата ними територія країни, які вони за походженням, величині, глибині, які особливості їх розміщення. Далі потрібно назвати крупні озера і дати характеристику тих з них, які є цікавими для різних видів туризму. Характеристику кожного з озер дають за таким планом: назва озера, його місцеположення, походження озерної котловини (тектонічне, льодовикове, карстове), характер берегової лінії, дна і гірських порід, що утворюють береги і дно озера, глибини, температура, соленість (стічне чи безстічне), режим і переміщення вод озера, характер рельєфу і рослинності берегів. Особливу увагу потрібно приділити режиму озера (елементи якого є аналогічними до річкового) і короткій характеристиці островів. Часто навколо крупного озера чи вздовж крупної річки формується особливий мікроклімат - сприятливий для розвитку туризму. Крім того, на берегах подібних водойм, як правило, є багато крупних і малих історичних і культурних центрів, що сприяє розвитку круїзного озерно-річкового туризму. Мінеральні озера є важливим ресурсом для лікувально-оздоровчого туризму. Річки і озера часто мають багатий підводний світ, тваринний і рослинний, коротка характеристика якого є необхідною і доцільною.

Особливе значення для туризму мають мінеральні води і грязі. Для туризму важливими є джерела, місця виходу підземних вод на поверхню чи артезіанські скважини - створені місця

виходу мінеральної води на поверхню. В курсі країнознавства доцільно дати загальну характеристику мінеральних вод і грязей країни. Така характеристика включає оцінку того, наскільки ними багата країна, якими вони є за складом, температурою і характером впливу на організм людини, далі потрібно назвати території (райони країни), найбільш багаті мінеральними водами чи лікувальними грязями.

Варіант 3

Основні етапи і чинники розвитку міжнародного туризму

Туризм – продукт тривалого історичного розвитку. Передумови його появи сягають далекої давнини. Відомо, що процес пізнання людиною довкілля пов'язаний із подорожами. Вже в давні часи народи Середземномор'я мали у своєму розпорядженні географічні описи, що давали загальне уявлення про сусідні території. Розвиток обміну і торгівлі вимагав достовірної й докладної інформації про країни, їх населення та звичаї. Фактично першими мандрівниками були купці. Поїздки давніх греків і римлян до Єгипту у шостому столітті до нашої ери не були поодинокими випадками. В Єгипті їх приваблювала незвичайна природа, давня історія, культура, велич єгипетських споруд.

Подорожжю по своїй країні для давніх греків були поїздки до Олімпії, на Олімпійські ігри. Щорічно на Олімпійські ігри з'їжджалися тисячі аматорів спорту і шанувальників мистецтв не тільки з Еллади, а й з інших держав Середземномор'я. До цього періоду належить і спорудження спеціальних великих будинків, у яких могли розміститися й відпочивати атлети і глядачі.

Істотний внесок у розвиток подорожей зробило паломництво. Прочани різних конфесій, маючи за мету поширення своєї релігії, поклоніння святиням, здійснювали важкі і тривалі, як на ті часи, подорожі. Досить згадати масове паломництво, актуальне й сьогодні, прихильників ісламу до Мекки або християн до Гробу Господнього в Єрусалимі, відвідування інших святих місць у релігійні свята тощо.

Масове пересування людей у середньовічній Європі відбувалося в часи хрестових походів, які розпочали європейські лицарі та купці, що пливли за ними, щоб захопити чужі багатства і території. Слідом за ними рухалися на Схід священики і прочани в супроводі незліченої юрби бурлаків та знедолених. Однак, не зважаючи на різні цілі походів і подорожей, усі вони об'єктивно розширювали географічні знання людини. Докладні описи рік, морів, материків і країн залишили Марко Поло, Васко да Гама, Христофор Колумб та інші. Так створювалися передумови для великих географічних відкриттів кінця п'ятнадцятого – початку сімнадцятого століття.

До кінця дев'ятнадцятого століття завершився процес відкриття населених континентів. Було пройдено і досліджено цілком чи у більшій частині своєї течії усі великі річки, нанесено на карти великі озера, встановлено найважливіші ознаки рельєфів населених територій.

Процес активізації господарських зв'язків не тільки збільшував у величезних масштабах рух населення, а й супроводжувався будівництвом доріг, облаштуванням готелів, ресторанів, створенням зон відпочинку, лікування, вивченням історичних і географічних пам'яток тощо.

Із появою регулярного руху пасажирського транспорту, мережі підприємств харчування і засобів розміщення відпало багато елементів ризику і труднощів, які сторіччями були пов'язані з подорожами. Наприкінці вісімнадцятого століття представників заможних класів європейських держав, які відвідували зарубіжні країни з цікавістю та для розваги, називали туристами. До початку дев'ятнадцятого століття переважно це була аристократія і буржуазія.

Початок двадцятого століття пов'язаний з виникненням і розвитком національного (етнічного) туризму. З'явився також новий, принципово відмінний від інших видів транспорту – автомобільний. Особливо великим поштовхом для розвитку туристичних подорожей стала поява автобусів. Однак до першої світової війни більша частина туристів та мандрівників користувалась залізничним або морським транспортом.

Перша світова війна вкрай негативно вплинула на розвиток міжнародних туристичних зв'язків. Можна навіть сказати, що тоді туризм призупинив свою діяльність. Закінчення війни

стало початком нового етапу розвитку міжнародного туризму. Це було пов'язано передусім зі зростанням ролі США на світовій арені та активізацією американського капіталу в Європі. Досить швидко обсяг міжнародного туризму і подорожей досягнув передвоєнного періоду, а за тричотири роки перевищив його у більшості країн. Серйозним чинником, що вплинув на розвиток туризму в 20-30 рр. двадцятого століття, став бурхливий розвиток нових видів транспорту – автомобільного та авіаційного.

Однак цей період характеризується і низкою негативних чинників, що вплинули на міжнародний туризм і дещо затримали його розвиток. Це насамперед світова економічна криза 1929-1933 рр., загострення політичної ситуації в Європі у зв'язку з приходом до влади у Німеччині нацистської партії Гітлера і підготовки Німеччини до війни. До 1950 р. загальна кількість іноземних туристів, зареєстрованих в усьому світі, перевищувала довоєнний рівень і досягла 25 млн. осіб.

Потреба розвитку відносин між державами в політичних, економічних, соціальних та культурних аспектах через міжнародні туристичні зв'язки ще в 20-х р. двадцятого століття актуалізувала питання про співпрацю між національними туристичними і транспортними організаціями різних країн. У Парижі 1947 р. була створена Міжнародна спілка офіційних туристичних організацій МСОТО. Це була міжнародна спеціалізована організація, до якої входило 116 держав. Її дійсними членами стали урядові та неурядові організації.

Туризм розвивається в усіх країнах світу. Збільшення обсягів міжнародного туристичного обміну в Європі, Африці та Латинській Америці було на рівні середньостатистичних показників, а в країнах Близького Сходу він перевищив їх більш ніж утричі, у країнах Південної Азії – більш ніж у 5 разів, в Східній Азії – 10 разів.

Поняття глобальної проблеми людства

Політичні, економічні і соціальні проблеми, які стосуються інтересів усіх країн і народів, усього людства, називаються глобальними. Глобальні проблеми виникли на рубежі двадцятого сторіччя, коли у результаті колоніальних завоювань усі заселені території світу були поділені між провідними імперіалістичними країнами і втягнуті у світове господарство. У цей час загострилася і перша глобальна політична криза. Через незадоволення окремих країн (Німеччина, Японія, США) існуючим поділом світу почалася боротьба за його переділ, результатом чого стала Перша світова війна. Швидке зростання кількості населення та прискорений розвиток науки і техніки у ХХ ст. призвели до того, що людство перетворилося на провідну геологічну силу (за висловом Володимира Вернадського). Озброєне потужною технікою, людське суспільство створило конфліктні ситуації не лише між країнами чи групами країн, але також між людиною і природою. А наявність в окремих країнах атомної та інших видів зброї масового знищення зробили ймовірним виникнення такої глобальної кризи, яка зможе знищити людську цивілізацію і біосферу в цілому.

Гострі глобальні проблеми активно вивчали провідні вчені світу (політологи, соціологи, демографи, біологи, математики). Їх зусиллями наприкінці 60-х-на початку 70-х років ХХ ст. сформувалася нова міждисциплінарна наука – глобалістика. Проте перші наукові передбачення таких проблем були зроблені значно раніше. “Батьком” глобалістики можна вважати англійського вченого-монаха Т.Мальтуса, який ще на початку ХІХ ст. проаналізував глобальну проблему зростання народонаселення.

