

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЧЕРНІГІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І  
УПРАВЛІННЯ**

# **В'ЇЗНИЙ ТУРИЗМ**

**НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК**

УДК 338.48

ББК 75.8

В-91

***Рекомендовано***

*Міністерством освіти і науки України*

*(лист №1/11-7933 від 17.08.2010 р.)*

**Рецензенти:**

**Шкарлет С.М.**, доктор економічних наук, професор;

**Сахно Є.Ю.**, доктор технічних наук, професор

**Науковий редактор**

**Коваль П.Ф.**, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри туризму Чернігівського державного інституту економіки і управління

**Відповідальний редактор**

**Алешугіна Н.О.**, кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму Чернігівського державного інституту економіки і управління

В'їзний туризм: Навч. пос. [Текст] / П.Ф.Коваль, Н.О.Алешугіна, Г.П.Андрєєва, О.О.Зеленська, Т.В.Григор'єва, О.Г.Пархоменко, В.Б.Дудко, М.О.Михайловський, С.І.Бондар; ред. П.Ф.Коваля, Н.О.Алешугіної. – Ніжин, Вид-во Лук'яненко В.В., 2010. – 304 с.: іл., картосхеми.

ISBN 978-966-2185-08-9

У посібнику розкрито теоретичні, нормативно-правові та організаційні засади в'їзного туризму. Висвітлено історію розвитку в'їзного туризму в Україні, узагальнено принципи, на яких він базується, та фактори, що на нього впливають. Розкрито особливості роботи туроператорів щодо формування турпродукту, а також специфіку технологій обслуговування іноземних туристів. Аналізується туристичний потенціал України та його придатність для організації в'їзного туризму. Приділено увагу інформаційно-логістичному забезпеченню в'їзного туризму.

Для фахівців сфери туризму, викладачів та студентів туристичного фаху географічних, історичних, економічних факультетів вищих навчальних закладів.

ISBN 978-966-2185-08-9 © **Коваль П.Ф., Алешугіна Н.О., Андрєєва Г.П., Зеленська О.О., Григор'єва Т.В., Пархоменко О.Г., Дудко В.Б., Михайловський М.О., Бондар С.І., 2010**

## ЗМІСТ

Передмова.....	5
Розділ I. Теоретичні основи в'їзного туризму.....	8
§ 1.1. Сутність в'їзного туризму.....	8
§ 1.2. Історія розвитку та сучасний стан в'їзного туризму в Україні.....	10
§ 1.3. Основні стратегії та принципи розвитку і організації в'їзного туризму.....	19
§ 1.4. Фактори впливу на розвиток в'їзного туризму.....	24
<i>Контрольні запитання і практичні завдання.....</i>	35
<i>Рекомендована література.....</i>	35
Розділ II. Міжнародне та державне регулювання в'їзного туризму.....	36
§ 2.1. Міжнародна співпраця та організації в туризмі.....	36
§ 2.2. Державна політика в галузі в'їзного туризму.....	42
§ 2.3. Система органів управління розвитком в'їзного туризму в Україні.....	45
§ 2.4. Нормативно-правове регулювання в'їзного туризму.....	60
§ 2.5. Прикордонно-митний та візовий режим.....	70
§ 2.6. Стимулювання розвитку в'їзного туризму на регіональному рівні.....	82
<i>Контрольні запитання і практичні завдання.....</i>	97
<i>Рекомендована література.....</i>	98
Розділ III. Специфіка організації та технології в'їзного туризму.....	101
§ 3.1. Особливості турпродукту у в'їзному туризмі.....	101
§ 3.2. Організаційні аспекти діяльності туроператора, зайнятого у в'їзному туризмі.....	108
§ 3.3. Технології проектування туристичного продукту.....	111
§ 3.4. Договірні відносини при здійсненні туристичної діяльності.....	120
§ 3.4.1. Варіанти угод між туроператором та готельним підприємством.....	120
§ 3.4.2. Варіанти угод між туроператором та авіакомпанією.....	132
§ 3.4.3. Варіанти угод між туроператором та залізничною компанією.....	137
§ 3.4.4. Варіанти угод на автотранспортне обслуговування.....	142
§ 3.4.5. Варіанти угод між туроператором та туристом.....	146
§ 3.4.6. Варіанти угод між туроператором та турагентом.....	151
§ 3.4.7. Страхові угоди в туризмі.....	152
§ 3.5. Технології обслуговування у в'їзному туризмі.....	153
§ 3.5.1. Гостьовий цикл у в'їзному туризмі.....	153
§ 3.5.2. Особливості роботи туроператорів з іноземними туристами.....	155
§ 3.5.3. Особливості надання послуг харчування іноземним туристам.....	158
§ 3.5.4. Особливості надання послуг розміщення іноземним туристам.....	167
§ 3.5.5. Особливості обслуговування іноземних туристів іншими секторами туріндустрії.....	172
§ 3.6. Технологія і організація альтернативних видів туризму.....	173
<i>Контрольні запитання і практичні завдання.....</i>	190
<i>Рекомендована література.....</i>	190

Розділ IV. Потенціал розвитку в'їзного туризму в Україні.....	193
§ 4.1. Значення дослідження туристичного потенціалу території.....	193
§ 4.2. Туристично-ресурсний потенціал розвитку в'їзного туризму в Україні.....	195
§ 4.2.1. Карпатський туристичний район.....	197
§ 4.2.2. Волинський туристичний район.....	205
§ 4.2.3. Подільський туристичний район.....	210
§ 4.2.4. Причорноморський туристичний район.....	216
§ 4.2.5. Кримський туристичний район.....	221
§ 4.2.6. Приазовський туристичний район.....	227
§ 4.2.7. Донецький туристичний район.....	231
§ 4.2.8. Придніпровський туристичний район.....	235
§ 4.2.9. Слобожанський туристичний район.....	240
§ 4.2.10. Столичний туристичний район.....	249
§ 4.2.11. Працересурсний туристичний потенціал організації в'їзного туризму.....	256
§ 4.3. Туристично-інфраструктурний потенціал розвитку в'їзного туризму в Україні.....	258
§ 4.3.1. Готелі та подібні до них заклади розміщення.....	260
§ 4.3.2. Санаторно-курортні заклади.....	267
§ 4.3.3. Ресторани й інші заклади харчування.....	270
§ 4.3.4. Розважальна інфраструктура.....	273
§ 4.3.5. Роль транспортної інфраструктури в розвитку в'їзного туризму.....	277
§ 4.4. Туристичний імідж України.....	291
<i>Контрольні запитання і практичні завдання.....</i>	294
<i>Рекомендована література.....</i>	296
Розділ V Інформаційно-логістичне забезпечення в'їзного туризму.....	297
§ 5.1. Інформаційні технології в туризмі.....	297
§ 5.2. Логістичні процеси у в'їзному туризмі.....	311
<i>Контрольні запитання і практичні завдання.....</i>	329
<i>Рекомендована література.....</i>	329
Предметний покажчик.....	331
Додатки.....	333

## ПЕРЕДМОВА

В'їзний туризм є важливою сферою туристичного бізнесу, і значення його в сучасному світі дедалі зростає. Рівень його розвитку визначає ефективність функціонування усієї туристичної сфери країни. Саме за показниками в'їзного туризму формується рейтинг туристичних держав світу. Цей вид діяльності стає фактором глобального впливу на життя планети. Загальновідомим є значення в'їзного туризму у світовій економіці. Окрім загальних функцій, які виконує туристична сфера (економічна, оздоровча, світоглядна, пізнавально-просвітницька, морально-виховна та ін.), за в'їзним туризмом визнається функція налагодження контактів між народами та країнами. Проте, загальновідомим фактом є і те, що не завжди наслідки розвитку в'їзного туризму носять позитивний характер. Вчені усього світу визнають, що розвиткові в'їзного туризму в країні повинен передувати ряд досліджень в економіці, соціології, екології, географії, медицині та інших галузях наукових знань, а також створення комплексної обґрунтованої стратегії.

Для України ці питання є дуже актуальними, оскільки вона прагне розвивати в'їзний туризм, який поки що знаходиться, по суті, в зародковому стані, не зважаючи на давні традиції організації цієї справи в країні. На це спрямовуються зусилля владних та ділових кіл, освітніх закладів та громадських організацій. Але, як показує досвід, багато фахівців турбізнесу мають поверхове уявлення про особливості організації в'їзного туризму та надання послуг громадянам тих країн, з якими вони працюють. Це, у свою чергу, накладає свій відбиток на якість обслуговування, через несхвальні відгуки гостей впливає на формування туристичного іміджу країни і, як наслідок, відбивається на рівні розвитку в'їзного туризму в цілому. Саме цим обумовлюється необхідність введення дисципліни “В'їзний туризм” в навчальний план підготовки фахівців даної галузі.

**Мета курсу** – ознайомлення студентів з теоретичними основами та практичними аспектами організації в'їзного туризму та основних процесів технологічного циклу обслуговування іноземних туристів.

Мета курсу визначає основні його **завдання**, які полягають у:

1.) формуванні **знань** про:

- сутність основних понять дисципліни;
- історію розвитку та сучасний стан в'їзного туризму в Україні;
- основні засади організації цього виду діяльності в Україні та фактори, що на нього впливають;
- особливості державного регулювання в'їзного туризму в Україні;
- специфіку формування турпродукту, орієнтованого на задоволення потреб у відпочинку іноземного споживача;
- потенціал розвитку в'їзного туризму в Україні та особливості його оцінки;
- проблеми і перспективи розвитку в'їзного туризму у регіонах України;
- основні технологічні процеси у в'їзному туризмі;
- особливості технології організації альтернативних видів туризму;
- інформаційні технології та логістичні процеси в туризмі.

2.) **умінь**:

- узагальнювати теоретико-практичні матеріали та систематизувати отримані знання;
- аналізувати фактичні дані, працювати з нормативними джерелами, спеціальною літературою, довідковими виданнями;
- орієнтуватися у просторових відмінностях та особливостях туристично-ресурсного та туристично-інфраструктурного потенціалу України.

Основними підходами, або методами, що застосовуються в ході вивчення дисципліни є: системний, аналітичний, хронологічний (часовий), компаративний, нормативний, географічний, формально-логічний, математико-статистичний, картографічний та інші.

При цьому використовуються матеріали, підходи і методичні прийоми

інших дисциплін, на базі яких ґрунтується та з якими тісно пов'язаний даний курс. Серед них дисципліни як загального (“Організація туризму”, “Технологія туристичної діяльності”, “Історія туризму”, “Менеджмент туризму”, “Маркетинг туризму”, “Рекреаційна географія”), так і галузевого циклу (“Технологія ресторанної справи”, “Технологія готельної справи”, “Організація рекреаційних послуг”, “Організація послуг харчування”, “Організація екскурсійних послуг”, “Організація транспортних послуг”, “Інформаційні системи і технології в туризмі”, “Туристичні ресурси України”, “Спортивний туризм”, “Альтернативні види туризму”, “Стандартизація і сертифікація туристських послуг”, “Кухні народів світу” та інші).

У підготовці посібника взяли участь: к.е.н., доц. Коваль П.Ф. (розділи I; 2.1; 3.6); к.е.н. Алешугіна Н.О. (передмова, розділи 2.5; 3.5.1; 3.5.2; 3.5.3; 3.5.5; IV; 5.1); к.е.н., доц. Зеленська О.О. (розділи 3.5.2; 4.2.4; 4.2.6; 4.2.7; 4.2.8; 4.2.9); к.е.н., доц. Григор'єва Т.В. (розділ 2.6); к.г.н. Пархоменко О.Г. (розділ 5.1); к.е.н. Дудко В.Б. (розділ 5.2); викладачі Андрєєва Г.П. (розділи 3.1; 3.2; 3.3; 3.4; 3.5.4; 3.6), Бондар С.І. (розділи 2.2, 2.3, 2.4), Михайловський М.О. (розділ 2.5).

Колектив авторів сподівається, що навчальний посібник “В'їзний туризм” допоможе студентам поповнити та систематизувати свої знання, сприятиме їх формуванню як фахівців туристичної галузі та допоможе викладачам вузів у викладанні дисципліни. Будемо вдячні за надіслані відгуки та зауваження щодо покращення змісту посібника.

## Розділ I

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ



*Які види туризму вам відомі?*

*Назвіть складові виробництва туристичного продукту.*

*У чому полягає процес перетворення туристичних ресурсів на фактор виробництва туристичного продукту?*

*Що таке фактор виробництва? Чим він відрізняється від умови виробництва?*

#### 1.1. Сутність в'їзного туризму

*В'їзний міжнародний туризм – подорожі, що організуються для громадян іноземних країн територією своєї держави, пов'язані з перетином державного кордону з метою некомерційної діяльності на термін від 1 доби до 1 року.*

Розвиток міжнародного в'їзного туризму є не лише джерелом валютних надходжень в економічну систему країни, фактором стабілізації регіональних ринків праці, але й сприяє активізації відносин між країнами-учасницями туристичного процесу. Недаремно основними нормативними документами, що регулюють діяльність туристсько-рекреаційної сфери України, цей напрям визнано пріоритетним. Розвиток в'їзного туризму значним чином впливає на загальний стан цієї сфери. За розрахунками фахівців, її можна вважати ефективною тоді, коли обсяги в'їзного туризму втричі більші обсягів виїзного [2]. У зв'язку з цим виникає потреба активізації зусиль на розвиткові інкамінгу.

*Інкамінг (з англ. incoming) – це туроперейтинг у сфері міжнародного в'їзного туризму, тобто діяльність, спрямована на створення пакетів туристичних послуг підприємствами, що працюють на території приймаючої країни, з розміщення, харчування, транспортування, організації дозвілля тощо і доведення їх до іноземних споживачів [1].*

Характерними рисами інкамінгу як виду туристичної діяльності є:



- орієнтація на іноземних споживачів, що викликає низку труднощів, пов'язаних з маркетинговими дослідженнями, просуванням національного турпродукту, його ціноутворенням і реалізацією;
- необхідність використання тільки послуг національних постачальників, рівень якості яких відповідає міжнародним діючим стандартам (перш за все це стосується засобів розташування);
- власна нормативно-правова база діяльності (у тому числі, спеціалізовані правові акти щодо порядку реєстрації, ліцензування, сертифікації, забезпечення страхування тощо), особливо та, що стосується видів туризму, що дісталися нам у спадок від колишнього СРСР (спортивний, самодіяльний, дитячо-юнацький, лікувальний і т.д.);
- необхідність ратифікації численних наднаціональних правових актів і міждержавних угод з метою поглиблення туристичних взаємовідносин України з іноземними державами [1].

Розвиток міжнародного в'їзного туризму в Україну має непогані передумови. По-перше, це наявність у нашій країні значних туристичних ресурсів, багато з яких є унікальними, їх доступність. По-друге, інтерес, який виявляють до нашої країни іноземні ЗМІ і прості громадяни, у тому числі, і через закритість значної території України в часи СРСР. По-третє, унікальна українська культура, об'єкти якої мають світове визнання. По-четверте, можливість формування конкурентноспроможного туристичного продукту завдяки висококваліфікованим трудовим ресурсам і високому рівню загальної освіченості населення. Не останню роль відіграє значна українська еміграція. Унікальним поштовхом для активізації розвитку в'їзного туризму в Україні може стати проведення в нашій країні футбольного чемпіонату EURO-2012, що може викликати справжній туристичний бум.

У той же час, загальновизнано, що міжнародний туризм як соціально-економічне явище може здійснювати суттєвий негативний вплив на умови проживання населення рецептивних районів, формувати залежну економіку і

навіть призводити до зниження рівня розвитку інших галузей народного господарства, поширення негативних соціальних явищ, хвороб тощо. Тому необхідне прийняття ефективної державної концепції у сфері в'їзного туризму і постійний моніторинг ситуації у цій сфері.

