

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

Кафедра спортивного туризму

Скабара Р. М.

**Світовий туризм у ХХІ ст.: закономірності, тренди та
концепції**

Лекція з навчальної дисципліни

„ТУРИСТИЧНЕ КРАЇНОЗНАВСТВО”

галузь знань 24 „Сфера обслуговування”

спеціальність 242 „Туризм”

© Скабара Р.М., 2020

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

Львів – 2020

ПЛАН

1. Світовий ринок міжнародного туризму
2. Основні показники розвитку туризму
3. Державне регулювання в туризмі.

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

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

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

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

Дисконтні картки, що випускаються банками, на відміну від кредитних і дебетових пластикових, що є платіжним засобом, не призначені для оплати, але

дають своїм власникам права на найрізноманітніші знижки. У світі існує кілька глобальних систем дисконтних карток. Лідируюче положення займають “ETN”, “IAPA”, “COUNTDOWN”.

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

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

Державна політика в галузі туризму. Поняття туристичної політики є категорією історичною, яка сформувалася на певному рівні суспільно-економічного розвитку держав. Ріст руху спричинив (чи міг спричинити) важливі для кожної держави економічні, суспільні або політичні зміни. Поки цей рух був незначним, його організацією займалися різноманітні локальні установи суспільного характеру. Зрозуміло, що вони не були у стані контролювати розвиток туризму на макрорівні.

Розвиток туризму може 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.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Про потребу вивчення туристичного ринку як вихідного етапу до формулювання засад туристичної політики згадано вище. Тут варто звернути увагу на дуже важливий інформаційний аспект цього типу діяльності. Погане вивчення ринку може призвести до помилкового формулювання цілей і вибору засобів для їх реалізації. Тому вивчення туристичного ринку є дуже важливим для кожної держави, котра наважується на динамічний вплив. Одночасно проведення таких досліджень є надто дорогим з огляду на необхідність застосування методу анкетування у випадку аналізу невимірних факторів на

туристичному ринку. В кожній країні виступає конфлікт між господарською діяльністю і розвитком туристичного сектора. Проявляється він передусім там, де регіони, багаті на туристичні ресурси, одночасно володіють великими природними багатствами. В таких ситуаціях влада держави стоїть перед важливою господарською проблемою і тільки вона здатна прийняти відповідне рішення.

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

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

Важливою засадою є також підготовка кадрів для туризму. Це особливо важливо для закордонного туризму, де, окрім знання професії, необхідне знання іноземних мов. Навчання кадрів, яке також вимагає великих витрат, часто організовується і фінансується державою. Це не виключає можливості існування паралельного навчання за коштів туристичних організацій.

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

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

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

Найкраще сформульовані цілі туристичної політики не будуть досягнуті, якщо для їх реалізації не використати спеціальні засоби. Їх кількість є дуже велика. Тому вибір засобів мусить бути здійснений на основі детального вивчення багатьох туристичних та господарських показників. Немає універсального набору засобів, котрі можна було б застосувати в кожній державі. Залежно від багатьох чинників засоби, ефективні в одному конкретному випадку, можуть виявитися хибними в іншому.

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

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

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

Перша група засобів залежить від загальних напрямів політики держави. Вона реалізовує свої завдання, використовуючи туризм для: формування

товарно-грошових відносин на ринку, утримання ринкової рівноваги, активізації регіонів менш господарсько розвинутих, активізація сектора послуг, регулювання грошових зобов'язань перед закордоном, формування і реалізації закордонної політики, реалізації завдань у галузі культурної політики, охорони здоров'я і соціальної політики і ін.

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

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

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

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

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

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

Державне регулювання туристичної діяльності здійснюється через: створення нормативних і правових актів, спрямованих на упорядкування й

удосконалювання відносин у сфері туристичної індустрії; сприяння у просуванні турпродукту на внутрішньому і світовому туристичному ринках; ліцензування, стандартизація в туристичній індустрії, сертифікація туристичного продукту; встановлення правил в'їзду, виїзду і перебування на території України; прямі бюджетні асигнування на розроблення і реалізацію загальнодержавних цільових програм розвитку туризму; захист прав та інтересів туристів, гарантування їхньої безпеки; створення сприятливих умов для інвестицій, податкове і митне регулювання; сприяння кадровому забезпеченню туристичної діяльності і розвиток наукових досліджень у сфері туристичної індустрії.

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

Рекомендована література

Основна:

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:

