

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Кафедра туризму

Худоба В.В.

Лекція № 4:

ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ПОНЯТТЯ ТА ЇХ ВИЗНАЧЕННЯ

Лекція з навчальної дисципліни

“ОСНОВИ ТУРИЗМОЗНАВСТВА”

Для студентів спеціальності 242 Туризм

“ЗАТВЕРДЖЕНО”

на засіданні кафедри туризму

“_____” _____ 2018 р.
протокол № _____

Зав. кафедри _____ проф. Волошин І.М.

ЛЬВІВ 2018

Лекція 5. ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ПОНЯТТЯ ТА ЇХ ВИЗНАЧЕННЯ

План

1. Поняття та функції туризму
2. Функції туризму в суспільстві

Рекомендована література:

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. – К.: В-во Київського університету, 2001.-395с.
2. Внутрішній туризм в Україні: окремі аспекти. Збірка статей.-К.: Вид-во ФПУ, 2007. – 161 с.
3. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу Навчальний посібник. - К.: Альтерпрес, 2004. - 192 с.
4. Історико-культурна спадщина України. – К. Вид-во ФПУ, 1998. – 400 с.
5. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: Навчальний посібник. – 2-е вид., випр. та доп. – К. Вид-во ФПУ, 2006. – 76 с.
6. Туристично-краєзнавчі дослідження: Збірник наукових статей. – Випуск 2. – К. Вид-во ФПУ, 1999. – 655 с.

1. Поняття та функції туризму

Для кращого розуміння основних функцій, які виконує туристична галузь у культурно-історичному та соціально-економічному розвитку суспільства й умов її функціонування необхідно засвоїти основні теоретичні поняття, якими вона оперує, та їх визначення. До них слід віднести поняття: *туризм, туристична діяльність, туристичний продукт, тур, турист, екскурсант, туристична фірма, туристичні ресурси, туристична інфраструктура, туристична індустрія, туристична політика.*

Туризм — надзвичайно багатогранне явище сучасного життя. Для одних це — походи, наметові табори, подолання вершин, пісні біля вогнища; для других — нові країни та враження, відпочинок або пригоди; для третіх — професія, бізнес.

Тому **туризм** можна визначити як *сферу діяльності людей, пов'язану з подорожами та мандрівками, що виконує ряд функцій політичного, економічного й культурного характеру. Всі функції проявляються як на рівні особистості, так і на рівні суспільства в цілому.*

Складний і різноманітний характер туризму як соціального явища зумовлює той інтерес, який він викликає серед представників багатьох наук — природничих, суспільних, технічних. Туризм є об'єктом дослідження географії й економіки, медицини, психології та соціології, права й політології, інженерно-технічних наук й архітектури, історії та культурології. **Сучасний туризм** — це широка суспільно-економічна система з багатьма елементами, що знаходяться у динамічній взаємодії між собою та з іншими системами. Тому сьогодні комплексне вивчення туризму виділяється в окрему наукову галузь. З

точки зору різних наук і практичної оцінки туризму в різних галузях суспільного життя йому даються й різні визначення.

Дуже часто туризм розглядається як різновид рекреації, активного відпочинку, «...під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями». **Організація Об'єднаних Націй** теж визначає туризм як «активний відпочинок, який впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний з її пересуванням за межами постійного місця проживання».

У більшості визначень підкреслюється соціокультурна функція туризму. У минулі десятиліття його визначали як систему та форму використання вільного часу за допомогою сфери послуг у подорожах, що поєднує відпочинок зі зміцненням здоров'я людини, підвищенням її загальної культури й освіти та справляє на неї виховний вплив, а також як ефективний засіб пізнання світу, підвищення культурного рівня людей.

Багато вчених вважають, що туризм є однією з форм міграції населення, що характеризується тимчасовим його переміщенням з одного району країни до іншого, або з однієї країни до іншої, а також це переміщення населення, не пов'язане зі зміною місця проживання та роботи. Вчені-правознавці додають ще й правовий аспект, визначаючи туризм, зокрема, міжнародний, як систему подорожей, що здійснюється на підставі міжнародних угод з урахуванням діючих міжнародних звичаїв.