## **1.2. Історія розвитку та сучасний стан в'їзного туризму в Україні**

У своєму історичному розвитку український в'їзний туризм пройшов низку етапів, які характеризувалися як розбіжностями в цілях іноземних прибуттів, так і особливостями організації національного туристичного сервісу. Досить серйозні відмінності мав розвиток туризму і гостинності в регіонах України, що були у різні періоди у складі інших держав. Багато в чому він визначався державною політикою цих утворень. Фактично, тільки в радянській і пострадянській часи розвиток туризму в Україні мав однакові риси в усіх регіонах.

Про традиції гостинності на території нашої держави відомо здавна, але перші письмові згадки відносяться до часів Київської Русі, прийняття християнства.

Київ, Чернігів, інші міста були значними торговими центрами, мали розвинуту інфраструктуру обслуговування як торговців, так і вантажу, а знаменитий річковий шлях “із варяг у греки” – чи не найважливішим транспортним коридором, що зв'язував північні і південні народи. Як місця розташування і харчування були відомі так звані постоялі (гостинні) двори.

У той час у всіх цих містах була велика кількість культових об'єктів, куди з'їжджалося багато паломників. Монастирі і лаври утримували свої місця, де прочани могли відпочити і прохарчуватись.

Важливим періодом для розвитку міжнародних відносин, а отже, і для розвитку сфери гостинності, була козацька доба, особливо за часів Б.Хмельницького, І.Мазепи, К.Розумовського.

Досить швидко розвивалась сфера гостинності з моменту появи і розвитку залізниці. З'явилась можливість більш швидкого і комфортного переміщення вантажів і пасажирів. З'єднались різні економічні зони країни, збільшилась кількість іноземних громадян, що пересувались країнами і континентами. В XIX сторіччі починається стрімке зростання міст, чисельності міського населення. Формується міська інфраструктура розваг і дозвілля. Починають створюватись рекреаційні зони. Туризм розвивається в Криму та інших причорноморських губерніях. Ялта стала улюбленим місцем відпочинку царської сім'ї і багатьох придворних. На території курорту будувались палаци, парки, сади, театри, атракціони.

Розвивався бальнеологічний туризм у зоні м. Трускавець, активні види туризму – в Карпатах. З розвитком внутрішнього туризму починає розгортатись і в'їзний.

Розбудова економіки викликає зростання кількості ділових поїздок іноземців у промислові, наукові центри. В цей час завдяки розвитку виробництва і науки такими центрами стають Київ, Харків, Львів, Одеса, міста Донбасу.

Особливо активним було будівництво готелів в Одесі, оскільки це був великий морський порт і зручне місце для розвитку туризму. У дореволюційній Одесі було 34 готелі та 6 заїжджих дворів. Найбільш популярними були готелі “Лондонская”, “Бристоль”, “Пассаж”. Ці готелі функціонують в Одесі і на початку XXI ст.

У радянському періоді розвитку в'їзного туризму можна умовно виділити довоєнний період і період післявоєнної відлиги.

У перші роки радянської влади туризм здебільшого розвивався стихійно. Існувала низка організацій, які по-різному розуміли завдання туристичного

руху. Велика увага радянського уряду приділялася екскурсійній справі, у тому числі, і для іноземців, адже екскурсія вважалась одним із засобів ідеологічної роботи серед населення.

Довоєнний радянський період відзначався надзвичайно важкими умовами життя населення як СРСР в цілому, так і України. Не оминули часи лихоліття і всю Європу. Через Першу світову війну у розвитку туризму наступила значна затримка, оскільки подорожі не були життєво важливою необхідністю в той час. Крім того, СРСР був закритою країною, про яку за кордоном було відомо лише те, що це країна бідності і голоду, надзвичайно жорстока до власного населення. Не поодинокими були випадки репресій і до іноземних громадян. Але все ж для розвитку іноземного туризму в 1929-му р. було створено Всесоюзне акціонерне товариство з іноземного туризму в СРСР (ВАТ “Інтурист”), яке підпорядковувалося Наркомату зовнішньої та внутрішньої торгівлі СРСР. На цю організацію було покладено обов’язок розвивати два напрямки: внутрішній і зовнішній туризм. Внутрішній якраз і був пов’язаний з необхідністю організації прийому іноземців у Радянському Союзі (розміщення, організація екскурсій, перевезення, продаж сувенірів та творів мистецтва, відвідування театрів та концертів). З цією метою розроблялися туристичні маршрути по містах та республіках СРСР. Для забезпечення якісних послуг на маршрутах формувалася відповідна інфраструктура: готелі, мотелі, кемпінги, ресторани. З метою залучення іноземних туристів відроджувалися народні ремесла. Найвища інтенсивність відвідування СРСР іноземцями спостерігалася в 1934-1937 рр., коли їх кількість сягнула 70 тис. осіб.

Після Другої світової війни СРСР зробив величезний крок у розвитку усіх сфер і галузей народного господарства, що призвело до того, що наприкінці 50-х рр. він став наддержавою. Саме з 50-х рр. ХХ ст. починається новий етап освоєння туристичних зон і центрів Радянського Союзу. Більшість оздоровниць узбережжя Криму, Карпат, Київщини, гірських бальнеологічних курортів були побудовані саме в цей час. Курортні території забезпечуються всією

необхідною для прийому туристів інфраструктурою: дорогами, комунікаціями, транспортними вузлами, підприємствами громадського харчування і дозвілля. Відновлюється і модернізується готельна база. На відміну від довоєнних готелів, новозбудовані відрізняються значно вищим потенціалом: великим номерним фондом, вигідним розміщенням. Крім того, для зручності клієнтів у середині готелів або поблизу розміщували підприємства громадського харчування, торговельного, побутового обслуговування, ощадні банки, медичні пункти і т.д. До 80-х рр. кількість засобів розміщення в СРСР вимірювалась тисячами. Велика частка з них була розташована на території України.

У той час здебільшого розвивався внутрішній туризм. Основними відвідувачами СРСР в ті роки були мешканці країн соціалістичного табору – Східної Європи, Східної і Південно-Східної Азії, Куби, а також інших країн, що обрали соціалістичний шлях розвитку.

Новим кроком у розвитку іноземного туризму стали створені у 1964 р. при Раді Міністрів СРСР Управління з іноземного туризму і Рада з іноземного туризму. Управління з іноземного туризму з 1966 р. виступало як офіційна туристична організація Радянського Союзу. Воно було членом Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій і Міжнародної федерації туристичних агентств. “Інтурист” залишався єдиною в СРСР комерційною організацією. Молодіжним туризмом, що спочатку знаходився під контролем ВЛКСМ (Всесоюзного Ленінського Комуністичного Союзу Молоді), після Другої Світової війни у 1958 р. почало опікуватись Бюро міжнародного молодіжного туризму “Супутник”. “Супутник” займався і внутрішнім, і зовнішнім видами молодіжного туризму.

В'їзний туризм у другій половині ХХ ст. відзначався суворою централізацією сервісної діяльності і ідеологічним контролем. Для організації туристичного обслуговування іноземців розроблялись спеціальні маршрути (цілі регіони мали статус “закритих”, наприклад, Севастополь). Персонал для обслуговування був ретельно відібраний і підготовлений до контакту з

іноземною аудиторією. З першого і до останнього дня свого перебування в Союзі туристи, особливо із капіталістичних країн, були під наглядом радянських спецслужб. Серед міст України найбільш відвідуваними були Київ, Одеса, Ялта.

80-і рр. були часом створення в СРСР комфортабельної туристичної інфраструктури, що функціонувала протягом всього року. Сприяли цьому проведення в СРСР міжнародних фестивалів, Олімпійських ігор. Відбулося пожвавлення міжнародного в'їзного туризму. З 1956 по 1985 рр. СРСР відвідало більше 70 млн. іноземців із 162 країн, хоча не всі вони приїжджали як туристи. При цьому, понад 60 % іноземних туристів прибули із країн соціалістичного табору. Із капіталістичних країн найбільше туристів було з Фінляндії. Наприкінці 80-х рр. іноземцям пропонувалося 500 маршрутів по Радянському Союзу, дозволялося відвідати 150 радянських міст.

У 1983 р. Головне управління з іноземного туризму при Раді Міністрів СРСР було перетворено на Державний комітет СРСР з іноземного туризму. Його голова входив до складу Ради Міністрів, що свідчило про високу значущість цього напрямку в економіці Радянського Союзу.

Радянські організації “Інтурист”, “Супутник” і Центральна рада з туризму та екскурсій (ЦРТЕ) брали участь у роботі міжнародних туристичних товариств, союзів та організацій, які займалися спрощенням туристичних формальностей, з чим в СРСР було багато проблем (щоправда, такі проблеми в основному, були для громадян СРСР, котрі здійснювали закордонні поїздки тільки в групах, не мали права володіти іноземною валютою, існував анкетний відбір кандидатів, путівки розподілялися централізовано, повторні поїздки могли здійснюватись лише через 2-3 роки).

У той час туризм міцно увійшов у повсякденне життя радянської людини, став його невід'ємною частиною. Іноземні туристи вже не були дивиною навіть у маленьких містах і населених пунктах.

Перебудова, що почалася у другій половині 80-х рр., і подальший розпад СРСР призвели також до розпаду єдиної туристсько-екскурсійної системи Радянського Союзу. Хоча перебудова і кардинальні зміни умов життя радянських громадян значно збільшили темпи і змінили структуру міжнародного в'їзного туризму. Ліквідація “залізної завіси”, легалізація валютних операцій і приватної підприємницької діяльності, крах і ліквідація КПРС, республіканських компартій, в тому числі КПУ, проголошення курсу на демократичні реформи викликали величезний інтерес до радянського, а потім пострадянського простору зі сторони мешканців країн-переможців в багаторічній “холодній” війні. Але потік бажаючих виїхати у зворотному напрямі був набагато більшим. Власні туристичні і курортні центри переживали не найкращі часи, відчуваючи гостру нестачу клієнтів і грошей. Готелі практично не працювали, виживаючи за рахунок здачі в оренду номерного фонду величезній кількості приватних підприємств, що з'явилися у ті роки. Інтерес до України проявляли тільки ті західні підприємці, які хотіли швидко і дешево захопити частину українського ринку.

У той же час, у владних структурах розуміли, що Україна, маючи такі туристично-рекреаційні ресурси, геополітичне положення, просто зобов'язана заробляти на в'їзному туризмі, на що була спрямована дія нормативно-правових актів, прийнятих за роки незалежності. Такі дії протягом незначного періоду дали свій результат, і ситуація у сфері в'їзного туризму значно покращилася.

Показники в'їзду іноземних громадян, наданих туристичних та суміжних послуг почали зростати тільки після 2001 р. [3]. Це зростання продовжується і дотепер: з 2000 по 2007 рр. у 3,6 разів зросла кількість іноземців, що в'їхали до України, у 2,7 разів – обсяг наданих іноземним туристам послуг, у 5 разів збільшились валютні надходження, у 2,7 – кількість іноземців, обслугованих готелями, у 1,3 – санаторно-курортними закладами (табл. 1.1). Натомість, динаміка кількості іноземних громадян, що приїждять в нашу країну з метою

туризму, є нестабільною. Якщо у 2000 р. частка туристів, які обслуговувались закладами туристичної індустрії, у загальній кількості іноземців, що в'їхали в Україну, становила 5,2%, то у 2005 р. цей показник становив 1,9%, а у 2007 р. – 1,6%. На фоні зростання загальної кількості іноземних відвідувань це, безумовно, свідчить про поступове зниження інтересу іноземців до туристичної пропозиції України, та, як наслідок, існування загрози втрати позицій на міжнародному ринку туристичних послуг.

У кількісному вимірі сучасна ситуація на ринку в'їзного міжнародного туризму України характеризується хоч і незначним, але стійким зростанням основних показників, хоча в умовах жорсткої конкуренції туристична галузь, в яку вже давно не було серйозних інвестицій, поки що розвивається набагато нижчими темпами, ніж це було в останні радянські роки.

*Таблиця 1.1*

**Основні показники розвитку в'їзного туризму в Україні, 2007 р.<sup>1</sup>**

Показник	Значення показника		
	2000	2005	2007
Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, тис. осіб	6430,9	17630,8	23122,2
з них обслуговано туристів, тис. осіб	377,9	326,4	372,5
Обсяг наданих іноземним туристам туристичних послуг, млн. грн	241,3	409,6	662,9
Надходження валюти від надання туристичних послуг нерезидентам України, млн. дол. США	16,8	55,3	83,8
Обслуговано іноземців у готелях та інших місцях для тимчасового проживання, тис. осіб	358,4	773,8	953,6
Обслуговано іноземців у санаторно-курортних та оздоровчих закладах, тис. осіб	307,3	416,3	412,2

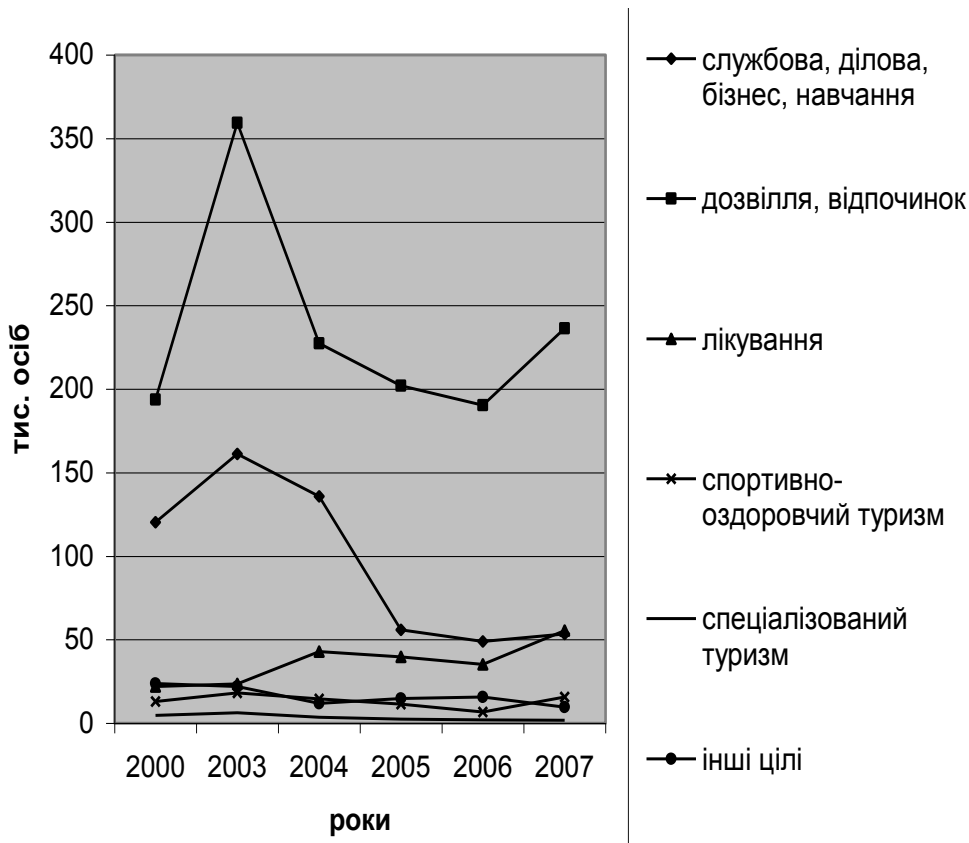
Більшим попитом користуються одноденні прикордонні поїздки, кількість повторних відвідувань України є однією з найменших в Європі. Досить високий рівень цін при низькому рівні розвитку інфраструктури, нестабільна політична і

<sup>1</sup> За даними джерела [3].



криміногенна ситуація відлякують молодь, сімейні пари з дітьми, відзначають нерозвиненість розважально-дозвілєвої сфери.