У другій половині ХІХ ст. з'явилося багато праць учених-географів, що стосувалися взаємовідносин суспільства і природи. Усесторонній аналіз негативного впливу тодішнього господарства на навколишнє середовище дав американський учений Д.Марш у книзі “Людина і природа” (1864 р.). Про гостру екологічну спрямованість цієї праці говорить її початкова назва “Людина – руйнівник гармонії у природі”. Велику увагу на глобальні екологічні проблеми звертала група європейських вчених, що працювали під керівництвом французького географа Елізе Реклю, який, зокрема, написав дев'ятнадцятитомну працю “Земля і люди” і шеститомну працю “Людина і Земля”.

Варіант 4

Види типології країн світу

Типологія групує країни світу, відображає підсумки їх соціально-економічного розвитку, зумовленого різними і неоднаковими темпами розвитку суспільств.

Типологія країн має і практичне значення. Так, наприклад, ООН для надання фінансової і гуманітарної допомоги виділяє групу найменш розвинених країн світу. В Україні відомими є типології, розроблені російськими географами, зокрема В.Вольським (1990 р.). В роки незалежності з'явилися публікації українських географів. Відомими є роботи Ю.Грицака, І.Дітчука та ін., присвячені дослідженню цих питань.

У науковій літературі існують різні варіанти типології країн світу, які розрізняються теоретико-методичними підходами, критеріями, призначенням і т.д. Типологію країн світу можна проводити за різними критеріями. Це може бути типологія як за однією ознакою, так і за їх сукупністю. Критеріями типології можуть бути: географічне положення, форма правління, адміністративно-територіальний устрій, розміри території, чисельність населення, величина і структура природно-ресурсного потенціалу, ВВП на одного жителя, рівень гуманітарного розвитку і т.д.

Існує типологія за ступенем розвитку суспільства, коли виділяються доіндустріальні, індустріальні та постіндустріальні країни. До першої групи входять країни Азії, Африки та Латинської Америки, в яких переважають доіндустріальні елементи виробництва. До другої – країни із розвинутою видобувною і важкою промисловістю, у т.ч. більшість постсоціалістичних. Постіндустріальні – це економічно високорозвинені країни, де значна частка працездатного населення зайнята у сфері послуг та у найновіших галузях економіки. До них належать зокрема США, Великобританія, Німеччина, Японія та ін.

Розрізняють також країни світу за способом ведення економіки. Тут виділяють країни з ринковою економікою, з перехідною економікою та плановою централізованою економікою. До першої групи відносяться економічно розвинені країни та частина країн, що розвиваються. До другої – інші країни, що розвиваються та частина постсоціалістичних країн, зокрема Україна, Росія, Румунія, Болгарія і ін. Третя група – це так звані соціалістичні країни, як-от: КНДР, Куба, Китай, В'єтнам.

Характеристика вод Світового океану у туристському країнознавстві

В рельєфі дна Світового океану виділяють чотири зони, але з точки зору туризму інтерес становить лише перша (зона шельфу чи материкової мілини) і менше друга (перехідна, що складається з ланцюгів островів і котловин окраїнних морів). Країни зі значними ділянками мілководного шельфу мають хороші умови для розвитку рекреаційного пляжного, спортивного, круїзного і оздоровчого видів туризму). Склад гірських порід, що утворюють дно, також впливає на можливості розвитку пляжно-купального туризму і яхтінгу (якщо воно утворене піском чи мілкою галькою) чи дайвінга (якщо дно кам'янисте чи крупногалькове). Різкий перепад висоти дна (глибини) поблизу берега (перелом дна) створює найбільш сприятливі передумови для занять серфінгом, іноді буває два-три такі переломи (наприклад, деякі ділянки вздовж східного узбережжя Австралії).

Ланцюги островів чи поодинокі острови, особливо цілі архіпелаги (вони бувають вулканічного і материкового походження) створюють додаткові умови для розвитку туризму.

Підводні скали, печери і уступи в теплих морях слугують основою росту коралів і становлять інтерес для поціновувачів підводного плавання. Коралові острови і лагуни з дрібним білим піском - справжній рай для купання і відпочинку.

Характеристика кожного з цих об'єктів (море, моря чи частина океану) повинна включати їх назву, місцезонавання стосовно території країни і відносно території океана (окраїнне, внутрішнє чи міжострівне).

Далі дають характеристику глибин, в першу чергу прибережної зони (середня і максимальна глибина дна), рельєфу дна, зокрема відмічаємо, в якій зоні дна Світового океану розташоване дане море. Особливу увагу потрібно приділяти характеристиці берегової лінії. Порізана берегова лінія, що утворює затоки і острови, слугує додатковою сприятливою передумовою розвитку туризму.

Далі потрібно дати характеристику властивостей вод моря чи частини океану: температура і її зміни за сезонами року, солоність, рух вод (течії і хвилі води) і коротко повідомити про органічне (біологічне) життя водойми. Якщо водойма замерзає, потрібно вказати тривалість і по можливості стійкість льодового покриву. В низці країн важливим ресурсом розвитку туризму є припливи, що досягають значних висот - 10 м і більше. Якщо країна має велику акваторію моря (чи морів) з багаточисельними островами (архіпелагами), це сприятливі можливості розвитку морського круїзного туризму і яхтінгу.

Варіант 5

Україноцентричний підхід до типології країн світу

Із здобуттям у 1991 р. Україною незалежності визначився так званий україноцентричний підхід до типології країн світу (Шаблій, 1994). Згідно з ним у світі виділяються три групи країн: країни-сусіди України; великі країни світу, стосунки з якими у соціально-економічній та політичній сферах є надзвичайно важливими для України; країни світу з значною українською діаспорою. Перша група – це Молдова, Румунія, Угорщина, Словаччина, Польща, Білорусь та Росія. Враховуючи надчорноморське геополітичне розташування, важливе значення для України мають сусіди з боку Чорного моря – Болгарія, Туреччина та Грузія. До другої групи належать Німеччина, США, Великобританія, Франція, Китай, Японія та Індія. Третя включає Канаду, Казахстан, Сербія і Чорногорія, Бразилія, Аргентина та Австралія. Деякі країни за рядом своїх ознак можуть входити одночасно до всіх трьох груп.

Природа як умова розвитку туризму

Природа, природне середовище - один з найважливіших блоків країнознавства. Природні умови і природні ресурси будь-якої країни, як правило, є основною частиною того потенціалу, що визначає можливості розвитку туризму. Це вимагає досить уважного і докладного аналізу практично усіх основних компонентів природи на досліджуваній території.

В курсі комплексного географічного країнознавства застосовують стандартний план характеристики: рельєф, клімат, води, ґрунти, рослинність, тваринний світ, природні зони і т.д., аналогічний до курсів загального землезнавства і фізичної географії.

Таким чином, комплексне країнознавство і туристське країнознавство тісно пов'язані між собою, мають спільний об'єкт дослідження і є розділами однієї галузі знання - країнознавства. Але до цього спільного об'єкта дослідження вони підходять під різним кутом зору: комплексне країнознавство розглядає загальні взаємозв'язки між цілісною природою, господарством і населенням, а туристське країнознавство вивчає лише ті компоненти і просторові відмінності, які впливають на розвиток туризму. Обидва ці курси мають подібну структуру, але відрізняються за метою і докладністю вивчення матеріалу.

Рельєф - базовий компонент природи будь-якої країни. По-перше, характеристика рельєфу формує початковий вигляд території, окрім цього, рельєф визначає можливості розвитку багатьох видів туризму, тобто він має самостійне значення як умова розвитку турбізнесу. По-друге, рельєф є важливим фактором, що впливає на інші компоненти природи: води, клімат, рослинність, тваринний світ. Чим багатоманітнішим є рельєф, тим багатшою є природа країни загалом. Чим

яскравіше виражене чергування форм рельєфу, тим більше зацікавлення воно викликає серед туристів.

Загальну характеристику рельєфу доцільно починати, вказавши, які форми рельєфу розташовані на території, яке є їх співвідношення за площею (яка з них переважає), перерахувати назви найбільш важливих гір і рівнин.