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. Криштанович С. В. Державне управління створенням туристичних кластерів в Україні / Криштанович Світлана Володимирівна // Наука України. Перспективи та потенціал : зб. матеріалів VI Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 22-23 лютого 2013 р.). - Запоріжжя, 2013. - С. 57-59.
7. Скабара Р. М. Малі готелі у Львівській області: сучасний стан та чинники розвитку / Скабара Р. М. // Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки України : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. – Луцьк, 2011. – С. 356–358.
8. Скабара Р.М. Малі готелі у Львівській області: сучасний стан та чинники розвитку / Скабара Р. М. // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Серія: Економічні науки. – Чернівці-Луцьк: ЧТЕІ КНТЕУ, 2011. – Вип. 2(42), ч. 2, т. 2. – С. 382–388.
9. Скабара Р. М. Музейний туризм як перспективний напрям розвитку індустрії гостинності Львівської області / Скабара Р. М. // Туристична індустрія: сучасний стан та пріоритети розвитку : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (28-29 квітня 2011 р., м. Луганськ). – Луганськ : Вид-во ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2011. – Вип. 6, т. 2 – С. 240–245.
10. Скабара Р. М. Передумови та тенденції розвитку туристичної галузі Хмельницької області / Скабара Р. М. // Туризм як фактор розвитку регіону : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф.. – Вінниця, 2011. – С. 109–112.
11. Скабара Р. М. Передумови та структурно-динамічні процеси розвитку туристичної галузі Івано-Франківської області / Скабара Р. М. // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф.. – Харків : ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2011. – С. 137–139.
12. Скабара Р. М. Структурно-динамічні та геопросторові процеси розвитку туристичної галузі Івано-Франківської області / Скабара Р. М. // Наукові записки Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка. Серія: Географічні науки : [зб. наук. пр.]. – Суми, 2011. – Вип. 2. – С. 133–139.
13. Скабара Р. М. Сучасний стан і проблеми використання історико-культурних туристичних ресурсів Рівненської області / Скабара Р. М. // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 16–18 березня 2011 р., Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси, 2011. – С. 130–132.
14. Скабара Р. Сучасний стан та тенденції розвитку туризму у прикордонному Сокальському районі Львівської області / Скабара Р., Лабарткава К., Тимошенко Л. // Формування мереж прикордонного співробітництва України : матеріали міжнар. наук.-практ. конф.,

- м.Чернівці, 12-13 травня 2011р. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2011. – С. 218–220.
15. Скабара Р. М. Туристичні ресурси Хмельницької області: потенціал та перспективні напрями використання / Скабара Р. М. // Регіон-2011: суспільно-географічні аспекти : матеріали наук.-практ. конф. з міжнар. участю (м.Харків, 14-15 квітня 2011 р.). – Харків : ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2011. – С. 181–183.
 16. Чехут І. М. Сучасний стан та можливості використання туристичних ресурсів Хмельницької області / Чехут І. М., Скабара Р. М. // Наука і вища освіта : тези доп. учасників ХІХ Міжнар. наук. конф. студ. і молодих науковців, м. Запоріжжя, 21-22 квітня 2011 року, Класичний приватний університет. – Запоріжжя : Вид-во КПУ, 2011. – С. 364.
 17. Скабара Р. М. Суспільно-географічні аспекти стратегії розвитку туристичної галузі прикордонної Львівської області / Скабара Р. М. // Європейські інтеграційні процеси і транскордонне співробітництво : тези доп. ІV Міжнар. наук.-практ. конф. студ., аспірантів і молодих науковців, Луцьк, 17-18 трав. 2007 р. – Луцьк, 2007. – С. 475–477.
 18. Скабара Р. М. Суспільно-географічні аспекти трансформаційних процесів в туристсько-рекреаційному комплексі Івано-Франківської області / Скабара Р. М. // Українська наука в мережі Інтернет : матеріали ІІ Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (26-28 лютого 2007 року). – С. 3–4.
 19. Скабара Р. М. Міжнародний туризм : плани семінарських занять і методичні рекомендації для студентів ІІІ курсу факультету ФР і ОФК ЛДДФК спеціальності “Туризм” (кредитно-модульна система організації навчання). – Львів : ПЛ ЦПД, 2006. – 14 с.
 20. Скабара Р. М. Організація транспортних подорожей : програма, залікові вимоги та методичні рекомендації для студентів ІІІ курсу факультету ФР і ОФК Львівського державного інституту фізкультури, спеціальності “Туризм”. – Львів: ПЛ ЦПД, 2006. – 12 с.
 21. Худоба В. В. Нормативні документи в туристичній діяльності : лекція / Худоба В. В. - Львів, 2018. - 10 с.
 22. Худоба В. В. Професійна діяльність в туристичній галузі : лекція / Худоба В. В. - Львів, 2018. - 15 с.
 23. Худоба В. В. Форми та види туристичної діяльності : лекція / Худоба В. В. - Львів, 2018. - 15 с.
 24. Pavlenchuk N. Concerning the Problems of Reforming the Tourism Sphere in Ukraine / Nataliia Pavlenchuk // Using sports, culture, and social studies as means to rediscover lost values : abstract book of 6th International Conference on Science, Culture, and Sport (25–27 April 2018). – Lviv, 2018. – P. 302.
 25. Integration of Partial Least Squares Path Modeling for Sustainable Tourism Development / N. Pavlenchuk, S. Mekhovych, O. Bohoslavets, Y. Opanashchuk, V. Hotra, I. Gayvoronska // International Journal of Recent Technology and Engineering. – 2019. – Vol. 8, is. 2. – P. 4309–4312.

26. Paska M. Perspective development of authentic products for restaurant business in gastronomic tourism / Maria Paska, Oryslava Korkuna, Oksana Kyluk // Tourism of the XXI century: Global challenges and civilization values : II International scientific and practical conference (Kyiv, June 01, 2020). – Kyiv, 2020. – P. 267–270.
27. Paska M. Increasing the selection of dry-cured meat products available for the restaurant industry in the context of gastronomic tourism / Maria Paska // Theoretical foundation of modern science and practice : abstracts of XI International Scientific and Practical Conference. – Melbourne, 2020. – P. 66–67.
28. Paska M. Current development trends of raw-smoked sausages in the context of gastronomic tourism / Paska Maria, Korkuna Oryslava, Kyluk Oksana // Trends in the development of international tourism in the current context of globalization : collective Scientific Monograph / edit.: Jadwiga Ratajczak, Victoriia Tsypko. – Opole, 2020. – P. 152–158.