Наряду зі зміною кількості іноземних туристів змінювались і їх уподобання. У розподілі іноземних туристів за метою відвідування традиційно велику частку займають подорожі з метою проведення дозвілля та організації відпочинку (рис. 1.1). Діловий туризм займав друге місце, але у 2007 році поступився ним на користь лікувально-оздоровчого, що говорить про більшу стабільність у цьому сегменті туристичних послуг та про стрімке зниження ділового та наукового інтересу до України. Нестабільною є ситуація на ринку спортивно-оздоровчого в'їзного туризму.



**Рис. 1.1. Динаміка кількості обслужених туристів за метою відвідування**

Найбільш інтенсивний туристичний обмін ведеться з країнами, з якими Україна тривалий час мала спільну долю, а отже, усталені зв'язки, у тому числі, і туристичні. Такими країнами є Росія, Білорусь та Молдова, туристи з яких забезпечують переважання у в'їзному потоці країн СНД (табл. 1.2), а також Польща, Угорщина, Словаччина та Румунія.

Таблиця 1.2

### Структура в'їзного потоку за регіонами

Регіон	Кількість приїжджих, млн. осіб	Частка у загальному в'їзному потоці, %
Країни СНД	11,9	62
Країни ЄС	6,3	33
Решта країн	0,5	3

З інших країн найбільш частими відвідувачами України є німці, американці та італійці (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

### Рейтинг 10 головних туроформуючих для України країн

Рейтинг	Країна	2006 рік		2006/ 2005	
		осіб	частка країни в загальному турпотоці, %	темп приросту, %	приріст, +/- осіб
	<i>Усього в'їзних туристів</i>	<i>18 900 263</i>	<i>100</i>	<i>+7,2</i>	<i>1 269 503</i>
1	Росія	6 423 850	34	6	380 021
2	Польща	3 977 938	21	14	488 905
3	Молдова	3 055 833	16	10	274 953
4	Білорусь	2 126 839	11	15	285 056
5	Угорщина	1 158 771	6	-41	-798 937
6	Словаччина	505 480	3	57	183 503
7	Румунія	348 157	2	115	186 209
8	Німеччина	214 389	1	13	24 843
9	США	111 446	1	53	38 400
10	Італія	62 943	0,3	34	15 861

Впродовж 2006 р. туристи з країн ЄС відвідували Україну менше, ніж у 2005 р. – на 0,02% або на 1,0 тис. осіб (за рахунок скорочення потоку з Угорщини у 1,7 рази за усіма видами мотивації). Кількість туристів з країн СНД збільшилась на 9% або на 1 002,6 тис. осіб. Найбільший приріст потоків був забезпечений сусідніми країнами: турпоток з Росії збільшився на 380,0 тис. туристів, з Білорусі – на 285,1 тис., з Молдови – на 275,0 тис.

Серед досягнень і позитивних тенденцій в'їзного туризму в нашу країну можна відзначити, перш за все, остаточне законодавче оформлення туристичного бізнесу, формування правової бази туроперейтингу, без яких нормальний розвиток іноземного туризму був би неможливим. Вперше були прийняті закони, які регулюють туристичну діяльність, визначені і законодавчо оформлені напрямки розвитку туризму, в тому числі, визнана пріоритетність в'їзного туризму. Активізувалася і регіональна влада. Більшість областей, визнавши економічну ефективність в'їзного туризму, систематизують наявні туристичні дані з метою подальшого просування інформації про туристичні можливості своїх регіонів за кордон, здійснюють масштабні туристичні проекти із залученням коштів вітчизняних і закордонних інвесторів.

Не зважаючи на значні відмінності у туристичному розвитку регіонів України, існуючі проблеми законодавства, державного регулювання туристичного ринку, молодість і недосвідченість українського в'їзного туризму як форми комерційної діяльності, очевидно, що заходи, які приймаються сьогодні, дадуть перші результати вже завтра.

### **1.3. Основні стратегії та принципи розвитку і організації в'їзного туризму**

На думку Ушакова Д.С. [1] одним із важливих принципів впливу на розвиток в'їзного туризму є необхідність управління національним туристичним продуктом, до якого відносять такі основні складові:

- формування стратегії розвитку в'їзних туристичних потоків;
- управління номенклатурою в'їзних турів;
- контроль якості національного туристичного продукту.

Він же пропонує застосовувати різні стратегії розвитку в'їзного туризму [1]. Так, не можна не враховувати нерівномірності розвитку туристичної інфраструктури по території країни, що склалася історично. Статистичні дані свідчать, що найбільш розвинутими є Крим, Причорномор'я, Карпати, Київ. Розвиток уже сформованих і конкурентоспроможних туристичних центрів можливо планувати, використовуючи *стратегію радіального розвитку*. Сутність її полягає в послідовному проходженні приймаючим регіоном ряду етапів.

На початковому етапі повинно проводитися максимально можливе поглиблення пропозицій туристичного продукту за рахунок розширення готельної бази, транспортних, екскурсійних та анімаційних послуг, що дозволяє приймати туристів з різним рівнем доходів, котрі здійснюють подорожі будь-якої цільової спрямованості і тривалості.

На другому етапі передбачається поступове включення до турпродукту сусідніх (не далі як за 300 км від туристичного центру) туристичних ресурсів чи об'єктів показу як додаткової чи обов'язкової екскурсії (без ночівлі) і подальша популяризація цих об'єктів. Наприклад, для відвідувачів Києва це можуть бути Чернігівська, Черкаська, Житомирська та ін. області.

Третій етап зводиться до складання комбінованих турів, які передбачають не тільки екскурсійне відвідування, але й туристичне (тобто з ночівлею) безпосередньо в об'єкті показу. Сутність третього етапу полягає в диверсифікації туристичного потоку і можливості його перерозподілу на користь раніше невідомих туристичних центрів, а також у перетворенні туристичного центру в ще більш значний транзитний пункт.

На заключному, четвертому, етапі починається автономізація, тобто перетворення раніше маловідомих об'єктів у значні туристичні центри зі своєю

власною туристичною інфраструктурою і певним рівнем популярності серед відвідувачів. Далі такі центри починають розширювати свою номенклатуру, формують і популяризують нові об'єкти показу, поступово охоплюючи все більшу територію країни. Вважається, що така стратегія є практично безризиковою, хоча вона призводить до стрімкого зростання негативного впливу в'їзного і внутрішнього туризму внаслідок значного збільшення кількості прибуттів без забезпечення рівномірності розподілу турпотоків по території.

Враховуючи, що територією України проходять транснаціональні транспортні коридори, можливо планувати розвиток в'їзного туризму на основі стратегії транспортних коридорів. Аналізуючи карту України, можна виділити декілька таких коридорів, найбільш важливих у стратегічному розвитку національної економіки: це траси Е-95 (Гельсінкі – Санкт-Петербург – Київ – Одеса), Е-101 (Москва – Київ – Західна Європа), траси Москва – Харків – Крим, Київ – Дніпропетровськ – Крим та ін.

Згідно *стратегії транспортного коридору* необхідно, перш за все, займатися розвитком туристичних центрів, якими, як правило, є великі промислові міста зі значним туристичним потенціалом в середині коридору з наступним охопленням приміських зон і навколишніх населених пунктів. Як приклад можна назвати розвиток туристичного потенціалу Козелецького району на Чернігівщині, зокрема смт. Козелець, с. Лемеші, с. Чемер, які мають досить цікаві об'єкти показу (церкви, храми), пов'язані з родиною Розумовських, і далі Чернігівський, Ріпкинський райони аж до кордону з Білоруссю (траса Е-95). По трасі Е-101 знаходяться с. Вертіївка (музей М. Кирпоноса), с. Заньки (музей М. Занькової), у 18-ти км – Ніжин з його потужним історико-культурним потенціалом, с. Крути (музей Героїв Крут), с. Пальчики (батьківщина бджоляра М. Прокоповича), славнозвісні Батурич, Глухів і т.д. Крім того, ці траси проходять через рекреаційні зони біля річок Остер, Сейм, Десна.

Перевагами даної стратегії є:

- наявність розвинутої транспортної і туристичної інфраструктури, центрів дозвілля, розваг, високо кваліфікованої робочої сили;
- можливість залучення іноземного і національного капіталу внаслідок того, що ці території є відомими серед вітчизняних і іноземних споживачів.

Недоліком такої стратегії є погіршення екологічних умов і неможливість охопити більш віддалені від доріг території країни.

**Точкова стратегія** розвитку в'їзного туризму оптимальна для таких його видів як сільський, аграрний, екологічний, мисливство, рибальство. Відповідно до неї, розвиток точкового туристичного центру відбувається автономно, без зв'язку з навколишніми територіями. При цьому необхідно вирішити проблему транспортного забезпечення. Як правило, використовуються автомобілі підвищеної прохідності, мала авіація, малотонажний флот. Наприклад, Дніпровські водосховища, Шацькі озера, Кримські та Карпатські гори і т.д. Найбільшою перевагою цієї стратегії є саме сталий розвиток віддалених територій, тобто забезпечення екологічної складової туризму.

Ще однією стратегією розвитку є **стратегія рекреаційного районування**. Вона базується на розвитку в конкретних регіонах України певних видів туризму і типів в'їзних турів, що формує спеціалізовану на прийомі певного контингенту відвідувачів туристичну зону. Найбільш відомими прикладами є розвиток бальнеологічних зон (Трускавецька, Саксько-Євпаторійська), спелеологічних (Тернопільська обл.), альпіністичних (с. Дениші Житомирської обл., місцевість в Криму біля селища Форос), пляжного туризму (узбережжя Чорного та Азовського морів), пізнавального (Київ, Чернігів, Львів, Кам'янець-Подільський), замкового туризму (Західна Україна), відвідування парково-палацових комплексів (Умань, Качанівка, Тростянець, Батурин) тощо.

Головною ідеєю стратегій рекреаційного районування є спеціалізація туристичної зони на організації турів, у яких вона має конкурентні переваги, і

відмова від виробництва (або незначний розвиток порівняно з основним напрямом) і просування непрофільного туристичного продукту.

Позитивними моментами даної стратегії є:

- перспективне позиціонування туристичного регіону на туристичній карті світу з певною оптимальною спеціалізацією;
- ідентифікація регіону з певним видом туризму у свідомості іноземних споживачів;
- концентрація зусиль на роботі з вузьким сегментом споживачів.

Вони ж є і негативними моментами, оскільки:

- не дозволяють використовувати весь наявний туристичний потенціал;
- створюють нерівномірність розподілу туристичних потоків,
- як правило, дуже залежать від сезонності,
- створюють нездорову конкуренцію між регіонами, що надають ідентичні послуги.

Очевидно, що в Україні можуть застосовуватись усі названі стратегії розвитку національного в'їзного туризму, оскільки всі вони мають свої переваги і недоліки. У той же час, бажано дотримуватись наступних **принципів**:

- 1) Україна повинна розвиватись як країна всесезонного туризму, що робить можливим наявність широкого спектру туристичних ресурсів;
- 2) в'їзні тури не повинні бути тільки вузької спеціалізації, навіть якщо їх організовують регіональні туроператори;
- 3) в розподілі в'їзних міжнародних туристичних потоків повинні приймати участь якомога більше регіонів;
- 4) для досягнення цінових переваг туристичне керівництво країни і регіонів повинне орієнтуватись на туристичні ринки прикордонних держав (перш за все, країн СНД), оскільки статистичні дані за всі роки незалежності свідчать, що саме туристи із сусідніх країн складають і будуть надалі складати більшість серед споживачів туристичних послуг України;

5) в Україні повинен розвиватися значно ширше конгресний, подієвий туризм, особливо, враховуючи ті можливості, що їх надає чемпіонат Європи з футболу EURO-2012.

Потрібно розвивати номенклатуру в'їзних турів вшир і вглиб. *Під шириною розуміють наявність в пропозиціях вітчизняних туроператорів великої кількості географічних напрямів в'їзного туризму, привабливих для іноземного споживача впродовж усього року.* З іншого боку, розширення номенклатури вимагає посилення контролю державних і місцевих органів за підтриманням необхідної якості туристичного продукту, а найбільше – за створенням умов безпеки для приїжджаючих туристів і, в той же час, недопущенням поширення криміналізації, незаконної міграції, контрабанди і інших злочинів, які стимулюються розвитком міжнародного туризму. *Глибина номенклатури в'їзних турів визначається можливостями модифікації (можливості зміни окремих характеристик туру) туристичних поїздок в одному напрямку.* Для цього можливо змінювати такі його характеристики:

- тривалість туристичної поїздки;
- умови розміщення під час поїздки;
- якість транспортних послуг, що закладені в туристичний пакет;
- мету туристичної поїздки.

Це дозволить збільшити число туристів, що відрізняються доходами і потребами, збільшить ціновий діапазон туристичної пропозиції, допоможе зростанню конкуренції і спеціалізації між туроператорами, а отже, підвищенню професіоналізму персоналу і якості турпродукту.

#### **1.4. Фактори впливу на розвиток в'їзного туризму**

Економічною основою будь-якого виробництва є одночасна наявність певних факторів, засобів і технологій, а також їх відповідність ряду вимог:



- 1) необхідний об'єм складових виробництва, тобто їх кількісний вираз, що дозволяє не тільки організацію виробничого процесу, але й подальше зростання об'ємів виробництва;
- 2) відповідна якість факторів, засобів і технологій виробництва, тобто їх оптимальний стан для використання у виробничому процесі;
- 3) одночасна присутність усіх компонентів на обмеженому просторі, що дозволяє їх використання в процесі виробництва;
- 4) наявність відповідальних за використання факторів, засобів і технологій і осіб, уповноважених розпоряджатися ними;
- 5) наявність координуючого центру, який має необхідну повноту влади для прийняття рішень відносно участі тих чи інших компонентів у процесі виробництва. Таким координуючим центром в умовах ринкової економіки найчастіше є комерційний інтерес (перш за все, прибуток певних осіб і розвиток територій, регіонів, країн).

***Фактори виробництва – це визначені ресурси (природні, трудові, капітал і ін.), наявність яких дозволяє організувати процес виробництва і створити необхідні для цього умови.***

Виробництво туристичного продукту можливе тільки при наявності трьох основних факторів: *туристичних ресурсів, капіталу і трудових ресурсів.*

До *туристичних ресурсів* можна віднести практично кожен об'єкт, комплекс об'єктів, образ чи ідею, які можуть викликати туристичний інтерес, тобто усвідомлене бажання індивіда безпосереднього ознайомлення (побачити, відчути, спробувати і т.д.), заради якого останній готовий пожертвувати певною кількістю матеріальних (як правило, грошових) ресурсів і власним вільним часом.

Основною ознакою, за якою класифікують туристичні ресурси, є їх походження, за яким виділяють:

- природні ресурси;
- антропогенні ресурси (створені людиною чи суспільством);

- змішані ресурси (природно-антропогенні).

Природні ресурси не залежать від суспільного виробництва, тобто мають власне природне походження, і є первинним ресурсом. Природні ресурси – це всі блага, надані природою (рельєф, клімат, водойми, флора, фауна ін.), які є власністю суспільства, нації, держави. Кількість та склад таких ресурсів переважно визначається географічним положенням. Незважаючи на те, що теоретично вони є невичерпними, природні рекреаційні ресурси певної території здатні повно задовольнити потреби в них певної кількості туристів впродовж визначеного часу<sup>2</sup>. Таким чином, фактором тривалого успішного розвитку видів туризму, що базуються на наявності природних рекреаційних ресурсів, є раціональне їх використання.