Найбільш розчленованим є рельєф в гірських районах, тому і почнемо з них. Характеристика гір включає низку моментів, кожен з яких має не лише самостійне значення, але і одночасно є логічним переходом до інших важливих аспектів. Так, наприклад, відомості про вік гір не лише дозволяють віднести їх до певного виду, але й допомагають визначити рухливість земної кори, тобто ймовірність землетрусів і вулканів. Гірські райони з підвищеною сейсмічною активністю, безумовно, малопридатні для розвитку туризму. Виключення складають окремі райони, де можна спостерігати виверження водних (гейзери) чи грязевих вулканів, а у виключних випадках - навіть магматичні виверження з безпечної відстані.

Характеристика найбільших і цікавих для туризму гір чи гірських хребтів (чи гірських країн) дається за таким планом: назва і розташування, вік, сейсмічна активність (там, де вона зустрічається). Далі - загальні риси морфоструктури: склад гірських хребтів (у випадку гірської країни), пролягання і взаєморозташування хребтів, середня і максимальна висота (назва найвищої вершини) гірського утворення, далі опис морфоскульптури гір: характер схилів і вершин.

Клімат - головний компонент природи, що визначає можливості розвитку туризму у будь-якій країні. Причина цього у тому, що саме клімат, його особливості визначають попит. Обираючи країну, турист передовсім цікавиться тим, який клімат і погода, чи будуть вони сприятливими для відпочинку. Окрім цього, клімат впливає практично на усі інші компоненти природи. Різноманітність кліматичних умов є однією з головних причин різноманіття видів і напрямів туризму в конкретній країні.

В характеристиці клімату і погоди потрібно звернути увагу на низку аспектів. По-перше, клімат і погода - різні поняття, хоча вони і є однаково важливими для туризму. При цьому клімат - поняття більш загальне у порівнянні з погодою. Тому починати характеристику необхідно з вивчення основних закономірностей і понять клімату, послідовно розглядаючи головні елементи, явища і показники, що їх характеризують.

Розглядаються параметри показників впродовж року, у середньому за рік, по сезонах, а також зміни - амплітуди коливань. Амплітуди є важливими для визначення специфічних особливостей клімату. Так, наприклад, значні амплітуди коливань типові для областей з континентальним і різко континентальним кліматом, а в приморських районах амплітуди коливань невеликі. Характеристики усіх кліматичних показників дають по основних сезонах.

Далі потрібно коротко зупинитися на характеристиці основних кліматичних явищ. При цьому особливу увагу потрібно приділити областям високого і низького тиску, бо вони безпосередньо впливають на значення змін погоди.

Далі необхідно дати характеристику погоди. Послідовність є аналогічною до характеристики клімату: тип погоди, характеристика основних елементів і явищ. Відмінність полягає у тому, що при характеристиці погод якісні показники відіграють, як правило, більш важливу роль, формуючи вигляд середовища перебування.

Варіант 6

Методичні основи вивчення географічного положення країни

Географічне положення є першим пунктом плану туристської характеристики країни. Класичний план характеристики географічного положення запропонував засновник вітчизняної економічної географії М.М.Баранський. Але в туристському країнознавстві для складання і оцінки географічного положення вважаємо необхідним дати короткі пояснення по основних пунктах плану. Опис положення об'єкту відносно основних ліній і точок на карті чи на материкау означає необхідність визначити власне місцезположення території країни.

При цьому достатньо вказати суттєві риси місцеположення, вказавши, наприклад, що країна розташована в помірних широтах вздовж узбережжя певного материка. Далі потрібно назвати, до узбереж яких значних об'єктів вод Світового океану має вихід країна і які можливості з цим пов'язані. Характеризуючи ж положення відносно річок і озер, враховують лише ті з них, які належать одночасно ще хоча б одній країні. Далі потрібно згадати ті крупні форми рельєфу, які знову ж таки розташовані одночасно на території кількох держав-сусідів. Тобто, мова може йти, наприклад, про спільне використання у сфері туризму тих гірських систем чи гірських країн, які, розташовуючись поза території тієї чи іншої країни, захищають її від холодних, жарких, вологих, сухих повітряних мас, перешкоджаючи чи сприяючи проникненню їх на дану територію.

Наступним етапом є характеристика економіко-географічних аспектів положення країни. Спочатку потрібно перерахувати ті держави, з якими вона межує. Стосовно ресурсно-географічного положення, то потрібно звернути увагу на співпадіння чи неспівпадіння потенціалів в сусідніх країнах, що відрізняються одна від одної різноманіттям, багатством і значимістю ресурсів сфери туризму. Якщо ресурсний потенціал сусідніх країн є біднішим чи він суттєво відрізняється за своїм складом, це вигідно для країни.

Географічне положення характеризується взаємовідношенням об'єкта з його зовнішнім середовищем. В країнознавстві географічне положення має велике значення, від нього залежить спосіб життя і навіть характер народу.

Через те що в країнознавстві головним об'єктом є країна, держава, то під географічним положенням розуміємо відношення конкретної країни до будь-яких інших об'єктів поза її територією, що впливають на можливості розвитку тут туризму. Таким чином, сутність географічного положення розкривається через систему територіальних відношень, котрі вчені-географи називають категоріями: математико-географічне положення, фізико-географічне положення, економіко-географічне положення, політико-географічне положення, еколого-географічне. Але поняття географічне положення розглядаємо у двох напрямках: 1) географічне положення як фактор розвитку туризму; і 2) географічне положення як умова розвитку туризму. Географічне положення як фактор передбачає виявлення і аналіз зв'язків (реальних і потенційних) для визначення їх впливу на розвиток туризму, його спеціалізацію, особливості організації і технології.

План вивчення і характеристики географічного положення країни

1. щодо екватора, нульового меридіану, полюсів, тропіків і полярних кіл;
2. на материк/частині материка чи частині світу;
3. океанів, морів, крупних заток, проток, морських течій;
4. крупних форм рельєфу суші;
5. кліматичних поясів, кліматичних областей, центрів високого і низького тиску;
6. крупних річок і озер;
7. природних зон;
8. сусідського положення;
9. ресурсно-географічного;
10. центрів культури, релігій, цивілізацій;
11. промислових, сільськогосподарських і торговельних центрів;
12. найбільших туристських районів, центрів;
13. транспортно-географічного положення;
14. військово-політичних і економічних блоків чи союзів;
15. вогнищ війни та інших збройних конфліктів;
16. держав з нестабільною економічною і політичною ситуацією;
17. еколого-географічного;
18. загальний висновок про особливості географічного положення країни і оцінка його можливостей для розвитку туризму.

Поняття природно-ресурсного потенціалу. Види природних ресурсів

Життя людського суспільства, у тому числі його господарська діяльність, тісно пов'язане з навколишньою природою. Вона служить середовищем для життєдіяльності людини, а також забезпечує її ресурсами для виробництва і споживання. Навіть окремі етапи розвитку людства отримали назву тих природних матеріалів, які відігравали в той час провідну роль.

Останнім часом учені сходяться на думці, що навколишнє середовище треба розглядати не тільки як скарбницю природних ресурсів, а насамперед як середовище проживання людей. Адже людина не тільки соціальна, але й біологічна істота і поза межами географічної оболонки жити не може.

Геологічна вивченість багатьох регіонів Землі, зокрема Африки, Латинської Америки, Азії є незначною. Тут можливі відкриття великих родовищ найрізноманітніших родовищ корисних копалин. Недостатньо або мало вивченими залишаються земельні, водні, лісові ресурси, що пояснюється відсутністю коштів у слаборозвинених країн на детальні дослідження свого природно-ресурсного потенціалу. Немає повної інформації про природні ресурси країн із тоталітарними режимами через закритість даних про запаси стратегічної сировини. Так у колищньому СРСР ніколи не публікувалися дані про запаси нафти, сірки, золота, урану та багатьох кольорових металів.

Крім того, транснаціональні корпорації і відомства монополісти, оцінюючи запаси природних ресурсів, часто не враховують можливості їх комплексного використання. Тому недоцільно говорити про обмеженість природно-ресурсного потенціалу нашої планети, а сировинна та енергетична криза 70-х років минулого століття була викликана у першу чергу нераціональним використанням природних ресурсів і високою ресурсомісткістю економіки.

Сучасне господарство, особливо промисловість базується насамперед на мінерально-сировинних ресурсах, тобто запасах корисних копалин, які поділяють на паливні, рудні (руди чорних і кольорових металів) і нерудні (хімічна і будівельна сировина).