Економісти розглядають туризм як галузь економіки нематеріальної сфери, як суспільно-організовану економічну діяльність, спрямовану на виробництво товарів і послуг для задоволення потреб людей, які знаходяться за межами постійного місця проживання. До таких визначень належать й ті, що характеризують туризм як «вид споживання» (А. Піат'є, Швейцарія), вид «зовнішньої торгівлі» (Я. Гезгала, Польща), «експорт інформації та вражень» (В. Ф. Касаткин, Росія). У низці економічних характеристик туризму найзагальнішим є визначення російського вченого В. І. Азара, який визначає туризм як велику економічну систему з різноманітними зв'язками між окремими елементами в рамках як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством у цілому.

Для майбутніх фахівців туристичної галузі визначальним є поняття **туристична діяльність**, яке окреслює зміст їхньої професійної підготовки, професійні обов'язки, умови і правила функціонування з урахуванням специфіки діяльності людини у сфері обслуговування та особливостей самої галузі як культурно-історичного і соціально-економічного явища.

Туристична, як і будь-яка професійна діяльність є процесом, завдяки якому реалізується те або інше ставлення людини до оточуючого світу, до інших людей, до виконання професійних обов'язків, до завдань, які висуває перед ним життя. Зокрема, слід міцно засвоїти професійні знання, вміння та навички, оволодіти методами професійного самовдосконалення, формувати в собі професійні якості кваліфікованого працівника сфери туризму, виробити потребу у розвитку професійної культури. **Туристична діяльність** — це

передусім сфера праці, де виробляється та реалізується туристичний продукт і організується його споживання — обслуговування туристів під час подорожі.

Під **туристичним продуктом** розуміють сукупність речових (предметів споживання) та неречових (у формі послуг) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, що виникають у період туристичної подорожі й викликані саме цією подорожжю. Таким чином, вирізняють туристичні товари та туристичні послуги, що можуть бути запропоновані на туристичному ринку окремо або в комплексі у вигляді туру.

Туристичний товар — це продукт праці, виготовлений у виробничій сфері для продажу й призначений для загальних потреб (неспецифічний туристичний товар) або для суто туристичного споживання (специфічний туристичний товар). До останнього можуть бути віднесені туристсько-спортивне спорядження та обладнання, сувеніри. До неспецифічних туристичних товарів можуть бути віднесені товари широкого вжитку, які користуються туристичним попитом з різних причин, наприклад, популярність марки товару (паризькі парфуми) або значно менша його ціна, ніж у місці постійного перебування туриста.

Туристична послуга найчастіше виступає у формі корисного ефекту праці, а не матеріального продукту (послуги розміщення, харчування, транспортне й екскурсійне обслуговування, спортивно-оздоровче, культурно-видовищне, побутове обслуговування тощо). Це своєрідний «невидимий товар», який не можна накопичувати та зберігати, але значна його частина не вимагає великих затрат на виготовлення і в той же час широко використовується та оплачується туристами.

Комплексним туристичним продуктом є **тур**. У наш час цей термін означає комплексний туристичний продукт, поїздки за накресленим маршрутом у визначений термін із затвердженим комплексом послуг. Відповідно до цього складовими туру є **маршрут**, окреслений визначеним терміном перебування у подорожі, та **комплекс туристичних послуг**. Для зручності обліку й розрахунків у туристичній галузі прийнято одиницю виміру комплексу обслуговування на одного туриста за один день — **туродень**.

Термін «**турист**» — похідне від поняття *тур*. Еволюція цього терміну бере початок з 1937 р., коли Комітетом експертів Ліги Націй було запропоновано «вважати туристом будь-яку особу, яка знаходиться понад 24 години у місці, де вона не проживає». Наступним важливим кроком у вдосконаленні понятійного апарату туристичної статистики була Римська конференція ООН з міжнародного туризму та подорожей 1963 р. На ній було прийнято рекомендацію вважати туристом «будь-яку особу, яка відвідує будь-яку країну, крім тієї, що є її звичайним місцем проживання, з будь-якою метою, крім заняття професійною діяльністю, що винагороджується у відвідуваній країні». Цією рекомендацією передбачався мінімальний термін перебування в країні 24 год; тривалість перебування не обмежувалась.