Рекреаційні ресурси антропогенного походження представлені об'єктами людської діяльності, котрі завдяки своїй унікальності, історичній і художній цінності, естетичній привабливості та іншим якостям можуть бути використані для організації різноманітних видів і форм рекреаційних занять. До того ж, ці об'єкти можуть бути як матеріальними (археологічні пам'ятки, архітектурні споруди, витвори мистецтва і т.п.), так і нематеріальними (мова, спосіб життя, традиції, національна кухня, релігійні переконання, інформаційні ресурси і т.ін.). Використання рекреаційних ресурсів антропогенного походження також повинно ґрунтуватися на засадах раціональності та відповідальності, оскільки здебільшого вони є історико-культурною спадщиною. Туристичний інтерес до антропогенних ресурсів визначається їх історичною цінністю (наприклад, замки Західної України, палацові комплекси Криму, Чернігівщини, Київщини та Сумщини), а також духовним значенням (Києво-Печерська, Почаївська та Святогірська лаври, старовинні храми Києва та Чернігова), він може бути спричинений і низкою інших факторів: цікаве технологічне рішення, наукове

---

<sup>2</sup> Теория рекреационной географии: Конспект монографии. [Текст] /В.С.Преображенский и др. – М., 1988. – 55с.

відкриття, великий розважальний центр і т. д. (ДніпроГЕС, незакінчене будівництво Кримської АЕС і т.д.)

До змішаних (природно-антропогенних) ресурсів відносять об'єкти, які стали такими завдяки людським зусиллям у відношенні до природних процесів чи об'єктів (національні природні парки, природні та біосферні заповідники, пам'ятки природи, регіональні ландшафтні парки, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, ботанічні сади, зоо-, дендро-, лісо-, гідро та лугопарки і т.д.). Наприклад, біосферний заповідник "Асканія-Нова" на Херсонщині, національні парки "Подільські Товтри" на Хмельниччині та "Гранітно-степове Побужжя" на Миколаївщині, Нікітський ботанічний сад у Криму, дендропарки в Умані (Черкащина), Білій Церкві (Київщина) та Тростянці (Чернігівщина), парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва у Сокиринцях, що на Чернігівщині, Гощі (Рівненщина), Верхівні (Житомирщина).

Перетворення туристичних ресурсів у фактор виробництва туристичного продукту - процес, в результаті якого окремі представники суспільства отримують право використання турресурсів у власних комерційних цілях, тобто право на виробництво на їх основі туристичного продукту. З метою збереження соціальної справедливості, перетворення туристичних ресурсів у фактор виробництва туристичного продукту не повинно бути безкоштовним. Необхідно вимагати певної компенсації на користь всього суспільства зі сторони виробника туристичного продукту. На практиці така компенсація може бути в таких формах:

- у вигляді прямих платежів за використання;
- у вигляді перенесення частини відповідальності за стан турресурсів, їх підтримання і збереження на виробника турпродукту, або певних відрахувань в екологічні, ремонтні та інші фонди.

Розміри компенсації повинні визначатись державою - уповноваженим органом. Є різні методики, які дозволяють визначати потенціал туристичних ресурсів. Найчастіше їх якість як фактора виробництва туристичного продукту

визначається двома основними характеристиками – їх відомістю і доступністю. Відомість турресурсів визначається ступенем інформованості громадськості про них. Унікальність і сила впливу на туристів у багато разів підсилює цінність турресурсів, як для їх співвласників – місцевого співтовариства, так і для комерційного користувача. Цінність турресурсів також на пряму залежить від доступності. Доступність визначається тим, наскільки просто, швидко і безпечно можливо доставити до них туристів.

Як фактор виробництва турресурси мають цілий ряд суттєвих характеристик, які визначають специфіку їх використання і географію розміщення світових центрів виробництва турпродукту:

- відсутність мобільності туристичних ресурсів і неможливість їх переміщення в просторі;
- невичерпність багатьох видів турресурсів;
- обмеженість пропускної спроможності;
- здатність до відновлення чи модифікації;
- регульована суспільством чи комерційним користувачем динаміка якості шляхом зміни відомості, доступності і стану як самих турресурсів, так і навколишньої території (екологія, криміногенна, політична ситуація тощо).

*Капітал* як фактор виробництва у туристичній сфері має загальноприйняте визначення для будь-якого типу виробництва: це матеріальні чи нематеріальні цінності, придатні до використання у виробництві і створення у результаті їх використання доходу. Як індивідуальний, так і суспільний капітал знаходяться у постійному русі – це сфера його життя.

Будь-яка цінність, стаючи капіталом, повинна бути залучена у виробничий процес. У виробництві туристичного продукту капітал формується з:

- грошових коштів (власних чи залучених), які витрачаються на різних стадіях виробництва туристичного продукту;
- матеріальних активів, які прямо приймають участь у виробництві туристичного продукту;

- нематеріальних активів, які не мають речового втілення, однак здатні впливати на рівень рентабельності туристичного бізнесу (бренди, марки, інноваційні ідеї і т.д.).

Із характеристик капіталу як фактора виробництва туристичного продукту можна виділити:

- неможливість його вилучення з виробництва без повної зупинки виробничого процесу;
- повна зупинка виробництва (наприклад, через його нерентабельність) не завжди свідчить про зниження вартості раніше залученого у нього капіталу;
- ідентичні за якісним і кількісним значенням капіталу, розміщені в різних географічних місцевостях, або такі, що належать різним власникам, можуть мати відмінні властивості для власного залучення у виробничий процес, а тому і різну вартість;
- капітал мобільний за своєю сутністю, тому можливі міграції капіталу з одного виробництва в інше;
- у зв'язку з тим, що в деяких регіонах світу туристичне виробництво є високорентабельним, туристична галузь такого регіону дуже приваблива для внутрішніх і зовнішніх інвестицій, купівлі діючих туристичних потужностей чи самостійного виходу на регіональний ринок;
- розмір капіталовкладень у виробництво турпродукту можна змінювати як у більшу, так і в меншу сторону, тим самим впливаючи на стан і темпи зростання процесу виробництва, а також розмір виробленої додаткової вартості;
- капітал, за рахунок своєї участі в процесі виробництва і створення додаткової вартості, здатний сформувати капітал, який може бути використаний і в іншому виробничому процесі.

Оборотність капіталів у виробництві турпродукту визначається основними характеристиками туризму як соціально-економічного явища: інвестиційним характером виробництва і сезонністю.

Інвестиційний характер виробництва турпродукту полягає у необхідності передоплати багатьох туристичних послуг постачальників і, на відміну від придбання послуг в інших сферах діяльності, не супроводжується одночасним продажем готової туристичної продукції. Чим вища рентабельність виробництва того чи іншого турпродукту, тим більш жорсткі умови передоплати пропонують постачальники послуг. Як наслідок, туристичне виробництво вимагає “заморожування” грошових коштів на визначений термін, до закінчення якого продажу готового турпродукту бути не може. Туроператор змушений інвестувати власний оборотний капітал і протягом тривалого часу працювати на збиток, сподіваючись на майбутній прибуток від продажу в туристичний сезон. Розрізняють зимовий, літній туристичний сезони, а також міжсезоння. Міжсезоння можна умовно поділити на “низьке” міжсезоння (тобто час, що характеризується мінімальними обсягами виробництва і продаж чи їх відсутністю взагалі) і “високе” міжсезоння (весняні, осінні канікули, свята, вихідні; тобто період часу, що характеризується тимчасовим підвищенням обсягів виробництва і продаж).

На підставі вищезазначеного можна зробити висновок, що капіталообіг у туристичному виробництві відбувається двічі на рік, тобто тривалість одного повного обігу становить, в середньому, 6 місяців (на практиці, перший оборот охоплює період з березня по жовтень, другий оборот – з вересня по березень).

У залежності від швидкості обігу, виробничий капітал поділяється на основний і оборотний.

До основного капіталу туристичного виробництва відносять будівлі, споруди, техніку, засоби зв'язку, комунікації. Це довгодіючий капітал, що складає матеріально-технічну базу виробництва туристичного продукту. Повний обіг основного капіталу здійснюється не менше 1 року, в середньому –

5-6 років. Вартість основного капіталу переноситься на вартість туристичного продукту нарахуванням амортизаційного фонду, в якому накопичуються вартість основного капіталу, і після продажу туристичного продукту.

Оборотний капітал витрачається на оплату послуг постачальників, заробітну плату працівників, податки, комунальні витрати і т.д. Ця частина виробничого капіталу здійснює повний оборот протягом одного циклу, і його вартість повністю переходить на вартість турпродукту, виробленого за цикл, повертаючись до власника у грошовій формі з певною частиною прибутку.

Отже, другою головною умовою для функціонування туристичного виробництва є наявність капітальних ресурсів у вигляді грошових коштів, матеріальних та нематеріальних активів.

Третьою важливою умовою є наявність *трудових ресурсів*, тому що виробництво і реалізація турпродукту пов'язані, перш за все, з необхідністю особистого спілкування виробника і споживача такого виду послуг. Процес виробництва туристичного продукту вимагає значної кваліфікації і професіоналізму, тобто є не просто трудомістким, а персоніфікованим. Будь-який працівник даної сфери не просто виробляє турпродукт, але завдяки своїм знанням, здібностям і вмінням може збільшити його цінність.

*Людський капітал* за своїм походженням є неоднорідним. Умовно його можна поділити на набутий і природний.

Набутий капітал характеризує ступінь придатності і відповідності конкретної людини певному типу виробництва з огляду на її освіту, досвід, знання, уміння (тобто тих характеристик, які людина може отримати протягом життя завдяки навчанню, колективній праці і соціалізації). З іншого боку, природний людський капітал також визначає ступінь відповідності людини конкретному типу виробництва, але в залежності від вроджених характеристик (темперамент, зовнішній вигляд, емоційні прояви і т.д.). Його не можна набути в результаті роботи або навчання, а в умовах суспільного життя можливе лише

коректування окремих рис характеру (наприклад, формування особливого іміджу чи стилю людини).

Таким чином, чим більше природний і набутий капітал людини відповідає вимогам процесу виробництва, тим більшу цінність має сама людина як фактор цього виробництва і навпаки.

Отже, можна зробити висновок, що чим доступніша і дешевша професійна освіта в регіоні, чим молодша і новіша для регіону конкретна сфера виробництва, чим більше в процесі виробництва відбувається контактів з людьми, тим більше впливає на цінність людської праці як фактору виробництва, природна складова його капіталу.

Процес виробництва туристичного продукту багато в чому є унікальним завдяки своїй індивідуалізації, так як тільки індивідуальний підхід до кожного туриста дає можливість підтримувати максимально високу якість турпродукту, інакше виникає ефект масовості і механічності туристичного обслуговування. Це, разом з необхідністю мати відповідні знання і професійність, робить важливими і визначальними природний і набутий капітали людини. При цьому в будь-яких умовах природна компонента людського капіталу є базисом, на якому формується набутий капітал.

Також потрібно відзначити, що суттєва роль праці як фактора виробництва туристичного продукту спричинена тим, що на сьогоднішньому етапі розвитку науки і техніки автоматизація туристичного виробництва ускладнена. У зв'язку з необхідністю забезпечення індивідуального підходу до кожного туриста чи партнера, наявність людини як основної ланки виробництва турпродукту не викликає сумніву.

Окрім туристичних, трудових ресурсів та капіталу, що визначають можливість існування туризму, на розвиток в'їзного туризму значним чином впливає *географічне положення*. Воно є фактором, що обумовлює особливості формування туристичних потреб та туристичного попиту. Так, місцезнаходження України в Європі, що є одним з найбільших регіонів туристичного попиту,



надає їй переваг перед більш віддаленими країнами. Західноєвропейські країни давно вийшли на той рівень розвитку продуктивних сил, коли формування рекреаційних потреб відбувається під впливом наслідків науково-технічного прогресу, що докорінно змінили характер і умови життєдіяльності людини. Високі якість та рівень життя населення західноєвропейських країн дозволяють обирати широкий спектр різноманітних, у тому числі, й іноземного виробництва рекреаційно-туристичних послуг для задоволення знадоби у відпочинку та змістовному проведенні дозвілля. Високими є і вимоги до способів та засобів їх задоволення. Розвиток транспортних засобів значним чином усунув проблему відстаней, тож до рекреаційного користування залучаються нові й нові території. Довгий час освоєння рекреаційних ресурсів центрально- та східноєвропейських країн було ускладнене, тож рекреаційні потреби західноєвропейських країн задовольнялися в межах цього регіону, в країнах Південної Європи, Північної Африки, Південно-Західної та Південно-Східної Азії. Зі зміною геополітичного становища в Європі для рекреаційного освоєння відкрились нові простори. Взаємне зацікавлення у розвитку міжнародного туризму прискорює ці процеси. Проте, у даному випадку конкуренцію виграють країни, розташовані ближче до західноєвропейського регіону. Сусіди України – країни з меншим рівнем рекреаційних потреб, а тому краще забезпечені верстви населення віддають перевагу відпочинку на відомих фешенебельних курортах, а люди з нижчим рівнем статків – внутрішньому туризму. Було б помилкою пояснювати більші успіхи наших сусідів у розвитку в'їзного туризму виключно вигіднішим географічним положенням, але не слід і нехтувати цим чинником.

На доступність та величину попиту на рекреаційні послуги та товари рекреаційного призначення впливає *рівень цін*. Так, на успіх центрально- та східноєвропейських країн у розвитку лікувально-оздоровчого туризму впливає не тільки наявність значного потенціалу відповідних ресурсів, на які багаті й західноєвропейські країни, але і значно нижчий рівень цін на дані послуги. Це

приваблює сюди значну кількість західноєвропейських туристів. На зміну інтенсивності та напрямів міжнародних туристичних потоків впливає *зміна валютних курсів*. Фінансові кризи і зниження рівня доходів населення розвинених країн можуть призвести не стільки до відмови від подорожей, скільки до споживання дешевших туристичних послуг. У цьому вбачається шанс для розвитку в'їзного туризму в Україні.

На масштаби і структуру розвитку в'їзного туризму здійснюють вплив *соціально-психологічні фактори*, серед яких виділяються регіональні ціннісні критерії вибірковості, мода на певні види відпочинку та індивідуальні смаки й уподобання. Важливе значення для формування туристичного попиту з боку іноземців має *інформованість* потенційних споживачів про рекреаційні можливості країни та послуги, що тут надаються, а також їх впевненість у надійності суб'єктів, що надають рекреаційні послуги, та безпеці останніх. *Сезонність* (мається на увазі не лише зміна пір року, що впливає на придатність використання в рекреаційних цілях природних ресурсів, але й певні періоди в житті суспільства, що характеризуються появою додаткового вільного часу: свята, відпустки, канікули) вносить свої корективи у величину попиту на різні види відпочинку та у різних країнах. *Несприятлива криміногенна та екологічна ситуація, нестабільна політична ситуація, національна та релігійна нетерпимість* можуть бути факторами, що обмежують попит на туристичні послуги в країні. Хоча, можуть бути і виключення: відвідування туристами Чорнобильської АЕС та 30-ти кілометрової зони, масовий приїзд іноземців до Києва у дні помаранчевої революції тощо.

Фактором, що суттєво впливає на розвиток в'їзного туризму, є його *нормативно-правове забезпечення: візовий та прикордонно-митний режим, рівень міграційних обмежень, система прав та гарантій туристів*.



### Контрольні запитання і практичні завдання

1. Які характерні риси інкамінгу як виду туристичної діяльності ви знаєте?
2. Які основні етапи виділяються в розвитку в'їзного туризму в Україні?
3. Яка структура в'їзного і виїзного турпотоків в Україну в останні роки? За якими критеріями вони оцінюються?
4. Які стратегії розвитку в'їзного туризму в Україну ви знаєте? Охарактеризуйте їх можливий вплив на формування рекреаційних районів.
5. Перерахуйте фактори, що впливають на розвиток в'їзного туризму.