Країнознавчі аспекти релігійного туризму у Європі

З давніх давен люди прагнули зобразити те, у що потрібно було вірити. Вони створювали статуї, ікони, які поступово ставали предметом для поклоніння багаточисленних паломників. Деякі з них несподівано починають плакати чи сміятися, деколи їх голови увінчують вінки з квітів, які не помирають. Ці феномени вивчаються вченими, але вони не можуть дати їм наукового пояснення.

З точки зору географії паломництва спеціальний інтерес становлять чудотворні чорні ікони і скульптури Мадонни (Чорна Мадонна). На деяких іконах обличчя і руки Мадонни з часом потемніли від кіптяви свічок чи хімічної реакції у фарбі. Деякі статуї початково були виконані з темних порід дерева. Найбільш відомим чорні зображення Мадонни є в Австрії, Швейцарії, Німеччині. У Польщі прочани спрямовуються в Ясну Гуру, щоб вклонитися національній святині – іконі Ченстоховської Чорної Мадонни. Поляки вважають її своєю заступницею і приписують чуда. В окремі святкові дні Ясну Гуру відвідують до 300 тисяч людей.

Крім культу Ісуса Христа і Богородиці, у християнстві поважають і інших святих. Місця, пов'язані з їх іменами, також є центрами паломництва. Наприклад, Неаполь відомий серед паломників завдяки Святому Януарію, покровителю міста. У прекрасно оформленій капеллі собору Сан-Дженнаро зберігаються череп святого і посудини з його запікшоюся кров'ю, який має загадкові властивості, періодично звертаючися. Вперше цей феномен був помічений у четвертому столітті і з цих пір повторюється кілька разів на рік.

Найбільшим центром християнського паломництва, де можна вклонитися відразу кільком святиням, є Рим. Щорічно це місто відвідують понад 8 мільйонів паломників. У Вічному місті можна побачити усесвітньо відомі собори. Один з них Сан Джованні ін Латерано збудували у четвертому столітті, неодноразово був зруйнований і відновлений. Його називають матір'ю і

головою усіх церков Риму і землі. Тут зібрані священі реліквії: голови святих Петра і Павла, юдейський заповітний Ковчег, святий жезл Аарона, накидка Марії, частина столу, за яким проходила Тайна Вечеря, перекладаина справжнього істинного хреста. До наших днів вдалося зберегти святу драбину. Її привезли із єрусалимського палацу Пилата. За легендою, по ній вивели Ісуса Христа на казнь. Піднятися по 28 мармуровим сходинкам можна лише преклонивши коліна. Зараз Сан Джованні ін Латерано є кафедральним собором Риму.

В межах Риму розташоване місто-держава Ватикан – центр Католицької церкви, резиденція її голови – Папи Римського. У Ватикані зосереджені найцінніші культурні речі, зокрема собор Святого Петра, що вражає своєю красою і величчю. Мільйони паломників сходяться сюди з усіх країн світу. За звичаєм вони прикладаються губами до стопи знаменитої скульптури керівника Апостолів, яка вже стерлася від поцілунків кількох поколінь прочан. Особливо багатолюдно у Ватикані у світо католицької Паски, коли Папа благословляє прочан на площі Святого Петра.

Варіант 8

Туристична індустрія, турагенти, туроператори

Туристська індустрія – це сукупність різних суб'єктів туристської діяльності (готелі, туристські комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

Індустрія туризму бере свій початок ще у часи середньовіччя – у сфері організації паломництва з країн Європи до святих місць. На сучасному етапі розвитку у сфері туризму діють різноманітні типи підприємств, що здійснюють туристичну діяльність: організації туризму (туроператори і туристські агентства); перевізники; готелі й інші підприємства системи розміщення; підприємства громадського харчування; заклади системи розваг; інші туристичні й суміжні з ними послуги, до яких варто віднести – підприємства банківської сфери, послуг страхування, інформаційні та інші.

До організаторів туризму, як зазначає відомий російський науковець М.Б.Біржаков, належать два види підприємств сфери туризму: туроператор і туристське агентство, які, по суті, не надають туристських послуг, а лише здійснюють посередницькі функції між споживачем і безпосередньо виробником послуг. Їхня діяльність – це також послуга. У туристському законодавстві деяких країн світу ці підприємства так і називають, відповідно до їх призначення і характеру функцій, - організаторами туризму.

Туристський оператор – суб'єкт туристської діяльності, що здійснює виробництво, просування та реалізацію власного туристського продукту. Туристський оператор, за класичною схемою діяльності, здійснює тільки гуртовий продаж туристського продукту туристським агентам-гуртовикам, які розподіляють продукт по районах і регіонах, і продають через місцеві туристські агентства. Роздрібний продаж турів безпосередньо споживачеві-туристу здійснює туристське агентство. Фактично серед підприємств сфери туризму кількість туроператорів становить 5%, а турагентств – 95%. Туроператор також відповідає за виконання туристського продукту перед споживачем (туристом).

У сфері агентування розрізняють декілька видів діяльності: продаж турів від особи і за дорученням підприємства. У туристській путівці завжди повністю вказують усі реквізити туроператора й агента, який здійснив такий продаж. – продаж турів від своєї особи, але із зазначенням належності туристського продукту до певного туроператора; - продаж туристського продукту від своєї особи (без зазначення належності цього продукту до конкретного оператора), наприклад, якщо утворюється сукупний туристський продукт. У такому разі агентство само виступає туроператором із усіма наслідками, що випливають, і ступенем відповідальності.

Залежно від прийнятої схеми взаємодії виникають чітко визначені рівні відповідальності й схеми функціонування фінансових розрахунків.

Туристський агент – найважливіша ланка в ланцюзі учасників процесу продажу туристського продукту, що з уваги на свої властивості й характер споживача мусить бути донесений до потенційного споживача (клієнта). Саме тому туристських агентств дуже багато, але вони не дуже великі.

Туристське агентство пов'язане з туроператором або іншим оператором послуг телекомунікаційними комп'ютерними мережами, наприклад глобальним міжнародним і національними мережами автоматизованого бронювання, що надають доступ агентві до потужних інформаційних баз даних і систем бронювання туристських послуг. Сьогодні формується прямий продаж турів споживачеві через Інтернет, але автоматизації піддаються тільки етапи інформації споживача і пропозиції продукту, його резервування за заявкою клієнта, в окремих випадках передбачається й оплата, наприклад, якщо подано рахунок у банк або ж номер кредитної картки.

Країнознавчі аспекти ділового туризму у Європі

Займаючи лідируючі позиції у світі за кількістю прибуттів і витратами на діловий туризм, Європа поступово втрачає лідируючі позиції у цьому сегменті ринку. За темпами зростання ділового туризму вона відстає від інших регіонів світу, причому різниця між ними зростає. В умовах економічного спаду провідні компанії перейшли до політики жорсткої економії.

Типовий турист, що подорожує зі службовими цілями, - це чоловічина середнього віку з вищою освітою, кваліфікований спеціаліст чи керівний працівник. Для ділового туризму практично обов'язковою умовою є володіння англійською мовою.

Головним постачальником ділових туристів у Європі є Німеччина. Щорічно більше 5 мільйонів німців відправляються у службові поїздки, з них 3% виїжджають за кордон, 21% подорожують за кордон і всередині країни, 76% здійснюють службові поїздки всередині Німеччини. Середня тривалість службової поїздки в країні, розташовані на іншому континенті, складає 12-13 днів, всередині регіону – 5-6 днів, а у власній країні – 3-4 дні.

Серед європейських країн, що приймають потоки ділових людей, виділяються Німеччина, Великобританія, Франція, Нідерланди, Італія, Іспанія, Швеція і Швейцарія. Особливе місце відведене Бельгії з головним містом Брюсселем, що одночасно є і столицею ЄС. У Франції і Бельгії кожне десяте прибуття здійснюється з діловою метою, а у Великобританії – кожне третє. Помітне місце на ринку бізнес-туризму відіграють країни Центральної і Східної Європи.