Після розробки рекомендацій зі статистики туризму Всесвітньою туристичною організацією у 1993 р. за основу визначення поняття *турист* приймається положення, що **турист** — це тимчасовий відвідувач, який

подорожує за межами місця його постійного перебування щонайменше 24 год (але не більше 12 міс) з будь-якою метою, крім зміни постійного місця проживання та зайняття діяльністю, що оплачується з джерела в місці тимчасового перебування.

Особи, які перебувають у країні відвідування за таких самих умов, але менше 24 год, визначаються терміном *екскурсанти*. До останніх також належать і ті, які здійснюють тривалі подорожі в країні відвідування, але на ночівлю повертаються до свого вагона, яхти або круїзного корабля. Поняття *турист та екскурсант* об'єднуються терміном **тимчасовий відвідувач**, тобто «особа, яка подорожує до певного місця, яке знаходиться за межами її звичайного середовища, на строк, який не перевищує 12 міс; головною метою подорожі особи не є зайняття діяльністю, що оплачується з джерела в місці відвідування».

Туризм слід відрізнити від інших форм і видів перебування громадян за межами своєї країни. Так, до поняття «турист» не відносять осіб, які працюють у країні перебування й отримують тут за це грошову винагороду; які залишаються на постійне проживання в країні перебування; які здійснюють подорожі з метою державної служби (державні діячі, члени делегацій, дипломати, торговельні місії, військовослужбовці та ін.); які в юридичному значенні не в'їхали до країни (наприклад, особи, подорожуючі літаком, які не залишають транзитної зони аеропорту); членів наукових експедицій; біженців і кочовиків.

Законом України «Про туризм» встановлено, що турист — це «особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 год до 1 року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування у зазначений термін».

Організованим туристом слід вважати особу, яка перебуває в країні «на підставі придбаного нею туру», тобто особу, яка подорожує, користуючись послугами туристичної організації (фірми).

Туристична організація — це підприємницька або суспільна одиниця чи їх сукупність, що працює в сфері туризму. Некомерційні організації мають за мету своєї діяльності сприяння розвитку туризму в межах своєї компетенції або захист інтересів суб'єктів туристичної діяльності шляхом координації та об'єднання зусиль зацікавлених установ й організацій, розробки певних нормативів і рекомендацій, інформаційного та рекламного забезпечення, зміцнення матеріально-технічної й кадрової бази туризму тощо.

Туристична фірма — це організація, що є суб'єктом підприємництва і займається створенням, реалізацією туристичного продукту й організує його споживання. Турфірми є організаціями комерційного характеру.

Існують суто туристичні фірми, організації, компанії, що займаються виключно туристичною діяльністю. Крім того, туризм може бути визначений як один з напрямів діяльності фірми, яка має інший профіль — транспортна, торговельна, виробнича або є широкопрофільною.

За територіальним принципом можна виділити *національні* (діють у межах своєї країни), *регіональні* (діють у межах регіону) або *міжрегіональні* (міжнародні) туристичні організації. Серед них є державні (міждержавні) організації та організації з іншими формами власності, що діють у формах асоціацій, корпорацій, акціонерних товариств, товариств з обмеженою відповідальністю, приватних фірм тощо.

Окреме місце займають **державні органи та установи** (міністерства, державні комітети, департаменти), створені у ряді країн з метою здійснення державної політики в галузі туризму. У деяких країнах право здійснення державної політики в туризмі делеговано урядом неурядовим органам та асоціаціям туристичних агентств і туристичних підприємств (у Скандинавських країнах, Австрії, Швеції, Японії).

Серед національних українських туристичних організацій передусім можна визначити Державну службу туризму і курортів України (державна некомерційна організація), Туристичну асоціацію України та УкрСоюзТур (некомерційні громадські об'єднання), Акціонерні товариства «Укрпрофтур», «Супутник», ДХК «Україна туристична», Національну туристичну організацію України, приватні фірми «САМ», «Червона рута», «Гамалія», «Яна» та ін.