### Рекомендована література

1. Ушаков Д.С. Технологии въездного туризма [Текст] / Д.С.Ушаков. - М.:МарТ; Ростов н/Д: МарТ, 2006. - 384с.
2. Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму (Методологія формування, механізм реалізації) [Текст] / В.К.Євдокименко. – Чернівці: Прут, 1995. – 288с.
3. Туризм в Україні [Текст]. – К.: Держкомстат, 2008. – 217 с.
4. Александрова А.Ю. Международный туризм [Текст] / А.Ю.Александрова. – М.: Аспект-Пресс, 2002. – 470 с.
5. Кифяк В.Д. Організація туристичної діяльності в Україні [Текст] / В.Д.Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
6. Остапчук В.В., Коваль П.Ф., Андрєєва Г.П. Історія туризму: Навч. посіб. [Текст]. – Ніжин: НДУ ім. Миколи Гоголя, 2008. – 143 с.
7. Романов А.А., Саакянц Р.Г. Географія туризму [Текст] / А.А.Романов, Р.Г.Саакянц. - М.: 2002.
8. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: Навч. посіб. [Текст] / В.К.Федорченко, Т.А.Дьорова. – К.: Вища школа, 2002. – 195 с.

## Розділ II

### МІЖНАРОДНЕ ТА ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ



*Членом яких міжнародних організацій є Україна?*

*Які міжнародні туристичні організації ви знаєте?*

*Що ви знаєте про Всесвітню туристичну організацію?*

*На які гілки поділяється влада в Україні?*

*Який головний законодавчий орган влади України?*

*Як називається головний виконавчий орган влади в Україні?*

*З функціонуванням яких галузей та сфер економіки пов'язаний туризм?*

#### 2.1. Міжнародна співпраця та організації в туризмі

Постійне розширення міжнародного туристичного обміну зумовило потребу його міжнародно-правової регламентації і створення спеціалізованих міжнародних туристичних організацій. Туристичні обміни пов'язані з перетинанням державних кордонів, а перебування туристів на території іноземної держави і переміщення по ній, з огляду на єдиний підхід, повинно регулювати міжнародне право.

Низка міжнародних договорів, конвенцій і декларацій міжнародних організацій формують основи міжнародно-правового регулювання системи туризму і міжнародних подорожей. Стаття 24 Загальної декларації прав людини, прийнята Генеральною Асамблеєю Організації Об'єднаних Націй 10 грудня 1948 р., проголошує: „Кожна людина має право на відпочинок і вільний час, включаючи розумне обмеження робочого часу і періодичні оплачувані відпустки". Стаття 12 „Міжнародного пакту про громадянські і політичні права", прийнятого 6 грудня 1966 р. Генеральною Асамблеєю ООН, закріплює право кожної людини вільно покидати будь-яку країну, враховуючи власну.

Із зростанням обсягів туризму і розширенням його географії, а також з розвитком засобів транспорту і включенням у маршрути декількох країн одночасно, до спрощення туристичних поїздок залучені регіональні організації, перш за все ті, що діють в Європі:

- Євро-Афро-Азіатська академія з туризму (АЄААТ);
- Європейська асоціація директорів готельних шкіл (ЄУХОФА);
- Європейська асоціація пішохідного туризму (ЄРА);
- Європейська асоціація рекреації й відпочинку (ЄЛРА);
- Європейська організація відпочинку (ЄЛО);
- Європейська організація з розвитку кінно-спортивного туризму (ОЄПТЕ);
- Європейська туристська комісія (ЄТК);
- Європейська федерація конгресних міст (ЄФКТ);
- Європейська федерація мотелів (ЄМФ);
- Європейські «супутники» (КЄ);
- Європейський інститут з вивчення та досліджень у сфері туризму (ІЄРЕТ);
- Європейський спілка працівників туризму (ЄУТО);
- Європейська спілка керівників асоціацій (АЄДА).

Важливо також враховувати взаємозв'язок міжнародних організацій в окремих технологічних циклах туристичної діяльності з відповідними регіональними (перевезення, розміщення, анімація тощо).

Наприклад, Міжнародна організація цивільної авіації (International Civil Aviation Organization - ІКАО) є основним міжнародним органом, що здійснює багатостороннє регулювання світового повітряного транспорту на міждержавному рівні. У той же час, регіональні міжурядові організації цивільної авіації вирішують проблеми повітряного транспорту відповідних регіонів і координують діяльність відповідних держав, а також авіакомпаній і аеропортів у цих регіонах. Координацію діяльності цих організацій здійснює ІКАО. Основними регіональними організаціями Європи є:

Європейська конференція цивільної авіації, ЄКАК (European Civil Aviation Conference, ECAC);

Європейська організація по безпеці аеронавігації, Євро-контроль;

Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA);

Міжнародна морська організація (ІМО);

Міжнародний клуб гідів (ІГК);

Міжнародна дорожньо-транспортна спілка (ІРУ);

Міжнародний комітет залізничного транспорту (СІТ);

Міжнародна спілка залізниць (ЮІК);

Міжнародна асоціація організаторів екскурсійних та туристичних програм (ІСТА);

Міжнародна готельна асоціація (МГА).

Усього, як зазначають В. Д. Уваров і К. Г. Борисов, вже на початку 90-х років функціонувало близько 200 міжнародних і регіональних організацій [1].

Розвиток міжнародного туризму стає усе актуальнішим. У таких умовах неминуче виникають проблеми і труднощі, пов'язані з перетинанням кордонів і виконанням прикордонних та інших туристичних формальностей. У цьому зв'язку особливо гостро постає питання про регулювання туризму в рамках не тільки окремо взятої країни і сусідніх з нею держав, а й світового співтовариства взагалі. Значну частину цієї роботи проводить Всесвітня туристична організація (ВТО або ЮНВТО) як основна міжурядова організація в галузі туризму. ВТО представляє інтереси майже 150 країн - дійсних членів; 5 територій - асоційованих членів, а також понад 400 членів, що приєдналися до цієї організації (членів Ділової Ради ВТО).

Датою „народження" ВТО вважають 2 січня 1975 р. (цього дня набули чинності її статутні норми і правила). ВТО утворилася в результаті реорганізації створеного 1925 р. Міжнародного Союзу Офіційних Туристичних Організацій (МСОТО). Статут ВТО - це міждержавний договір, ратифікований 51 державою, офіційні туристичні організації яких були членами МСОТО.

У 1977 р. ООН і ВТО уклали Угоду про взаємне співробітництво, причому, як випливає з тексту договору, „ООН визнає ВТО відповідальною за прийняття таких заходів, що можуть виявитися необхідними для розв'язання проблем у сфері туризму" [1].

Співробітництво ООН і ВТО здійснюється в галузі обміну відповідними рекомендаціями, інформацією і документами, проведення спільних консультацій і зустрічей, координації роботи, двостороннього представництва на засіданнях органів, співробітництва з питань статистики.

Згідно з п.1 ст.3 Статуту *основна мета ВТО* - „сприяти розвитку туризму для внесення вкладу в економічний розвиток, міжнародне взаєморозуміння, мир, процвітання, загальну повагу і дотримання прав людини й основних свобод для всіх людей незалежно від раси, статі, мови і релігії" [1].

*Напрями діяльності ВТО:*

- співробітництво з метою розвитку туризму – ВТО надає рекомендації і допомогу урядам з широкого кола питань, що стосуються туризму, включаючи генеральні плани і техніко-економічні обґрунтування, визначення потреби в інвестиціях і передачі технологій, а також маркетингу і просування туризму;
- розвиток людських ресурсів – ВТО має базову структуру для організації системи освіти і професійної підготовки в галузі туризму, короткострокові та заочні курси, а також розширену мережу центрів освіти і професійної підготовки;
- збереження довкілля – ВТО сприяє забезпеченню сталого розвитку туризму і вживанню практичних заходів для розв'язання екологічних проблем;
- забезпечення якості розвитку туризму – ВТО працює над усуненням бар'єрів на шляху розвитку туризму і стимулює лібералізацію торгівлі туристичними послугами, а також вживає заходів з охорони здоров'я туристів та їхньої безпеки;

- збір статистики, здійснення економічного аналізу і дослідження ринку – WTO є основним центром збору, аналізу і поширення даних з туризму у понад 180 країнах і територіях, постійно спостерігає й аналізує тенденції розвитку туризму у світі;
- забезпечення комунікацій і ведення документації – відділ WTO із зв'язків із пресою і комунікаціям діє як видавничий підрозділ, у центрі документації WTO зосереджена значна кількість джерел інформації і різноманітних даних у галузі туризму.

Важливими напрямками діяльності WTO також є спрощення туристичних обмінів і формальностей; визначення й узгодження законодавчого порядку регулювання туризму, у тому числі, у разі виникнення надзвичайних обставин (епідемій, стихійних лих тощо).

WTO - єдина міжурядова організація, відкрита для оперативного туристичного сектору (приватних турфірм). У її документах зазначено, що „WTO діє як важливий форум для зустрічей представників урядів і туристичної індустрії з метою обговорення і вирішення питань, що представляють взаємний інтерес”.

Отже, WTO, не будучи спеціалізованою установою ООН, має, однак, чинні угоди з цією найавторитетнішою міжнародною організацією і низкою її спеціалізованих установ. В її рамках було прийнято низку важливих документів стосовно розвитку міжнародного туризму. Так, перша сесія Генеральної асамблеї Всесвітньої туристичної організації схвалила у 1985 р. Хартію туризму.

*Хартія туризму* - це програмний документ, що виражає політичні і соціальні вимоги туристів. Хартія туризму включає Кодекс туриста – сукупність правил і норм поведіння туриста під час туристичної поїздки [2]. Хартія туризму урочисто проголосила право кожної людини на відпочинок і дозвілля, щорічну оплачувану відпустку і свободу подорожувати без обмежень. Як наслідок гарантування цього права, держави повинні розробити і проводити



політику, спрямовану на забезпечення гармонійного розвитку внутрішнього і міжнародного туризму, а також займатися організацією відпочинку на благо усіх, хто ними користується (ст.2 Хартії туризму) [2]. З цією метою державам варто розширювати співробітництво в області туризму як на двосторонній, так і на багатосторонній основі, використовуючи можливості Всесвітньої туристичної організації; приділяти особливу увагу молодіжному туризму, туризму людей похилого віку й осіб з фізичними вадами; захищати в інтересах дійсних і майбутніх поколінь туристичне середовище, що, включаючи людину, природу, суспільні відносини і культуру, є надбанням усього людства; сприяти доступу іноземних туристів до суспільних надбань відвідуваних місць, застосовуючи положення існуючих документів по спрощенню формальностей з урахуванням постійного зниження обмежень на подорожі (ст. 3 та 4 Хартії туризму) [2].

Кодекс туриста закріпив права й обов'язки іноземного туриста в країні відвідування.

**Права туриста.** При підготовці туриста до подорожі і під час її здійснення, включаючи транзит, турист має право на:

- необхідну і достовірну інформацію про правила в'їзду в країну (місця) тимчасового перебування і перебування там, про звичаї місцевого населення, релігійні обряди, святині, пам'ятники природи, історії, культури й інші об'єкти туристичного показу, що знаходяться під особливою охороною, стан навколишнього природного середовища;
- свободу пересування, вільний доступ до туристичних ресурсів з урахуванням прийнятих у країні (місці) тимчасового перебування обмежувальних заходів;
- забезпечення особистої безпеки, споживчих прав і цілості свого майна, безперешкодне одержання невідкладної медичної допомоги;
- відшкодування збитків і компенсацію моральної шкоди у випадку невиконання умов договору, роздрібної купівлі-продажу туристичного

продукту туроператором чи турагентом у порядку, установленому законодавством;

- сприяння органів влади (органів місцевого самоврядування) країни (місця) тимчасового перебування в одержанні правової та інших видів допомоги;
- безперешкодний доступ до засобів зв'язку.

**Обов'язки туриста.** Під час здійснення подорожі, включаючи транзит, турист зобов'язаний:

- дотримуватися законів країни (місця) тимчасового перебування, поважати її (його) соціальний устрій, звичаї, традиції, релігійні вірування;
- зберігати навколишнє природне середовище, дбайливо ставитися до пам'яток природи, історії і культури в країні (місці) тимчасового перебування;
- дотримуватися правил в'їзду в країну (місце) тимчасового перебування, виїзду з країни (місця) тимчасового перебування і перебування там, а також у країнах транзитного проїзду;
- дотримуватися під час подорожі правил особистої безпеки.

## **2.2. Державна політика в галузі в'їзного туризму**

Туристична галузь є специфічним і досить складним об'єктом державного управління. Аналіз, проведений Всесвітньою Туристичною Організацією, свідчить, що в більшості країн світу державна туристична політика впроваджується безпосередньо через центральні органи виконавчої влади - національні туристичні організації, інші інститути, а також опосередковано за допомогою правових важелів, підтримки туристичної інфраструктури і міжнародної політики.

Туризм як соціально-економічне явище все більше набирає всіх ознак самостійної галузі національної економіки. По-перше, його суб'єктами є досить

однорідні за призначенням і технологією виробництва товарів і послуг підприємства (туристичні бази, готелі, фірми, транспорт, зв'язок тощо). По-друге, поступово вдосконалюється система управління туризмом, логічним завершенням якої сьогодні є центральний орган виконавчої влади в галузі туризму України. І, по-третє, незважаючи на значну диверсифікацію, у туристичній індустрії створюється однорідна за цільовим призначенням продукція.

Визначаючи наявність значного рекреаційно-туристичного потенціалу в Україні та наявність усіх ознак самостійної галузі національної економіки, актуальною є постановка питання про необхідність вироблення чіткої державної політики у сфері туризму і впровадження дійових механізмів її реалізації. Як свідчить зарубіжний досвід, для отримання максимальної вигоди від в'їзного туризму кожна держава вдається до таких заходів і розробляє туристичну політику, яка є одним із видів соціально-економічної політики держави.

Таким чином, *туристична політика держави - це сукупність форм, методів та напрямків впливу держави на функціонування туристичної індустрії для досягнення конкретних цілей збереження та розвитку її соціально-економічного комплексу.*

До *основних напрямків туристичної політики України* належать:

- 1) захист прав подорожуючих;
- 2) захист інтересів виробників вітчизняного туристичного продукту;
- 3) всебічна підтримка внутрішнього та в'їзного туризму, що може проявлятися у формі:
  - а) прямих інвестицій у формування туристичної інфраструктури;
  - б) наукового та рекламно-інформаційного забезпечення просування національного туристичного продукту на світовому ринку;
  - в) податкових та митних пільг, стимулюючих надходження інвестицій.

*Пріоритетними напрямами державної політики в галузі в'їзного*

**туризму** мають бути:

- удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;
- забезпечення становлення в'їзного туризму як високорентабельної галузі економіки України, залучення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць;
- розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;
- створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання [3].

Реалізація державної політики в галузі в'їзного туризму здійснюється шляхом:

- визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;
- визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;
- спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;
- визначення основ безпеки туризму;
- нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);
- ліцензування в галузі туризму, стандартизації і сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу;
- встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;
- організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;
- визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та

підготовки кадрів у галузі туризму;

- участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму [4].

Державна туристична політика базується на відповідній стратегії і тактиці.

*Туристична стратегія - це розробка загальної концепції розвитку і цільових програм, для реалізації яких необхідний час і значні фінансові ресурси.*

*Туристична тактика - це конкретні дії і прийоми досягнення поставленої мети у конкретно визначених умовах.*

Основна мета розробки туристичної стратегії полягає у створенні сучасної високоефективної і конкурентоспроможної туристичної індустрії, яка забезпечить широкі можливості для обслуговування українських та зарубіжних громадян, а також значний вклад у розвиток економіки. Для практичної реалізації цієї цілі пропонується перелік заходів (туристична тактика), до яких можна віднести: створення нормативно-правової бази розвитку туризму, що відповідає міжнародній практиці; формування економічних механізмів стимулювання розвитку іноземного та внутрішнього туризму і залучення інвестицій у цю галузь; введення жорсткої системи сертифікації і ліцензування туристичної діяльності тощо.