Варіант 9

Динаміка чисельності населення як чинник розвитку туризму

У демографічній історії людства можна виділити два якісно відмінні великі періоди. Перший продовжувався до другої половини XVII ст. Він відповідав "аграрній цивілізації". Загальне зростання темпів приросту населення розпочалося в XI ст. Технічний прогрес сприяв спочатку розвитку сільського господарства (XVI ст.), а згодом - промисловій революції. У середині XIX ст. Темпи приросту населення європейського походження перевищували темпи приросту населення інших континентів. Насамперед зростали темпи приросту у промислово розвинених державах. У Західній Європі демографічна революція припала на кінець XVIII - середину XIX ст., тобто на період промислової революції.

Демографічний розвиток прискорився у першій половині XX ст., особливо після Другої світової війни. У 1950 р. Населення Землі становило 2,5 млрд. Осіб, у 1960 р. - 3 млрд., у 1968 р. - 3,5 млрд. У 70-х роках почали говорити про світовий демографічний вибух, пов'язаний з країнами, що розвиваються. Нині за одну добу населення Землі зростає на 250 тис. осіб, щороку - на 85 млн. осіб, за одну хвилину народжується 156 осіб. Швидкість приросту населення така, що фактично, починаючи з 1820 р. Один мільярд додавався відповідно через 107 років, 32 роки, 15 років і вже всього через 13 років - з'явився п'ятий мільярд.

Відомості про чисельність населення отримують на основі регулярних загальних переписів населення (на 10 років - один), а в проміжках між ними - шляхом розрахунків, спираючись на переписи як на базові показники.

Ріст чисельності населення в різних регіонах світу неоднаковий, наприклад в Африці населення зростає протягом року на 3%, в Латинській Америці - на 2,2%, у країнах Європи приріст дуже низький, а деякі з цих країн близькі до депопуляції (зменшення населення), або вже досягли цієї стадії.

Майже 53% населення світу проживає в 10 найбільших країнах світу: Китай, Індія, США, Індонезія, Бразилія, Росія, Пакистан, Японія, Бангладеш, Нігерія, тобто в країнах з населенням понад 100 млн. осіб. Україна входить до другої групи країн з населенням від 80 до 50 млн. осіб, займаючи 22 місце.

Однак за прогнозами перше місце у XXI ст. Займатиме вже не Китай, а Індія з більш як 1,5 млрд. осіб. До цих країн наблизяться Нігерія, США, Бразилія, Індонезія, Бангладеш (235-300 млн. осіб). Згідно з прогнозами чисельність населення Росії і України зросте несуттєво і становитиме приблизно 153 і 54 млн. осіб. Найбільший приріст, безумовно, в Африці. Частка Чорного континенту в населенні світу зростає до 19% (у 1950 р. - 9%) і тут проживатиме більше людей, ніж у всіх економічно розвинутих країнах.

Як і раніше, найбільш людним континентом залишається Азія, де буде жити три п'ятих населення світу. Частка населення Європи і Північної Америки знизиться до 1,7, тоді як в 1950 р. становила 1/3 населення Землі.

Зміна чисельності населення у часі відбувається в процесі безперервної зміни поколінь, режим якої визначається насамперед співвідношенням народжуваності і смертності людей. Для характеристики інтенсивності народжуваності, смертності і природного приросту найчастіше використовують коефіцієнти народжуваності, смертності і природного приросту - відношення кількості народжених або померлих за рік на 1 тисячу жителів до середньої чисельності всього населення; вони вимірюються в промілях і зручні для порівняння рівнів демографічного розвитку на різних територіях.

У стародавні часи народжуваність майже всюди була високою, близькою до фізіологічного максимуму (50-60 проміле). Вона стала помітно знижуватися з кінця XVIII ст. і на початку XX ст. середня народжуваність у світі становила 40-45 проміле, у 50-х роках - 37,3 проміле, а в 1989 р. - 27 проміле. У другій половині двадцятого століття в світі щорічно народжувалося в середньому 131,2 млн. осіб, причому найбільше у країнах, що розвиваються, тоді як у розвинених країнах населення зростало повільно.

Країнознавчі аспекти лікувально-оздоровчого туризму у Європі

Головні райони лікувально-оздоровчого туризму у Європі розташовані у її центральній і східній частині.

Список європейських держав, які є лідерами за туристськими прибуттями на санаторно-курортне лікування, очолює Чехія. Найбільш відомою і крупною оздоровницею у цій країні є Карлови Вари. За даними національної туристської адміністрації, щорічно місто відвідують приблизно 50 тисяч осіб з більше ніж 70 країн для лікування і приблизно 2 мільйони екскурсантів. Крім Карлових Вар, на території Чехії діє один з найстаріших у Європі курорт Тепліце, перший у світі радоновий санаторій Яхімов, курорти Мар'янске Лазне і Франтішкове Лазне, Лугачовіце, а також Янске Лазне, де відкрили перший у Європі санаторій, що спеціалізувався на лікуванні дитячого паралічу.

Головним конкурентом Чехії на європейському ринку лікувально-оздоровчого туризму сьогодні є Угорщина. Ця країна стала європейським центром водолікувального купання ще у дев'ятнадцятому столітті. Сьогодні 22 міста і 62 селища мають офіційно визнані лікувальними джерела.

Відвідування бальнеологічних курортів є головною мотивацією подорожей в Угорщину. У 1998 р. кожен третій турист, що побував у цій країні, їхав на води. Особливо популярним

відпочинок і лікування на угорських курортах є серед громадян Німеччини, США, Австрії, а також серед населення самої Угорщини. Частка цих країн у кількості міжнародних туристських прибуттів становить більше 50%.

Туристські потоки в Угорщині спрямовані у двох напрямках – в Будапешт і на озеро Балатон. Ще у дев'ятнадцятому столітті столиця Угорщини отримала статус міста лікувальних вод. Східні ваннизбереглись і продовжують діяти з часів турецького панування шістнадцятого-сімнадцятого століття. Ті туристи, що прагнуть поєднати лікування з відпочинком на воді, відправляються на одне з найбільших і найтепліших озер Європи – озеро Балатон. Це ідеальне місце для риболовлі, плавання, заняття вітрильним спортом, греблею і водними лижами. Щорічно на озеро приїжджає приблизно 100 тисяч туристів з різних країн.

Польща представлена на ринку лікувально-оздоровчого туризму бальнеологічними і кліматичними курортами. Головними приморськими бальнеологічними і бальнеогрязевими курортами країни є Свіноуйсьце, Камень Поморскі і Колобжег, що розташовані на узбережжі Балтійського моря. Проте вони є менш відомим, ніж чеські чи угорські, тому не можуть конкурувати з ними. Відсутність великих вкладень у рекламу, невисокий рівень медичного обслуговування, а також холодне море – все це обмежує можливості польських курортів.

Більш сприятливою є ситуація з польськими кліматичними, що розташовані у гірській місцевості. Гірсьокліматичний туризм можна вважати галуззю спеціалізації Польщі у лікувально-оздоровчому туризмі. Гірсьокліматичні курорти Польщі зосереджені в Судетах і Карпатах. На східному схилі Сондецьких Бескидів розташована перлина польських курортів – місто Криниця. Впродовж століть курорт є відомим у Європі завдяки своїм мінеральним водам і лікувальним грязям, а в останній час – як важливий гірсьокліматичний і спортивний центр.

Крім Чехії, Угорщини і Польщі, лікувально-оздоровчий туризм розвивається у Болгарії, Румунії і частинах колишньої Югославії.

У Західній Європі переважає більшість курортів зосереджена в Німеччині, Австрії та Швейцарії. Вони представлені головним чином двома типами: бальнеологічними і кліматичними.

В Німеччині найбільш відомим бальнеологічними курортами є Баден-Баден, Вісбаден, Баденвейлер, Вільдбад і Баєрсбронн, які розташовані у підніжжя гірського масиву Шварцвальд, Бад Хомбург і Бад Наухайм – поблизу Франкфурта, Ахен – на заході країни та багато інших. Серед кліматичних курортів переважають гірські і лісові (Кведлінгбург, Оберхоф, Фюссен та ін.), а також приморські (Вангероге, Даме, Травемюнде, Хайлігенхафен, Фленсбург). Хоча німці і віддають перевагу теплішим ніж Північне морям недостатньої кількості туристів ці оздоровниці не відчувають. Щорічно курорти Німеччини приймають приблизно 1 мільйона людей. Профілактичні і реабілітаційні програми, що пропонуються німецькими кліматичними і бальнеологічними центрами, мають популярність серед мешканців Франції, Бельгії, Люксембурга, США і Канади.