Серед **туристичних організацій** можна виділити організації *загальнотуристичного* характеру та *спеціалізовані* організації, що спеціалізуються на окремих видах туризму або супутній діяльності (туристичне обслуговування, реклама тощо).

Найбільшою міжнародною туристичною організацією є **Всесвітня туристична організація** (ВТО).

За характером діяльності всі комерційні туристичні організації та підприємства можна поділити на **фірми-туроператори**, що виробляють власний туристичний продукт, та **фірми-турагенти**, які виступають на ринку як торговельні посередники і реалізують тур-продукт, виготовлений туроператором.

Можливість створення якісного та повноцінного туристичного продукту (туру) визначається двома моментами — наявністю та станом **туристичних ресурсів** і наявністю й рівнем розвитку **туристичної інфраструктури**. Головний зміст туристичної подорожі, безперечно, визначається його метою, спонукальним мотивом. Туристів, які подорожують з метою відпочинку, лікування, найбільше приваблюють регіони зі сприятливим кліматом, лікувальними ресурсами, сприятливими природно-екологічними умовами. Туристів, які бажають розширити свій світогляд, цікавлять історико-архітектурні та культурні пам'ятки. Паломницький туризм має за мету відвідування релігійних святинь. Туристів можуть цікавити також економічна доступність і комфортність умов відпочинку в країні перебування. В усіх випадках факторами задоволення туристичного попиту є природні, історико-культурні, соціально-економічні фактори або їх сукупність.

Сукупність природних і створених людиною предметів та явищ довкілля, що використовуються в сфері туризму як об'єкти туристського зацікавлення й похідні компоненти для створення туристичного продукту, складають поняття

туристичних ресурсів або туристсько-рекреаційних ресурсів. Весь **комплекс туристсько-рекреаційних ресурсів** можна поділити на три групи:

— природно-кліматичні — це природні та кліматичні умови території (клімат, водні ресурси, ліси, парки, унікальні природні пам'ятки тощо);

— історико-культурні — пам'ятки матеріальної й духовної культури, створені в процесі історичного розвитку країни та народу (музеї, театри, археологічні, історичні, архітектурні, мистецькі й етнографічні пам'ятки, фольклор тощо);

— соціально-економічні — економіко-географічне положення країни, транспортна доступність, рівень економічного розвитку, організація туристичного господарства, стандарти обслуговування, рівень добробуту суспільства тощо.

Останні дві групи охоплюються поняттям **антропогенних ресурсів**, тобто створених людиною.

Якщо туристичні ресурси є своєрідною сировиною для розробки туристичного продукту, то якість туристичного обслуговування залежить від стану наявної **туристичної інфраструктури**. Під туристичною інфраструктурою слід розуміти сукупність спеціалізованих підприємств туристичного обслуговування (готелі, ресторани, заклади культурно-побутового обслуговування тощо) та інших об'єктів, пов'язаних із туризмом або необхідних для обслуговування туристичних підприємств: шляхів сполучення (дороги, під'їзні шляхи, аеродроми, пристані тощо), комунікацій (водогінна та електрична мережі, каналізація, газ, телефон тощо), місцевих установ (поштові відділення, поліклініки, лікарні, перукарні, магазини тощо).

Туристичний попит викликає споживання різноманітних товарів і послуг, виробництвом яких зайняті різні підприємства й галузі. Їх виробництво, організація збуту та споживання набрали таких масштабів, що до туристичного словника вже в 1960-1970 рр. увійшов термін **туристична індустрія**.

Поняття **туристична політика** вбирає в себе засади державної політики в галузі туризму, характер спрямованості туристичного законодавства на задоволення потреб суспільства, витрати на підготовку кадрів, тобто професійну освіту.

2. Функції туризму в суспільстві

За своєю сутністю туризм — явище багатофункціональне. Він активно впливає на життя людей, організацію їх праці й відпочинку, а відтак — на економічний та соціальний розвиток суспільства. До детально розглянутої соціально-економічної слід додати й ті функції, що відіграють значну роль у розвитку суспільства: оздоровчу, або рекреаційну, виховну, соціокультурну, екологічну та політичну. Ці функції проявляються як на рівні окремої особистості, так і суспільства в цілому.