Таким чином, кожна держава, яка розвиває туризм, намагається досягти від його функціонування максимальної економічної ефективності – отримання економічного ефекту від організації туристичної діяльності у масштабі держави, туристичного обслуговування населення регіону, виробничо-обслуговуючого функціонування туристичної індустрії.

### **2.3. Система органів управління розвитком в'їзного туризму в Україні**

*Державне регулювання в'їзного туризму - сукупність форм і методів цілеспрямованого впливу органів державної влади на розвиток туристичної галузі і створення умов для ефективної співпраці органів державної влади,*

***місцевого самоврядування та приватного сектора щодо розвитку туризму через різні механізми: адміністративні, організаційні, економічні, правові, екологічні тощо.***

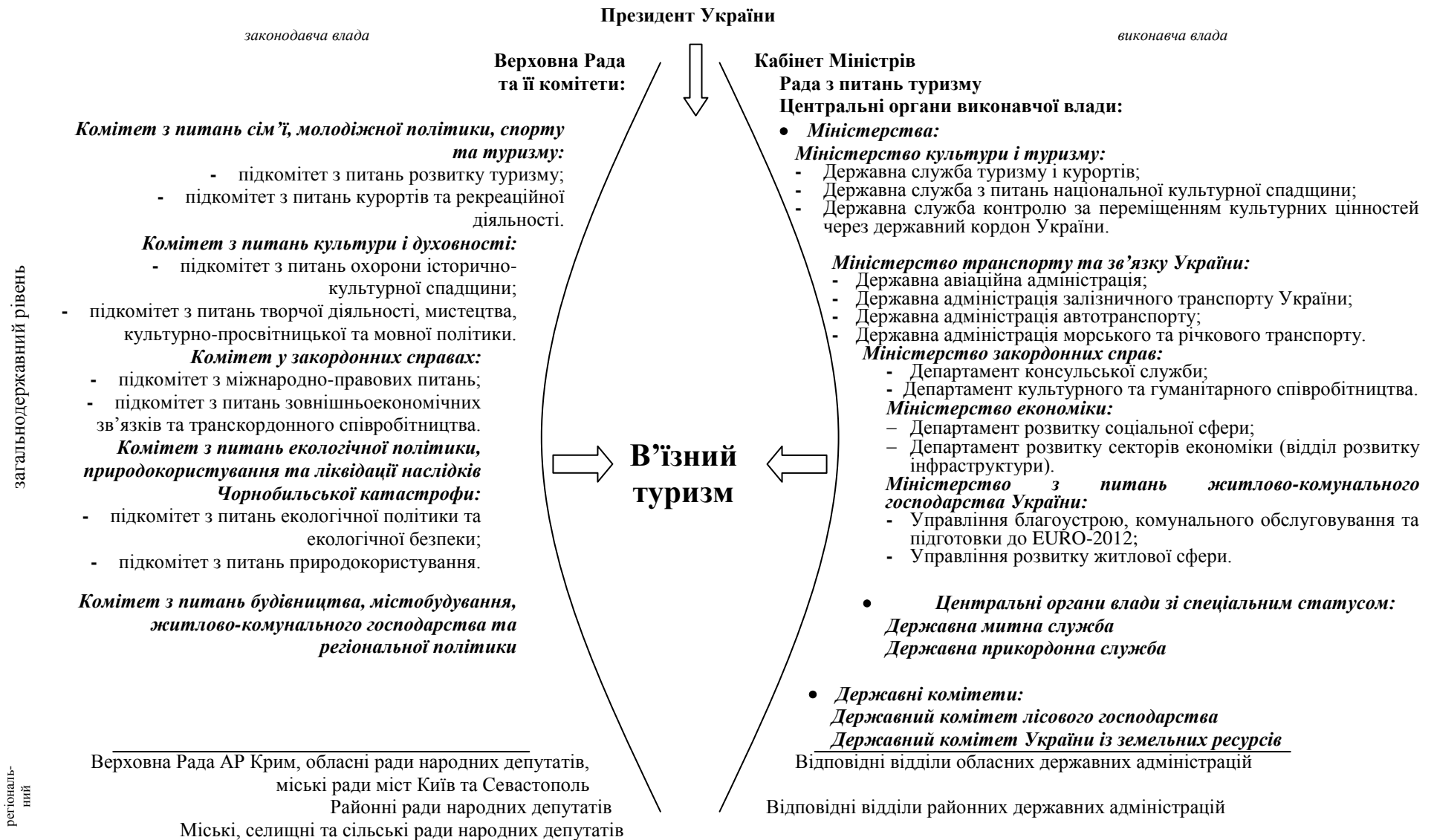
Регулювання розвитку туристичної індустрії на державному рівні необхідне з метою:

- збільшення валового національного доходу від рекреаційно-туристичної діяльності;
- захисту споживача туристичних послуг;
- організації рекреаційно-туристичної діяльності у цивілізованих рамках;
- збереження й охорони рекреаційно-туристичних ресурсів.

Основними ***цілями державного регулювання*** в галузі в'їзного туризму є:

- забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;
- безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;
- збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;
- створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності [4].

Регулювання в'їзного туризму в Україні здійснюється системою органів, що представляють майже всі гілки та рівні влади (рис. 2.1), причому, до цих процесів мають відношення не лише структури, що спеціалізуються на туризмі, але й інші, що обумовлено його специфікою.



Відповідно до законодавства, регулювання в галузі туризму, у тому числі, в'їзного, здійснюється Президентом України, Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади в галузі туризму, місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, а також іншими органами в межах їх компетенції.

Президент України як гарант дотримання прав і свобод людини і громадянина на основі та на виконання Конституції і законів України видає укази і розпорядження, які є обов'язковими до виконання на території України [5]. До виключних повноважень Верховної Ради України в галузі туризму належать визначення основних напрямів державної політики в сфері туризму, визначення правових засад регулювання відносин у галузі, їх удосконалення та адаптація до загальновизнаних норм міжнародного права, визначення в законі про Державний бюджет України обсягу фінансового забезпечення туристичної галузі. Над розробкою та удосконаленням законодавчої бази туризму, у тому числі і в'їзного, працюють відповідні комітети Верховної Ради та підкомітети у їх складі. До компетенції Кабінету Міністрів щодо регулювання туризму, у тому числі, в'їзного, відноситься загальне управління та реалізація державної політики в галузі туризму; розробка та затвердження програм його розвитку в Україні і їх фінансування відповідно до бюджетного законодавства. Окрім того, Кабінет Міністрів приймає нормативно-правові акти, що регулюють відносини в галузі туристичної діяльності; забезпечує раціональне використання туристичних ресурсів і вжиття заходів для їх збереження; визначає порядок організації рятувальних команд і порядок вжиття рятувальних заходів на випадок нещасних випадків; створює державну систему наукового забезпечення в галузі туристичної діяльності; здійснює міжнародне співробітництво в галузі туризму; вирішує інші питання, віднесені Конституцією та законами України до його повноважень [6].

З метою забезпечення комплексного підходу до вирішення питань управління розвитком туризму в Україні постановою Кабінету Міністрів від



12.08.2004р. була створена Рада з питань туризму, реорганізована з Національної ради по туризму [7].

Рада з питань туризму (далі – Рада) є координаційним органом з питань реалізації державної політики в галузі туризму та утворюється при Кабінеті Міністрів України.

Головою Ради є Віце-прем'єр-міністр України.

До складу Ради входять Голова Державної служби туризму та курортів (заступник голови Ради), заступник Міністра освіти і науки (заступник голови Ради), заступники Міністра аграрної політики, Міністра внутрішніх справ, Міністра економіки та з питань європейської інтеграції, Міністра закордонних справ, Міністра культури і мистецтв, Міністра охорони здоров'я, Міністра транспорту та зв'язку, Міністра фінансів, Міністра у справах сім'ї, дітей та молоді, Міністра з питань надзвичайних ситуацій, Міністра юстиції, Голови Держмитслужби, Голови Держкомнацміграції, Голови Адміністрації Держприкордонслужби, Голови Державної податкової адміністрації, Голови Держспоживстандарту, Голови Держпідприємництва, завідуючий Відділом виставкової діяльності та туризму Секретаріату Кабінету Міністрів України (секретар Ради), представники об'єднань суб'єктів туристичної діяльності та громадських організацій туристичного спрямування та інші особи за призначенням голови Ради.

У своїй діяльності Рада керується Конституцією і законами України, актами Президента України та Кабінету Міністрів України, міжнародними договорами.

*Основними завданнями Ради є:*

- координація діяльності центральних та місцевих органів виконавчої влади, пов'язаної з реалізацією державної політики в галузі туризму як одного з пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки;
- розгляд пропозицій щодо визначення перспективи і напрямів розвитку внутрішнього та міжнародного туризму;

- розроблення заходів, спрямованих на захист інтересів держави в галузі туризму;
- підготовка пропозицій щодо вдосконалення нормативно-правової бази, що регулює діяльність в галузі туризму;
- визначення перспективи створення розвинутої інфраструктури туризму, будівництва нових, реконструкції та модернізації діючих підприємств у галузі туризму;
- здійснення заходів щодо приведення у відповідність з міжнародними стандартами рівня обслуговування туристів у готелях, мотелях, кемпінгах, на туристичних підприємствах, в організаціях, на автомобільному транспорті, а також на міжнародних автомобільних дорогах України;
- попереднє визначення джерел фінансування програм розвитку туризму, підготовка пропозицій щодо залучення національних та іноземних інвестицій в розвиток туристичної галузі;
- підготовка пропозицій щодо створення сприятливого для розвитку туризму податкового, валютного, митного, прикордонного та візового режиму;
- вживання заходів щодо забезпечення безпеки туристів, захисту їх прав, інтересів та майна;
- подання пропозицій щодо розроблення та запровадження системи інформаційної, рекламної та видавничої діяльності з питань туризму, підготовки і відкриття нових туристичних маршрутів;
- підготовка пропозицій щодо формування загальнодержавних цільових програм;
- забезпечення виконання національних і регіональних програм з питань туризму, розробка пропозицій щодо розвитку туризму в регіонах;
- подання пропозицій щодо кадрового забезпечення галузі та створення з цією метою мережі навчальних закладів різного рівня акредитації з метою підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів для туристичних підприємств і організацій;

- вживання заходів до налагодження співробітництва в галузі туризму з іноземними державами та міжнародними організаціями.

*Рада має право:*

- одержувати від центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, туристичних підприємств і організацій незалежно від форми власності інформацію, документи і матеріали, необхідні для виконання покладених на неї завдань;
- утворювати тимчасові робочі групи з числа своїх членів і представників інших зацікавлених підприємств, установ та організацій, а також групи експертів, консультантів, учених і фахівців;
- заслуховувати інформацію керівників центральних та місцевих органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування з питань, що належать до її компетенції;
- залучати в установленому порядку керівників центральних та місцевих органів виконавчої влади, суб'єктів підприємницької діяльності, громадських організацій в галузі туризму, які не входять до складу Ради, до участі в її засіданнях [7].

Для реалізації державної політики в галузі туристичної індустрії і регулювання туристичної діяльності був створений центральний орган виконавчої влади в галузі туризму, який діє у складі Міністерства культури і туризму України і йому підпорядковується – Державна служба туризму і курортів. Служба є правонаступницею Державної туристичної адміністрації України. У її веденні усі питання, що стосуються розвитку туризму, у тому числі, і в'їзного, вирішення яких покладається на Міністерство. В структуру Державної служби туризму і курортів окрім відділів, що забезпечують її внутрішню організацію, входять Управління з правової та ліцензійної політики, туристичної політики та з питань підготовки до проведення чемпіонату EURO-2012 з футболу (оскільки це – питання надзвичайної ваги для подальшого розвитку туризму в Україні, формування її туристичного іміджу), а також

Управління фінансово-економічною та інвестиційною діяльністю (рис.2.2).



**Рис. 2.2. Структура Державної служби туризму і курортів України**

Центральний орган виконавчої влади в галузі туризму України узагальнює практику застосування законодавства з питань, що належать до її компетенції, розробляє пропозиції щодо вдосконалення цього законодавства та в установленому порядку вносить їх на розгляд Президентів України і Кабінету Міністрів України. У межах своїх повноважень організовує виконання актів законодавства та здійснює систематичний контроль за їх реалізацією.

*Основними завданнями центрального органу виконавчої влади в галузі в'їзного туризму України є:*

- організація та забезпечення реалізації державної політики в галузі в'їзного туризму, виконання законодавства в галузі в'їзного туризму;
- підготовка проектів нормативно-правових актів у галузі в'їзного туризму, розробка і затвердження нормативно-правових актів, узагальнення

зарубіжної та вітчизняної практики застосування законодавства в галузі в'їзного туризму, курортно-рекреаційної сфери, внесення пропозицій щодо його удосконалення;

- забезпечення реалізації програм розвитку в'їзного туризму в Україні;
- визначення перспектив і напрямів розвитку в'їзного туризму, розбудови матеріально-технічної бази туристичної галузі;
- розробка, укладання і виконання міжнародних договорів в галузі туристичної діяльності, представництво країни у міжнародних туристських організаціях і на міжнародних заходах щодо туризму;
- вживання заходів щодо розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;
- розробка пропозицій щодо збільшення надходжень до бюджету, забезпечення зростання потенціалу туристичних підприємств та обсягів реалізації вітчизняного туристичного продукту на зовнішньому ринку, змін умов оподаткування та валютного регулювання;
- вживання заходів щодо удосконалення зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств, забезпечення захисту їх інтересів на внутрішньому та зовнішньому ринках, участь у межах своєї компетенції в реалізації міжнародних програм розвитку туристично-рекреаційної сфери;
- внесення в установленому порядку пропозицій щодо спрощення порядку оформлення візових документів для туристів, митних, прикордонних та інших видів контролю;
- вживання в межах своїх повноважень заходів із забезпечення прав іноземних туристів в Україні та громадян України, які здійснюють туристичні подорожі за кордон;
- здійснення інформаційної, рекламної та видавничої діяльності з питань туризму, участь в організації та проведенні вітчизняних і міжнародних туристичних виставок, виставок-ярмарків, методичних і науково-практичних семінарів, конференцій, інших подібних заходів;

- участь в організації роботи з відкриття туристичних представництв за кордоном, вивчення та аналіз досвіду іноземних держав щодо розвитку туристичної індустрії;
- участь у вирішенні питань облаштування мережі міжнародних транспортних коридорів об'єктами туристичної інфраструктури, залучення інвестицій для розвитку туристичної індустрії;
- координація діяльності органів виконавчої влади, суб'єктів підприємницької діяльності, їх об'єднань, що здійснюють діяльність у галузі в'їзного туризму;
- організація та розвиток системи наукового, інформаційно-рекламного забезпечення туристично-рекреаційної сфери;
- комплексний аналіз і прогнозування розвитку туризму в Україні, замовлення наукових, маркетингових та інших аналітичних досліджень, пов'язаних з розвитком туризму;
- виконання інших функцій, необхідних для виконання покладених на неї завдань [6].

Центральний орган виконавчої влади в галузі туризму України щодо розвитку в'їзного туризму має право:

- представляти Кабінет Міністрів України за його дорученням у міжнародних організаціях та під час укладання міжнародних договорів України;
- залучати в установленому порядку спеціалістів центральних та місцевих органів виконавчої влади, підприємств, установ і організацій для розгляду питань, що належать до її компетенції;
- утворювати в разі потреби за погодженням з іншими заінтересованими центральними та місцевими органами виконавчої влади комісії, експертні та консультативні ради, робочі групи;
- одержувати в установленому законодавством порядку від центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування

інформацію, документи і матеріали, необхідні для виконання покладених на нього завдань [6].