В Австрії найвідомішим вважається бальнеологічний курорт Бадгастайн, що розташований на півдні провінції Зальцбург, у долині річки Гастайн. Його створили для використання гарячих радонових джерел.

Варіант 10

Демографічна ситуація як елемент країнознавчої характеристики

Ріст чисельності населення в різних регіонах світу неоднаковий, наприклад в Африці населення зростає протягом року на 3%, в Латинській Америці - на 2,2%, у країнах Європи приріст дуже низький, а деякі з цих країн близькі до депопуляції (зменшення населення), або вже досягли цієї стадії.

Майже 53% населення світу проживає в 10 найбільших країнах світу: Китай, Індія, США, Індонезія, Бразилія, Росія, Пакистан, Японія, Бангладеш, Нігерія, тобто в країнах з населенням понад 100 млн. осіб. Україна входить до другої групи країн з населенням від 80 до 50 млн. осіб, займаючи 22 місце.

Однак за прогнозами перше місце у XXI ст. Займатиме вже не Китай, а Індія з більш як 1,5 млрд. осіб. До цих країн наблизяться Нігерія, США, Бразилія, Індонезія, Бангладеш (235-300 млн. осіб). Згідно з прогнозами чисельність населення Росії і України зросте несуттєво і становитиме приблизно 153 і 54 млн. осіб. Найбільший приріст, безумовно, в Африці. Частка Чорного континенту в населенні світу зросте до 19% (у 1950 р. - 9%) і тут проживатиме більше людей, ніж у всіх економічно розвинутих країнах.

Як і раніше, найбільш людним континентом залишається Азія, де буде жити три п'ятих населення світу. Частка населення Європи і Північної Америки знизиться до 1,7, тоді як в 1950 р. становила 1/3 населення Землі.

Зміна чисельності населення у часі відбувається в процесі безперервної зміни поколінь, режим якої визначається насамперед співвідношенням народжуваності і смертності людей. Для характеристики інтенсивності народжуваності, смертності і природного приросту найчастіше використовують коефіцієнти народжуваності, смертності і природного приросту - відношення кількості народжених або померлих за рік на 1 тисячу жителів до середньої чисельності всього населення; вони вимірюються в промілях і зручні для порівняння рівнів демографічного розвитку на різних територіях.

У стародавні часи народжуваність майже всюди була високою, близькою до фізіологічного максимуму (50-60 проміле). Вона стала помітно знижуватися з кінця XVIII ст. і на початку XX ст. середня народжуваність у світі становила 40-45 проміле, у 50-х роках - 37,3 проміле, а в 1989 р. - 27 проміле. У другій половині двадцятого століття в світі щорічно народжувалося в середньому 131,2 млн. осіб, причому найбільше у країнах, що розвиваються, тоді як у розвинених країнах населення зростало повільно.

Варіант 11

Урбанізація, її темпи і особливості

Урбанізація, тобто збільшення кількості і величини міст, а також поширення міського способу життя на сільську місцевість, у наш час стала глобальним процесом, що охопив усі регіони земної кулі. Міста розвиваються як населені пункти, що виконують промислові, організаційно-господарські, культурні, адміністративні, транспортні, рекреаційні функції.

Критерії визначення категорії міст повинні відображати чисельність і зайнятість населення, щільність забудови, рівень благоустрою тощо. Але у багатьох країнах єдиним критерієм міст ще вважають чисельність населення. Причому в різних країнах до міст прийнято відносити поселення з різною кількістю жителів. Так, у Мексиці і Венесуелі - це населені пункти, в яких проживають 2,5 тисяч жителів, на Кубі - дві тисячі, Мадагаскарі - 5 тисяч, в Ісландії - 200 жителів. У Бразилії, Єгипті, Монголії містами вважають усі адміністративні центри з будь-якою чисельністю мешканців. Статистичні органи ООН зробили спробу визнавати містами всі поселення, що мають 20 тисяч мешканців і більше. Та окремі країни користуються своїми національними критеріями, і тому кількість міського населення в статистиці завищена на 15-20%.

Урбанізовані території займають не більше 1% площі земної суші, але концентрують 45% усього населення Землі; виробляють 80% ВВП, але одночасно дають 80% шкідливих викидів в атмосферу і гідросферу.

Уже в 1902 р. німецький вчений Т.Вейнреб визначив 13 міст-мільйонерів (причому сім з них були європейськими). За оцінкою демографів ООН, у 1950 р. їх кількість зросла до 78, а в 1990 р. досягло 330.

Першість у світі за чисельністю жителів, без сумніву, займає Токіо-Йокогама. Та агломерації слід розглядати разом з їх зовнішньою зоною, тобто в межах фактичного міста. Особливо це стосується агломерацій США, де в умовах дуже розвинутого індивідуального автотранспорту зони безпосереднього тяжіння до великих міст у радіусі досягнення 150-160 км. Із цього погляду населення Нью-Йорка зараз перевищує 18 млн. осіб, в Лос-Анжелеській агломерації - 14,5 млн. осіб, понад 10 млн осіб мають Великий Лондон, Великий Париж, Москва,

багатоцентрова Нижньорейнська-Рурська агломерація. У післявоєнний період вражає ріст агломерацій у країнах, що розвиваються. Якщо в 1950 р. тут нараховувалося лише 2/5 усіх агломерацій міст світу (31 з 78), то в 1990 р. - уже близько дві третини (187).

У останні десятиріччя у функціональній структурі великих міських комплексів світу зростає значення послуг і особливо складних, спеціалізованих їх видів: наука, дослідно-конструкторські розробки, фінансово-управлінське, юридичне обслуговування, рекламна, консультативна діяльність тощо. У Великому Нью-Йорку в сфері послуг зайнято 82% всього працюючого населення, у Лос-Анжелесі - 75%, в Чикаго - 76%.

У наш час найбільш складними агломераційними комплексами стали мегалополіси (термін у 50-х роках застосував географ Жан Готман щодо безперервної смуги міст від Бостона до Вашингтона). По суті, це великі блоки агломерацій, які зливаються у смугах суцільної забудови і єдиної інфраструктури. Так, протяжність Північно-Східного мегалополісу США досягає 1000 км, у Західній Європі в мегалополісі Рандстад середня відстань між агломераційними блоками менше 30 км, у мегалополісі Токайдо на східному узбережжі Японії проживає 27 млн осіб.

Темпи приросту міського населення у країнах, що розвиваються в 1,7 раза вищі, ніж темпи приросту всього населення цих країн, і в 4,5 раза вищі від темпів урбанізації в економічно розвинених країнах. Слід зазначити, що швидше зростає частка міського населення в Африці і Азії, тобто в тих регіонах, де рівень її все ще низький. Цей тип урбанізації, пов'язаний з виштовхуванням у міста сільського населення з районів відносного аграрного перенаселення, частково називають хибною урбанізацією.

Вплив туризму на національну економіку

Туризм посідає чільне місце в міжнародних зовнішньо-економічних зв'язках. Він є важливим стимулом розвитку світової торгівлі, що сприяє розширенню й активізації міжнародного торгового обміну. Водночас туризм слід розглядати і як самостійний вид міжнародних зв'язків.

Туризм – одне з важливих соціально-економічних явищ сучасності, що підпорядковане дії об'єктивних законів розвитку людського суспільства. Як вид людської діяльності й галузь економіки, туризм активно розвивається, і в майбутньому його значення безсумнівно зростатиме.

Туризм – найдинамічніша галузь сфери послуг. Потреба у відпочинкові стимулюється урбанізацією, науково-технічною революцією, загальним підвищенням життєвого рівня тощо.

З економічного погляду, туризм – це особливий спосіб споживання матеріальних та духовних благ, послуг і товарів, що виокремлюється в самостійну галузь господарства. У деяких країнах туризм став вагомою статтею доходів держави і належить до найперспективніших галузей національної економіки. В Україні туризм визнано однією з галузей, що потребують пріоритетного розвитку.

Варіант 12

Основні чинники і проблеми розвитку туризму

Сезонність створює значні труднощі в індустрії туризму, знижуючи рентабельність туристичних підприємств, ефективність використання основних фондів, погіршення обслуговування туристів у розпал туристичного сезону. Сезонність у туризмі ускладнює розвиток туристичного господарства, загострюючи протиріччя між еластичним попитом на туристичні послуги та порівняно стабільною туристичною пропозицією і тим самим викликаючи проблеми в обслуговуванні туристів. У місяці “пік” виникають певні труднощі в роботі транспорту, організації харчування, забезпеченні житлом, проведенні екскурсійної роботи і т. д.