Однією з найважливіших функцій туризму є **оздоровча, або рекреаційна** (латин. — *відновлення*). У спеціальній літературі цю функцію визначають ще як *відтворювальну, репродуктивну*. Тобто таку, що дозволяє відновити сили й внутрішні резерви людини, затрачені в ході трудової діяльності і при виконанні

поточних побутових обов'язків. Безпосередньо з точки зору туриста, як споживача туристичного продукту, саме оздоровча функція туризму є пріоритетною. Причому оздоровчий ефект поділяється на лікувальний (відомий ще з давніх часів) і профілактичний (характерний для більшості сучасних видів відпочинку й туризму).

Туризм як різновид рекреації, активного відпочинку сприяє зміцненню здоров'я людини, відновленню її працездатності і як наслідок — підвищенню продуктивності суспільної праці. Наприкінці 20-х — на початку 30-х років ХХ ст. деякі зарубіжні компанії звернули увагу на можливість поліпшити продуктивність праці співробітників за рахунок надання їм безкоштовних туристичних поїздок. Так виник заохочувальний туризм («інсентив-туризм»), який згодом набув великої популярності. Так, одна з компаній США, витративши на організацію поїздок співробітників 90 тис. доларів, одержала віддачу у вигляді підвищення продуктивності праці на суму 1,5 млн доларів.

Соціокультурна функція туризму впливає на суспільне життя країни, яка приймає туристів. Інтерес туристів до історії та культури країни викликає в її громадян бажання зосередити увагу на власних історичних традиціях, досягненнях національної культури, потребу краще пізнати культурно-історичні корені та особливості національного менталітету свого народу. Цікавість, яку виявляють туристи до культурного спадку країни, викликає в її населення почуття гордості, прагнення зберегти свої національні традиції, ремесла. Крім того, діє суто прагматична необхідність готувати екскурсійні матеріали, підтримувати пам'ятки в належному стані для туристичного показу. Це стимулює певні капіталовкладення у сферу культури, інвестування бюджетних і позабюджетних коштів у справу збереження пам'яток історії та культури.

Туристична пропозиція значною мірою залежить від кліматичних і екологічних умов країни, які впливають на розвиток як пов'язаних, так і безпосередньо не пов'язаних з природним середовищем видів туристичної діяльності. Тому у сучасних туристів стан довкілля, екологічна безпека є першорядним критерієм щодо прийняття рішення про подорож. Як галузь, для якої природа виступає не тільки в ролі сировини для виготовлення продукту, але й умови власне існування, туризм, використовуючи природні ресурси, може служити також засобом їх збереження та відновлення через організацію різних форм природопізнавальної, природовиховної та природоохоронної туристської роботи. У цьому проявляється **екологічна (природоохоронна) функція** туризму.

Політична функція туризму проявляється в тому, що він став формою «народної дипломатії». Засобами туризму здійснюється активне спілкування зі світом. Суспільство стає відкритішим, вільніше інтегрується у світову співдружність. Туризм — це активна форма людського спілкування, що допомагає взаємопізнанню націй, розвитку взаєморозуміння та встановленню культурно-економічних зв'язків між народами.

Міжнародні туристичні зв'язки є однією з форм міжнародних відносин, що активно впливає на політику держав світу. Саме тому 1967 р. з ініціативи ООН

був оголошений Міжнародним роком туризму під гаслом «Туризм — шлях до миру».

Ми розглянули позитивний вплив туризму на розвиток суспільства та його значення:

- політичне — як фактору миру та співдружності;
- економічне — як джерела одержання прибутків, надходження коштів, збільшення валового національного продукту, стимулу розвитку багатьох суміжних галузей господарства, створення робочих місць і розбудови регіональних економік;
- культурно-виховне — як одного із засобів піднесення культурного рівня людини й суспільства в цілому, духовного збагачення, збереження історичної пам'яті народу та його культурного спадку;
- соціально-демографічне — як фактора оздоровлення суспільства, продовження активного життя людини тощо.