Центральний орган виконавчої влади в галузі в'їзного туризму здійснює виконання покладених на нього завдань безпосередньо, а також через підприємства, об'єднання й організації з туризму, що перебувають у сфері управління цього органу. Реалізація широкого кола завдань Державної служби туризму і курортів щодо розвитку в'їзного туризму спирається на взаємодію з місцевими органами влади і проводиться через систему Генеральних агентств Центрального органу виконавчої влади в галузі туризму України, які створені у 23 обласних центрах України.

Крім того, державне управління розвитком в'їзного туризму здійснюють інші центральні органи виконавчої влади (Міністерство будівництва, архітектури та житлово-комунального господарства України, Міністерство економіки, Міністерство закордонних справ, Міністерство транспорту та зв'язку України, Державна митна служба та Державна прикордонна служба тощо). Ці органи в межах своїх повноважень:

- забезпечують реалізацію державної політики в галузі в'їзного туризму;
- здійснюють підготовку пропозицій щодо реалізації державної політики в галузі туризму;
- беруть участь у створенні організаційно-правових та економічних механізмів реалізації державної політики в галузі туризму.

Обласні і районні ради відповідно до їх повноважень затверджують регіональні програми розвитку туризму, у тому числі, і в'їзного, що фінансуються, відповідно, з обласних і районних бюджетів, контролюють фінансування регіональних програм розвитку туризму за кошти обласних і районних бюджетів.

Сільські, селищні, міські ради відповідно до їх повноважень затверджують місцеві програми розвитку туризму, у тому числі, в'їзного; визначають кошти місцевих бюджетів для фінансового забезпечення місцевих програм розвитку

туризму; доручають своїм виконавчим органам фінансування місцевих програм розвитку туризму за рахунок коштів місцевого бюджету; вживають заходів для стимулювання суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність з надання туристичних послуг.

Органами управління у сфері в'їзного туризму є також районні, обласні державні адміністрації, виконавчі органи місцевих рад. Відповідно до ст. 26 Закону України „Про місцеві державні адміністрації», ст. 44 Закону України „Про місцеве самоврядування в Україні» районні, обласні держадміністрації забезпечують розвиток туризму у відповідних районах та областях [8, 9]. Стаття 11 Закону України „Про туризм» застерігає за місцевими державними адміністраціями такі повноваження [10]:

- здійснення виконавчих та організаційно-розпорядчих функцій щодо організації і розвитку курортно-рекреаційної сфери і туризму;
- розробку проектів регіональних програм розвитку туризму та подання їх для затвердження, відповідно, обласним і районним радам;
- вжиття заходів щодо виконання регіональних програм розвитку туризму;
- сприяння туристичній діяльності у своєму регіоні і створенню сучасної туристичної інфраструктури;
- розроблення і впровадження заходів для захисту місцевих туристичних ресурсів;
- видачу дозволів на право здійснення туристичного супроводу;
- аналіз ринку туристичних послуг у межах адміністративно-територіальних одиниць, подання Міністерству культури та туризму України необхідних відомостей про розвиток туризму в адміністративно-територіальних одиницях;
- здійснення соціальної реклами туристичних ресурсів, утворення відповідних інформаційних центрів;



- участь у підготовці, перепідготовці і підвищенні кваліфікації кадрів у галузі туристичної діяльності, що фінансуються за рахунок коштів місцевого бюджету;
- надання суб'єктам туристичної діяльності методичної і консультативної допомоги щодо організації їх діяльності;
- залучення підприємств, установ і організацій, розташованих на підпорядкованій їм території, до розв'язання проблем розвитку туризму в регіонах;
- внесення у встановленому порядку до Міністерства культури і туризму України пропозицій про анулювання ліцензій, виданих туроператорам та турагентам.

Виконавчі органи місцевих рад в межах їх повноважень:

- розробляють проекти місцевих програм розвитку туризму і подають їх для затвердження відповідним місцевим радам;
- вживають заходів щодо виконання місцевих програм розвитку туризму;
- залучають на договірних засадах підприємства, установи і організації, розташовані на відповідній території, до розв'язання проблем розвитку місцевого туризму та підтримки туристичних ресурсів;
- організовують проведення інвентаризації туристичних ресурсів місцевого значення;
- сприяють охороні і збереженню туристичних ресурсів;
- залучають місцеве населення до туристичної діяльності, створюючи нові робочі місця;
- сприяють розвитку на відповідній території різних видів туризму [6].

Крім того, на регіональному рівні створено декілька великих акціонерних товариств та організацій з різним відомчим підпорядкуванням і формами власності, наприклад, Західноукраїнська туристична асоціація (ЗУТА), засновниками і членами якої є генеральні агентства туризму в Закарпатській, Волинській, Рівненській, Львівській, Івано-Франківській, Тернопільській,

Чернівецькій та Хмельницькій областях. Асоціація створена з метою об'єднання зусиль і ресурсів та координації дій з питань вироблення стратегії розвитку туризму в західному регіоні України.

Однією із найважливіших проблем розвитку туристичної галузі України є відсутність суттєвої державної підтримки місцевих ініціатив щодо розвитку туризму. Проте зарубіжний досвід свідчить, що максимального ефекту в цій справі можна досягти лише за умов співпраці органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських і професійних організацій та підприємницьких структур.

Проблематика державного регулювання в'їзного туризму полягає у визначенні основних тенденцій його розвитку та впровадженні відповідних кроків інтеграції України в міжнародний ринок туристичних послуг з урахуванням її реальних можливостей. Актуальними залишаються питання створення нормативно-правової бази державного регулювання в галузі в'їзного туризму, податкової політики, приватизації й акціонування, створення інвестиційних умов, що стимулюють приплив коштів в об'єкти туристичної індустрії на території України. Насамперед, це стосується готельних і курортно-лікувальних підприємств країни, які можна ефективно розвивати, створюючи нові робочі місця, популяризуючи культурні цінності, багатство флори і фауни, рекреаційний потенціал нашої країни.

Серед інших гострих проблем регулювання в'їзного туризму в Україні необхідно виділити недостатній рівень кадрового забезпечення управління туристичною галуззю за кількісними та якісними параметрами, а також підпорядкованість закладів розміщення, санаторно-курортних та рекреаційних закладів різним відомствам, що ускладнює стандартизацію туристичних послуг, підвищення їх якості та впровадження ефективних механізмів державного регулювання розвитку туристичної галузі.

Зазначимо, що способи та методи впливу, які використовуються сьогодні для регулювання туристичної галузі, далеко не завжди виявляються

адекватними сучасним умовам та тенденціям. Тому для зміни ситуації на краще необхідним є вдосконалення механізмів регулювання господарської діяльності з урахуванням досвіду країн з розвиненою туристичною індустрією, формування нових соціально-економічних підходів до стратегії розвитку національного туристичного комплексу і системи управління туристичними процесами як на державному, так і на регіональному рівнях.

Умовою ефективного розвитку в'їзного туризму є чіткий розподіл повноважень між центральними та регіональними галузевими органами влади, а також між органами виконавчої влади та місцевого самоврядування. Доцільним є делегування органам місцевого самоврядування повноважень щодо розвитку місцевого туризму: створення регіональних туристичних корпорацій, туристичних інформаційних центрів, розбудови інфраструктури, залучення інвестицій тощо. Ефективному здійсненню делегованих повноважень може сприяти створена на рівні центрального органу виконавчої влади в галузі туризму робоча група фахівців, що на основі нормативно-правової бази України з урахуванням зарубіжного досвіду розроблятиме конкретний план заходів для кожного окремого туристичного регіону та дасть змогу втілити його в життя.

Заходами щодо удосконалення системи регулювання розвитку туризму, у тому числі, і в'їзного, можуть також стати:

- створення служби обліку й охорони туристичних ресурсів, в компетенцію якої б входило складання карт туристичних ресурсів кожної області, оцінка їх у балах, визначення першочерговості їх освоєння, розробка системи заходів щодо охорони природних ресурсів і відновлення пам'яток культури;
- створення регіональних служб визначення попиту та реклами (особливості географічного положення, природних умов, унікальність культурної спадщини тощо зумовлюють необхідність визначення попиту і рекламування у кожному конкретному регіоні);

– вирішення питання підготовки управлінських кадрів в галузі туризму [11].

#### **2.4. Нормативно-правове регулювання в'їзного туризму**

Законодавство в галузі туризму носить комплексний характер. Тому до систематизації нормативно-правових актів в галузі туризму може бути застосовано декілька підходів. За юридичною силою нормативно-правових актів законодавство, що регулює туризм, представляє собою вертикальну ієрархічну систему, структура якої обумовлена структурою органів законодавчої та виконавчої влади, що мають нормотворчі повноваження з регулювання питань у сфері туризму. Відповідно до цього може бути виділено три рівні нормативно-правових актів: *конституційні, законодавчі та підзаконні*.

За предметом регулювання нормативно-правові акти України в сфері туризму можна поділити на *загальні й спеціальні*. Загальні характеризуються тим, що предмет їх регулювання досить широкий та охоплює як туристичні, так і інші суспільні відносини. Спеціальні - акти, які цілком присвячені питанням туризму.

За характером правового регулювання - на *матеріальні та процесуальні*. Нормативно-правові акти України в сфері туризму матеріального характеру - акти, що містять матеріальні норми права: встановлюють права й обов'язки, а також відповідальність учасників відповідних відносин. Джерела системи законодавства України про туризм процесуального характеру регулюють процесуальні відносини в сфері туризму: надання дозволів на право здійснення туристичного супроводу, ліцензування діяльності в сфері туризму, сертифікацію турпослуг, порядок в'їзду та виїзду громадян України, іноземних громадян та осіб без громадянства з метою туризму, захист прав і свобод людини та громадянина в сфері туризму тощо.

Поряд з цим, усю сукупність нормативно-правових актів з питань туризму можна об'єднати в чотири групи: Конституція України, законодавство України про туризм загальної дії, спеціальне законодавство України про туризм та міжнародно-правові акти в сфері туризму. До першої групи належить Конституція України, що є основою законодавства про туризм, норми якої регламентують найважливіші відносини в сфері туризму. Другу групу становить законодавство, яке регулює як туристичні, так і інші суспільні відносини, тобто так зване законодавство загальної дії, та створює умови для реалізації людиною і громадянином права на свободу пересування, відпочинок та інших суміжних прав і свобод у туристичних подорожах. До третьої групи віднесено спеціальне законодавство України про туризм, що охоплює Закон України "Про туризм", постанови Верховної Ради України з питань туризму, Укази Президента України та постанови Кабінету Міністрів України щодо туризму, відомчі акти державних компетентних органів з питань туризму. За роки існування туризму міжнародним співтовариством були напрацьовані принципи й норми, що регулюють питання у сфері туризму. Четверта група включає в себе міжнародні договори (двосторонні) України в сфері туризму; міжнародні конвенції, що регламентують порядок надання турпослуг, здійснення туристичних формальностей; рішення міжнародних недержавних організацій з питань туризму тощо [12].

Для регулювання в'їзного туризму особливе значення має дотримання міжнародно-правових актів в галузі туризму, якими керується більшість країн світу. Основними з них є [2]:

1. *Загальна декларація прав людини*, прийнята Генеральною Асамблеєю ООН у 1948р. В її преамбулі визначається, що цей документ – це "...завдання, до виконання якого повинні прагнути всі народи і всі держави з тим, щоб кожна людина і кожний орган суспільства завжди, маючи на увазі цю Декларацію, прагнули шляхом освіти сприяти поважанню цих прав і свобод і забезпеченню, шляхом національних і міжнародних прогресивних заходів, загального і

ефективного визнання і здійснення їх як серед народів держав-членів Організації [Об'єднаних Націй – Авт.], так і серед народів територій, що перебувають під їх юрисдикцією.”

2. *Статут Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО)*, прийнятий у Мехіко у 1970р. з приводу створення даної організації, основною метою якої є сприяння розвитку туризму для внеску в економічний розвиток, міжнародне взаєморозуміння, мир і процвітання, всезагальну повагу та дотримання прав людини та основних свобод для усіх людей не залежно від раси, статі, мови та релігії.

3. *Манільська декларація по світовому туризму*, прийнята Всесвітньою конференцією по туризму, яка проходила в Манілі (Філіппіни) з 27.09. по 10.10. 1980р. Документ визнає туризм як діяльність, що відіграє важливе значення в житті народів, одну з основних галузей світової економічної діяльності, позитивний та постійний фактор, що сприяє взаємному пізнанню і розумінню, одну з основ для досягнення більш високого рівня поваги і довіри між усіма народами світу. У зв'язку з цим у Декларації зазначено, що обов'язок суспільства – надавати своїм громадянам реальні, ефективні і недискримінаційні можливості доступу до туризму, а міжнародне співробітництво в області туризму повинно бути таким, при якому поважаються індивідуальні особливості народів та основні інтереси держав. Ці тези закладають принципи розвитку іноземного (в'їзного та виїзного) і внутрішнього туризму.

4. *Гаазька декларація по туризму*, котра була прийнята на міжпарламентській конференції в Гаазі, 14 квітня 1989р. Результатом її діяльності стало прийняття основних принципів, на яких повинен ґрунтуватись подальший розвиток туризму, до чого і були закликані парламенти, уряди, державні та приватні організації, асоціації та установи, що відповідають за туристичну діяльність, професіонали в галузі туризму, а також самі туристи. Сформульовані Декларацією принципи полягають в наступному:

- оскільки туризм став повсякденним явищем, усім урядам слід прагнути до зміцнення миру та безпеки на національному, регіональному та міжнародному рівнях, що є найважливішою умовою розвитку внутрішнього та міжнародного туризму;
- за умов реалізації різноманітних заходів, спрямованих на забезпечення належних умов для розвитку туризму, він може стати ефективним засобом сприяння соціально-економічного зростання усіх країн;
- основною умовою розвитку туризму є незіпсоване природне, культурне та людське оточуюче середовище;
- яскраво виражений гуманний характер туризму передбачає приділення уваги специфічним проблемам самих туристів, не зважаючи на те, резидентами якої країни вони є;
- право кожної людини на відпочинок і вільний час, право вільно подорожувати, що підлягає розумним обмеженням, повинно отримати загальне визнання;
- розвиток туризму вимагає спрощення процедури поїздок;
- обов'язковою умовою розвитку туризму є безпека і захист туристів, повага їх гідності;
- тероризм являє собою реальну загрозу туристам та їх пересуванням, а тому повинен переслідуватись і каратись без терміну давності;
- якість туризму залежить від якості послуг, що надаються, тому необхідно приділяти увагу забезпеченню галузі висококваліфікованими кадрами;
- туризм повинен плануватись державною владою на комплексній та послідовній основі, у зв'язку з чим необхідно розширяти права і обов'язки туристичних адміністрацій, створювати справжню туристичну політику, розвивати міжнародне співробітництво.

5. *Балійська декларація по туризму*, прийнята на Другому міжнародному форумі "Парламенти та місцеві органи влади – відповідальні за розробку туристичної політики", що відбувся на о.Балі (Індонезія ) у вересні 1996р. В

декларації вказано на основоположні принципи розробки туристичної політики, серед яких: націленість на підтримку добробуту місцевого населення та охорону довкілля; збалансованість інтересів туристів та місцевих громад; ретельне планування; збільшення доходів та поліпшення якості життя місцевого населення; паритетна участь в розвитку туризму центральної і регіональної влади, приватного сектору, місцевого населення, підтримка усіх ініціатив; поєднання принципів централізації та децентралізації; сприяння формуванню економічних зв'язків між країнами; тісне співробітництво між державними органами та приватним сектором.

6. *Сеульська декларація “Мир і туризм”*, прийнята на чотирнадцятій Генеральній асамблеї Всесвітньої туристичної організації в м.Сеул 27.09.2001р. проголошує практичні принципи, що сприяють встановленню миру у всьому світі на основі розвитку міжнародного туризму.

7. *Міжнародна готельна конвенція стосовно укладання контрактів власниками готелів та турагентами* від 15.06.1979 р. – регулює порядок перебігу даних процесів на міжнародному рівні, встановлюючи для членів міжнародних та національних готельних асоціацій та асоціацій туристичних агентств загальні правила.