Основні причини сезонності туризму: а) найсприятливіші рекреаційні умови в літній період; б) традиційний час літніх відпусток; в) літні місяці – час студентських і шкільних канікул.

У сучасному іноземному туризмі простежується певна закономірність сезонності: чим південніше розміщена та чи ніша країна від основних туристичних центрів Європи і Північної Америки, тим менше виражена сезонність. Це можна пояснити, передусім, як відносною стабільністю природно-рекреаційних умов, так і порівняно невисоким рівнем розвитку туризму в країнах південної півкулі. З країн південної півкулі тільки в Австралійському Союзі помітно виражена сезонність. Тут на жовтень-грудень припадає третина усіх іноземних туристів, що відвідують країну. Саме цей період найсприятливіший для туризму за комплексом природно-рекреаційних умов, коли в країнах північної півкулі спадає інтенсивність туристичного сезону. Така ж закономірність простежується й у внутрішньому туризмі. Європа як район найбільшого розвитку туризму відрізняється найвищим рівнем сезонності. Висока конкуренція іноземних туристів проявляється яскраво вираженою літом сезонністю. На два літніх місяці (липень, серпень) в Європі припадає приблизно половина загальнорічної кількості іноземних туристів. Причому рівень концентрації туристичних потоків у ці місяці зростає в Середземноморських країнах як Європи, так і Африки й Азії. Зимом потік помітно переміщується в африканські країни басейну Середземного моря, насамперед це стосується Марокко та АРС. Тому в цих країнах згладжується сезонність і для них проблеми сезонності як такої практично не існує. Майже протягом усього року більш-менш рівномірно проходить заїзд сюди іноземних туристів. Таким чином, рівень сезонності не у всіх країнах однаковий, а в окремих з них навіть відсутній. У тих країнах, де річні коливання елементів клімату невеликі, сезонність туризму проявляється слабше чи взагалі відсутня, а в країнах, де помітно проявляються природні відмінності за порами року, літо залишається основним туристичним сезоном.

Кожен турист, який хоче дістатися до обраного ним місця/пункту, мучить скористатися доступним йому транспортним засобом. Рух – загальне переміщення – є одним із основних елементів туризму, а транспорт (комунікаційно-транспортні послуги) – одна з найважливіших туристичних послуг. Брак транспортно-комунікаційних можливостей утруднює, а інколи робить цілком неможливим заняття туризмом. Таким чином, транспорт і туризм взаємозв'язані, взаємозалежні, і важко було б говорити про туризм, за винятком пішоходного в околицях помешкання, не враховуючи транспорт.

Комунікаційна доступність означає можливість доїзду існуючими засобами комунікації до цілі подорожі. Це забезпечує функціруюча сітка транспортних зв'язків між місцем постійного проживання туриста і ціллю його подорожі. Існуюча система зв'язків, шляхів, а навіть туристичних підйомників уможлиблює проведення вільного часу зацікавленої особи у вибраному регіоні. Турист має багато можливостей вибору певного транспортного засобу. Це залежить, між іншим, від: віддаленості об'єкта, до якого прямує турист; запланованої швидкості доїзду до цілі; запланованого ступеня вигідності і тривалості подорожі; комунікаційних зв'язків, що є у розпорядженні на цій трасі.

Вплив туризму на платіжний баланс країни

Значення туризму у світі постійно зростає, що пов'язано зі зрослим 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.

Варіант 13

Релігійний склад населення. Місце релігії у сучасному суспільному житті, пізнанні країни

Велику роль у особистому і соціальному житті людей багатьох країн відіграє релігія. Це стосується і економічно розвинених країн, де Церква впливає на політику, виховання, шкільну освіту й інші сфери життя.

Місцеві (традиційні) релігії виникали серед одного народу або групи народів, об'єднаних в одній державі. До місцевих релігій відносять іудаїзм, конфуціанство і синтоїзм, даосизм, джайнізм і сикхізм, зороастризм, індуїзм. Прихильники цих релігій - переважно жителі Азії. Світові релігії розповсюджені серед народів різних країн і різних континентів. До них відносяться буддизм, християнство і іслам. Їх сповідують біля трьох мільярдів осіб: християнство - більше 1 млрд 800 млн осіб, у тому числі католиків - 1 млрд, іслам - близько 800 млн і буддизм - 260 млн. В Європі розповсюджено майже виключно християнство, причому католицизм найбільш широко представлений у південній, частково в західній і східній її частинах; протестантизм - у північній, центральній і західній; православ'я - на південному сході.

В Азії найбільш розповсюджене мусульманство переважно сунітського спрямування, а в Ірані, Ємені, Іраку - шіїтського (понад 100 млн осіб). За кількістю віруючих найбільшою мусульманською країною є Індонезія. Азія - це континент, де зосереджені буддизм, індуїзм, конфуціанство, синтоїзм; християнство розповсюджене на Філіппінах, у Лівані і на Кіпрі.

В Африці, особливо в її північній частині, а також в Сомалі панує іслам, у ПАР переважає протестантизм серед білого населення, а в Ефіопії - християнство. У більшості країн представлені католики і протестанти, а також місцеві традиційні (примітивні) релігії.

В Австралії серед віруючих переважають протестанти і католики, аборигени - представники примітивних релігій.

На Америку припадає більше половини всіх католиків світу (США, Канада, країни Латинської Америки) і значна частина протестантів (в США 72 млн протестантів і 52 млн католиків). Серед протестантів поширені лютерани, баптисти, англіканці, реформатори, пресвітеріанці, методисти, мормони і т.д.

Туристична популяризація як засіб державної туристичної політики

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 вищезазначені 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 малоприматною.

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.

Варіант 14

Економічні фактори розвитку туризму

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 зрослим впливом туризму на економіку окремої країни. В економіці окремої країни міжнародний туризм виконує ряд важливих функцій:

4. Міжнародний туризм - джерело валютних надходжень для країни і засіб для забезпечення зайнятості.

5. Міжнародний туризм розширює внески в платіжний баланс і ВВП країни.

6. 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.

Державне регулювання в туризмі. Туристське законодавство

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 спричинити 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.

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.

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.

Варіант 15

Поняття національного господарства. Структура та типи національних господарств

Національне господарство бере початок від виробництва для власного споживання (замкнуте домашнє господарство) до виробництва для споживання або обміну переважно в межах якогось поселення з поступовим переходом до товарного виробництва. Товарне господарство інтенсивно розвивалося на початковій стадії індустріального суспільства – XVII-XVIII ст.

До появи мануфактури основна маса виробленого продукту ще не вступала у товарний обіг. Навіть у період Великих географічних відкриттів головною метою зовнішньо-економічних зв'язків був імпорт товарів із поневолених країн, у першу чергу, коштовностей.

Спочатку об'єктами обміну між країнами були товари народного споживання і сировина для їх виробництва. З часом, на переломі століть (XIX-XX) дедалі більшу роль почали відігравати сировина для промислової переробки і паливо. З'ясувалося, що найбагатшими сировинними ресурсами володіють не розвинені європейські країни, а колонії, які згодом назвали країнами "третього світу". Видобуток корисних копалин у таких країнах вимагав організації власних галузей важкої індустрії та ввезення із метрополій машин, обладнання, прокладання надійних доріг тощо.

Шляхом міждержавних зв'язків, що здійснювалися за допомогою товарного обміну, напередодні Першої світової війни йшла і Російська імперія, до складу якої входила Україна. Однак радянський тоталітарний режим, що встановився на східно-євразійському просторі 1917 р., замкнута соціалістична система господарювання, яка базувалася на засадах планової централізованої економіки та ідеологічних догмах, призвели до самоізоляції економіки і стали причиною її розвалу, а згодом і розпаду радянської імперії на національні держави.

Міжнародний поділ праці – це спеціалізація окремих країн на виробництві певних видів продукції та послуг для задоволення потреб світового ринку. Наприклад, Австралія і Аргентина спеціалізуються на тваринницькій продукції; Німеччина і Великобританія – на виробництві

машинної техніки тощо. Така спеціалізація може ґрунтуватися або на природних, або на суто економічних передумовах, які пов'язані з меншими витратами на даний вид продукції порівняно зі світовими показниками. Елементи міжнародного поділу праці проявилися ще в період існування колоніальних імперій (XVI-XVIII) – британської, іспанської, французької, коли на загарбаних землях виробляли для потреб метрополії такі колоніальні товари як бавовна, цукор, прянощі, кава тощо. Однак цей поділ базувався не на взаємовигідній основі, а на підневільній праці, яка не сприяла встановленню міжнародного поділу праці в цей період.

Види і форми туризму

Форми і види туризму різноманітні. Вони залежать від низки чинників: наявності і тривалості вільного часу; віку, статі, стану здоров'я, рівня духовного розвитку, особистих смаків людей і їх матеріального добробуту; розмаїтості природних умов і сезонності; наявності певних засобів пересування.

Залежно від виду, туризм поділяють на: внутрішній або національний – подорожі у межах своєї країни; іноземний або міжнародний – подорожі поза межами країни. Внутрішній туризм обслуговує переважно громадян своєї країни, іноземний – туристів з-за кордону. Для кожної країни здійснення туристських подорожей її громадян за кордон буде пасивним туризмом, а приїзд іноземців – активним.

Розвиткові внутрішнього туризму не у всіх країнах приділяється достатня увага, проте щороку його економічне значення зростає. Хоча внутрішній туризм і не забезпечує притоку іноземної валюти, але він поживляє економічну кон'юнктуру, сприяючи розвитку туристського господарства.

За характером організації туризм поділяють на: плановий (організований); самодіяльний (неорганізований). Плановий туризм – це внутрішній туризм за маршрутами, розробленими і організованими відповідними туристичними організаціями, з виданням туристам певного комплексу послуг (екскурсійне обслуговування, транспортне перевезення, забезпечення місцями проживання, харчування тощо). В Україні плановий туризм поширився з 60-х років двадцятого століття. Через територію України проходить майже 500 планових туристичних маршрутів.

За кількістю учасників виокремлюють: індивідуальний туризм; груповий туризм. Подорож окремої сім'ї або однієї людини за власним планом – це індивідуальний туризм, подорож групи людей – груповий. Хоча деякі теоретики виділяють подорож окремої сім'ї як сімейний туризм.

За термінами і тривалістю подорожей туризм поділяють на: короткочасний (туризм вихідного дня); тривалий.

За територіальною ознакою внутрішній туризм поділяють на: місцевий; дальній. Місцевий туризм передбачає організацію туристичних подорожей у межах рідного краю, а дальній – за його межами.

За інтенсивністю туризм поділяють на: постійний, сезонний, односезонний, двосезонний. Під постійним туризмом розуміють рівномірне відвідування туристських районів і населених пунктів упродовж року, а під сезонним – у певний час року. Сезонний туризм поділяють на односезонний і двосезонний. Односезонний туризм поширений у тих районах, які відвідують у певний час року, переважно влітку або взимку, а двосезонний туризм характеризується туристичними потоками і влітку, і взимку.

Залежно від мети подорожі туризм поділяють на: пізнавальний (екскурсійний) – відвідування та ознайомлення з пам'ятними місцями та пам'ятками культури, історії, природи; оздоровлювально-пізнавальний – поєднання цілей оздоровлення і пізнання; курортно-лікувальний – пересування людей, зумовлене потребою поліпшити стан здоров'я; спортивний – участь у спортивних заходах; вихідного дня – перебування кілька днів за межами міст чи у спеціалізованих зонах відпочинку; діловий – відвідування об'єктів за професійним інтересом; релігійний; зелений; аматорський – мисливство, рибальство тощо.

Список літератури

Основна література

1. Основи туризмознавства. Практикум. / Устименко Л.М., Булгакова Н.В. К.: Вид-во Ліра К, 2018. – 80 с.
2. Стафійчук В. І. Туристичне країнознавство: навч. посіб. / В.І.Стафійчук, О. Ю. Малиновська. – Херсон: ОЛДІ-Плюс, 2016.– 808 с.
3. Туристичне країнознавство: підручник / А.Ю.Парфіненко, В.І.Сідоров, О.О.Любіцева. — 2-ге вид., переробл. і доповн. К.: Знання, 2015.— 551 с.
4. Туристське країнознавство: Прогр. та навч.-метод. матеріали навч. дисципл. для студ. 2-го курсу з напр. підг. «Туризм» / Харк. держ. акад. культури ; розробн. : Н.В. Шумлянська. Харків : ХДАК, 2017. — 43с.
5. Туристичне країнознавство. Практикум. / Устименко Л.М., Булгакова Н.В. К.: Вид-во Ліра К, 2018. – 46 с.

Допоміжна література

1. Туристичне країнознавство: країни лідери туризму. Навчальний посібник. – К.: Алтапрес, 2008. – 436 с.
2. Дорошко М.С. Країнознавство. Країни СНД і Балтії : навч. посібник. – Чернівці : Книги-XXI, 2008. – 308 с.
3. Дорошко М.С. Країнознавство. Країни СНД, Європи і Північної Америки : навч. посібник / М.С. Дорошко. – Київ : Ніка-Центр, 2009. – 310 с.
4. Дорошко М.С. Країнознавство: країни пострадянського простору, Європи і Північної Америки : навч. посібник / М.С. Дорошко. – Київ : Київ. ун-т, 2012. – 312 с.
5. Ігнат'єв П.М. Країнознавство країн Азії : навч. Посібник. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 423 с.
6. Туристичне країнознавство: країни лідери туризму: Навчальний посібник / За заг. ред О.О. Любіцевої. Київ: Альтернатива, 2008. – 436 с.
7. Мальська М.П. Туристичне країнознавство. Європа : навч. посібник. – Київ : Центр учб. л-ри, 2009. – 224 с.
8. Масляк П.О. Країнознавство : підручник / П.О. Масляк. – Київ : Знання, 2007, 2008. – 292 с.
9. Парфіненко А.Ю. Туристичне країнознавство : навч. посібник. – Харків : Бурун Кн., 2009. – 288 с.
10. Головченко В. І., Кравчук О.А. Країнознавство: Азія, Африка, Латинська Америка, Австралія і Океанія: Навчальний посібник. – Київ: ЗАТ «Нічлава», 2006. – 336 с.
11. Семенов В. Ф. Туристичне країнознавство : навч. посіб. / Семенов В. Ф., Стеценко С. В., Олійник В. Д. ; за ред. Семенова В. Ф. - Одеса: Атлант, 2010. - 340 с.

12. Антонюк Н.В. Теоретичні основи країнознавства : підручник – Київ Знання, 2011. – 326 с.
13. Скабара Р. Європа – як головний рекреаційний регіон світу : лекція з навчальної дисципліни "Туристичне країнознавство" для студентів спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа (спеціалізація «Готельно-ресторанна справа»). <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/19471>
14. Скабара Р. Схема туристично-країнознавчої характеристики : лекція з навчальної дисципліни „Туристичне країнознавство” для студентів спеціальності 241 "Готельно-ресторанна справа" (спеціалізація «Готельно-ресторанна справа»). <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/19424>
15. 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.
16. 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.
17. Кухтій Андрій, Курах Олена, Скабара Роман. Суспільні аспекти розвитку сентиментального туризму в місті Львові та Львівській області // Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення : Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції (10-11 травня 2018 року, м.Львів). – Львів: ЛДУФК, 2018. – С.253-256.
18. Роман Скабара, Андрій Кухтій, Олена Курах. Актуальні аспекти розвитку курортів Львівської області// Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфери обслуговування обслуговування : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : ЛДУФК, 2019. – С.76-78.
19. Скабара Р.М., Курах О.С. Соціальні аспекти розвитку молодіжного туризму в Львівській області/Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми розвитку туризму в Україні». – Львів, ЛІЕТ, 2019. - С.94-97.
20. Роман Скабара, Світлана Кухтій. Формування спортивної та спортивно-туристичної інфраструктури в межах промислового Миколаївського району Львівської області // Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення : Матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції (23-24 квітня 2020 року, м.Львів). – Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2020. – С.260-263.
21. Скабара Р.М. Велосипедний туризм як форма активної рекреації // *Débats scientifiques et orientations prospectives du développement scientifique: collection de papiers scientifiques «ΛΟΓΟΣ» avec des matériaux de la I conférence scientifique et pratique internationale (Vol. 6), Paris, 5 février 2021.* VinnytsiaParis: Plateforme scientifique européenne & La Fedeltà, 2021. – С.79-81. <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/issue/view/05.02.2021/440>