8. *Директива ЄЕС від 13.05.1995* щодо підписання турагентом та клієнтом типового контракту.

9. “Розвиток туризму” - резолюція конференції ООН по міжнародному туризму і подорожам, яка пропонує урядам країн ряд заходів щодо удосконалення організації туризму, технічного співробітництва між країнами в цій сфері, контролю за діяльністю туристичних агентств, лібералізації питання стосовно надання іноземної валюти для подорожей, прав іноземних туристів, зниження міжнародних тарифів для усіх видів транспорту, забезпечення права вільного пересування, заохочення та сприяння подорожам з освітніми, науковими, культурними та спортивними цілями тощо.



Відкриття руху на регулярних міжнародних маршрутах регламентується двосторонніми урядовими угодами, а транзит через треті країни вимагає дозволу Комітету з транспорту при Європейській економічній комісії ООН (ЄЕК). Для спрощення договорів на міжнародні перевезення в рамках Женевської конвенції від 1 березня 1973 р. прийнята Конвенція про договір міжнародного автомобільного перевезення пасажирів і багажу. Подальші спрощення міжнародних перевезень зафіксовані Гаазькою (1989 р.) декларацією по туризму і Шенгенською угодою для членів Європейського союзу.

Організація туристських перевезень у рамках країн СНД регулюється постановою Міжпарламентської асамблеї держав - учасниць СНД "Про основні принципи співробітництва держав - учасниць СНД в області туризму" від 29 жовтня 1994 р. і іншими актами.

Відповідно до Європейської угоди про нерегулярні міжнародні перевезення пасажирів автобусами (АСОР), прийнятої у Дубліні 26 травня 1982 р., для нерегулярних міжнародних пасажирських перевезень у країнах Східної і Західної Європи використовується контрольний документ (листи поїздок), що повинен знаходитися на борту автобусу.

Вищевказані документи закладають основоположні принципи розвитку міжнародного туризму в країнах-членах міжнародних організацій. Керується ними у своїй законотворчій діяльності і Україна, для якої міжнародні договори та декларації становлять правову основу міжнародного співробітництва в галузі туризму.

Окрім того, базисом для поточного законодавства, у тому числі, в галузі туризму, виступає Конституція України. Усі закони та інші нормативні акти, що приймаються в нашій державі, мають впливати з Конституції та не суперечити їй.

Правову базу розвитку туризму країни, у тому числі, і в'їзного, закладено Законом України "Про туризм". Він є основоположним законодавчим актом,

що визначає загальні правові, організаційні, виховні та соціально-економічні засади реалізації державної політики в галузі туризму, всебічно регламентує туристичну діяльність в Україні, створює умови для стимулювання ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва, забезпечує оптимальний рівень державного регулювання процесу розвитку вітчизняного туризму. Законом України “Про туризм” в’їзний туризм, а також розширення міжнародного співробітництва та утвердження України на світовому туристичному ринку проголошуються одними з основних пріоритетних напрямів державної політики у цій сфері [10]. Закон декларує наміри щодо створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання, приведення законодавчої бази розвитку туризму у відповідність міжнародним стандартам.

Хоча Закон України «Про туризм» відповідає стандартам правового регулювання туризму в Європі, ряд експертів відмічає, що в ньому відсутні процедури і механізми його застосування у підзаконних нормативно-правових актах, розробки потребують норми щодо фінансових гарантій діяльності туроператорів і турагентів, статусу індивідуальних засобів розміщення, ліцензійних умов діяльності тощо. Водночас Закон регулює туристичну діяльність загалом, не враховуючи особливостей окремих її сфер (зокрема і в’їзного туризму). Є нагальна потреба розробки законів щодо розвитку окремих видів туризму, серед яких особливо актуальними є в’їзний та сільський.

Попри вказані недоліки Закон України “Про туризм” став правовим підґрунтям для розробки цілого комплексу нормативно-правових джерел, який складають закони України, Укази Президента України, постанови Кабінету Міністрів України та інші нормативно-правові акти, що регламентують конкретні аспекти туристичної діяльності. Відносини в галузі туризму регулюються адміністративним, цивільним, господарським, міжнародним та іншими галузями права.

До нормативно-правових актів загального характеру, що регулюють відносини в галузі туризму, можна віднести Закони України:

- “Про захист прав споживачів”, що є основою державного регулювання безпеки товарів і послуг з метою захисту людини, її майнового та природного середовища;
- “Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті”;
- “Про страхування”;
- “Про рекламу”;
- “Про державний кордон України”;
- “Про охорону навколишнього природного середовища”;
- “Про правовий статус іноземців”;
- “Про підприємництво”;
- “Про підприємства в Україні”;
- “Про охорону культурної спадщини”;

а також постанови Кабінету Міністрів України:

- “Про Правила в’їзду іноземців та осіб без громадянства в Україну, їх виїзду з України і транзитного проїзду через її територію”;
- “Про затвердження Правил оформлення іноземцям віз для в’їзду в Україну, виїзду з України та транзитного проїзду через її територію” та інші.

Майнові відносини в галузі туризму, засновані на рівності, автономії свободи і майновій самостійності їх учасників, регулюються Цивільним та Господарським кодексами України з урахуванням особливостей, встановлених Законом України “Про туризм”.

До норм спеціального законодавства, котрі регулюють туристичну діяльність в Україні, належать:

1. Закон України від 5.10.2000р. №2026-III “Про курорти”.
2. Указ Президента України від 10.08.1999р. № 973/99 “Про Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року”.
3. Указ Президента України від 21.09.1998р. № 1047/98 “Про день туризму”.

4. Указ Президента України від 02.03.2001р. № 127/2001 “Про підтримку розвитку туризму в Україні”.
5. Указ Президента України від 22.11.2001р. № 1132/2001 “Про реорганізацію державного комітету молодіжної політики, спорту і туризму України”.
6. Указ Президента України від 14.12.2001р. № 1213/2001 “Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму”.
7. Постанова Кабінету Міністрів України (далі ПКМУ) від 12.07.2005р. № 564 “Про утворення Державної служби туризму і курортів”.
8. ПКМУ від 21.12.2005р. № 1251 “Про затвердження Порядку організації виїзду дітей за кордон на відпочинок та оздоровлення”.
9. ПКМУ від 13.02.2006р. № 132 “Про затвердження Положення про Державну службу туризму і курортів”.
10. ПКМУ від 12.05.2004р. № 612 “Про затвердження Програми розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004-2010 роках”.
11. ПКМУ від 15.05.2003р. № 727 “Про затвердження Типових положень про управління (відділ) з питань туризму і курортів обласної, Київської та Севастопольської міської державної адміністрації та про відділ з питань туризму і курортів районної, районної у м.Києві та м.Севастополі державної адміністрації”.
12. ПКМУ від 29.01.2003р. № 133 “Про затвердження Програми розвитку Криму як цілорічного загальнодержавного та міжнародного курортно-рекреаційного і туристичного центру”.
13. ПКМУ від 29.04.2002р. № 583 “Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки”.
14. ПКМУ від 29.04.1999р. № 728 “Про заходи подальшого розвитку туризму”.

15. ПКМУ від 05.01.1998р. № 9 “Про Комплексну програму соціально-економічного розвитку Великої Ялти як курорту загальнодержавного значення”.
16. Наказ Державної туристичної адміністрації України від 06.06.2005р. № 50 “Про затвердження Порядку оформлення ваучера на надання туристичних послуг та його використання”.
17. Наказ Державної туристичної адміністрації України від 24.09.2004р. № 83 “Про затвердження Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцям туристичного супроводу”.
18. Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.05.2004р. № 379 “Про затвердження Положення про Всеукраїнську координаційно-методичну раду з питань розвитку дитячо-юнацького туризму, краєзнавства й екскурсій”.
19. Наказ Державної туристичної адміністрації України, Державного комітету статистики України від 12.11.2003р. № 142/394 “Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності”.
20. Наказ Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Державної туристичної адміністрації України від 14.11.2002р. №121/83 “Про затвердження Порядку контролю за додержанням ліцензійних умов провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності”.
21. Наказ Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Державного комітету молодіжної політики, спорту і туризму України від 17.01.2001р. № 7/62 “Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності”.
22. Наказ Міністерства освіти України від 06.04.1999р. № 96 “Про затвердження Правил проведення туристських подорожей з учнівською та

студентською молоддю України”.

23. Наказ Державного комітету України по туризму від 10.07.1996р. №33 “Про затвердження Положення про пошуково-рятувальні служби суб'єктів туристичної діяльності, що спеціалізуються на організації туристичних подорожей з використанням активних форм пересування туристів” та інші [10].

Подальший розвиток законодавчої бази розвитку туризму, зокрема, в'їзного, необхідно здійснювати на комплексній основі, брати до уваги всі аспекти законодавства, що стосуються інших секторів, таких як транспорт, зайнятість, охорона здоров'я, сільське господарство, зв'язок та ін.

Необхідним вважається також прийняття законів, які забезпечать ефективне функціонування галузі: “Кодексу туризму”, “Концепції розвитку українських курортів”, а також внесення окремих поправок до законів України “Про туризм”, “Про місцеве самоврядування” (щодо функцій органів місцевого самоврядування в галузі туризму) тощо.

## **2.5. Прикордонно-митний та візовий режим**

Особливості прикордонно-митного та візового режимів є надзвичайно важливим фактором розвитку в'їзного туризму, адже проходження митних процедур та дотримання інших формальностей є обов'язковими для тих, хто перетинає кордон і в'їжджає на територію іншої держави з будь-якою не забороненою законом метою, у тому числі, і туристичною. Від того, наскільки легко отримати візу, наскільки спрощені митні процедури для туристів, скільки часу вони тривають та інших обставин, пов'язаних з особливостями прикордонно-митного і візового режимів, залежить в певній мірі і кількість туристів, що прибувають в Україну та кількість країн, які вони представляють. Від цього ж залежать умови і швидкість роботи туроператорів.

Правове регулювання порядку в'їзду іноземців в Україну, перебування на її території та виїзду з неї регулюється законами України “Про державний кордон України” від 4 листопада 1991 р. № 1777-XII, “Про правовий статус іноземців” від 4 лютого 1994 р. № 3929-XII, а також відповідними постановами Кабінету Міністрів України та Митним кодексом України.

Згідно Закону України “Про державний кордон” останній визначається як *лінія і вертикальна поверхня, що проходить по цій лінії, які визначають межі території України - суші, вод, надр і повітряного простору*, а його захист є невід’ємною складовою забезпечення національної безпеки. Він провадиться шляхом організації ряду заходів політичного, організаційно-правового, дипломатичного, економічного, прикордонного, природоохоронного, санітарно-карантинного, екологічного, технічного характеру [13].

Ці заходи визначають порядок перетинання державного кордону, яке здійснюється на шляхах сполучення через державний кордон у пунктах пропуску. Їх перелік встановлюється Кабінетом міністрів України відповідно до законодавства України і міжнародних договорів України. *Пунктом пропуску через державний кордон України називається спеціально виділена територія на залізничних та автомобільних станціях, у морських і річкових портах, аеропортах (аеродромах) з комплексом будівель, споруд і технічних засобів, де здійснюються прикордонний, митний та інші види контролю і пропуск через державний кордон осіб, транспортних засобів, вантажів та іншого майна* [13]. Повітряні судна перетинають державний кордон України у спеціально виділених повітряних коридорах, а морські та річкові судна – в місцях, визначених відповідними законами, постановами та правилами.

Особи, транспортні засоби, вантажі та інше майно, що перетинають державний кордон України, в обов’язковому порядку підлягають прикордонному і митному контролю. У відповідних випадках здійснюється

санітарно-карантинний, ветеринарний, фітосанітарний контроль та контроль за вивезенням з території України культурних цінностей. Контроль організується і здійснюється у встановленому законодавством України порядку [13].

Пропуск осіб, які перетинають державний кордон України, здійснюється прикордонними військами України. Режим пропуску через державний кордон України визначається згідно з законодавством України компетентними органами за погодженням з прикордонними військами України. За порушення або спробу порушення прикордонного режиму або режиму в пунктах пропуску встановлюється кримінальна, адміністративна або інші види відповідальності.

Порядок в'їзду іноземних громадян в Україну, їх виїзд, а також транзитний проїзд регулюється "Правилами в'їзду іноземців в Україну, їх виїзду з України і транзитного проїзду через її територію", затвердженими постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 1995 р № 1074 [14]. Згідно цих правил в'їзд в Україну та виїзд з України іноземців може здійснюватися за паспортним документом і за наявності відповідної візи, якщо інший порядок перетинання кордону не встановлено законодавством України.

Громадяни держав, з якими Україною укладено міжнародні договори про взаємні безвізові поїздки, в'їжджають в Україну за дійсним паспортним документом. На 1 січня 2009 р. такі договори існують з Російською Федерацією, Білоруссю, Молдовою, Грузією та іншими країнами СНД. Громадяни Австрії, Бельгії, Болгарії, Ватикану, Великобританії, Греції, Данії, Естонії, Ірландії, Ісландії, Італії, Канади, Кіпру, Латвії, Литви, Ліхтенштейну, Люксембургу, Монако, Нідерландів, Німеччини, Норвегії, Польщі, Португалії, Румунії, Сан-Марино, Словаччини, Словенії, США, Угорщини, Фінляндії, Франції, Чехії, Швейцарії, Швеції, Японії теж можуть в'їжджати в Україну без віз, якщо термін їх перебування в Україні не перевищить 90 діб. Це надзвичайно сприятливий фактор розвитку в'їзного туризму, тим більше, що у списку – країни, які є найбільшими постачальниками туристів у світі.



Правила оформлення іноземцям віз для в'їзду в Україну, виїзду з України та транзитного проїзду через її територію затверджено постановою Кабінету Міністрів від 20 лютого 1999 р. № 227. Згідно цих Правил, *віза – це позначка у паспортному документі, що засвідчує право іноземця або особи без громадянства на в'їзд в Україну і транзитний проїзд через її територію* [15]. Візи залежно від мети поїздки поділяються на типи, що позначаються літерним кодом:

- 1.) дипломатична (Д);
- 2.) службова (С);
- 3.) ділова (Б);
- 4.) для працівників рятувальних служб (Л);
- 5.) студентська (О);
- 6.) для науковців (Н);
- 7.) для працівників засобів масової інформації (М);
- 8.) для представників гуманітарних місій (Г);
- 9.) для представників релігійних місій (Р);
- 10.) для в'їзду з метою культурного та спортивного обміну (К);
- 11.) для в'їзду з метою туризму (Т);
- 12.) приватна (П);
- 13.) імміграційна (ІМ);
- 14.) для обслуговуючого персоналу транспортних засобів міжнародного сполучення (ОП);
- 15.) транзитна (ТР).

У візовій кольоровій етикетці, що приклеюється на візову сторінку паспортного документа іноземця, зазначається термін, протягом якого іноземець або особа без громадянства може в'їхати та перебувати в Україні чи здійснити транзитний проїзд через її територію. Залежно від періоду дії візи поділяються на короткотермінові (до 6 місяців) та довготермінові (від 6 місяців до 5 років). Термін дії віз залежить від їх типу. Візи типу Д та М видаються на

весь період акредитації, термін дії віз типу “Б”, “Л”, “Н”, “Р”, “Т”, “К”, “ОП” – не більше 1 року, візи типу “Т” видаються на термін до 6 місяців.

В залежності від кратності використання та кількості осіб розрізняють разові, дворазові, багаторазові та колективні візи.

Для оформлення відповідного типу візи в дипломатичні представництва чи консульські установи України за кордоном подаються необхідні документи, що підтверджують характер поїздки. Так, для приватної візи це – запрошення встановленого зразка, для туристичної – документи, що підтверджують туристичний характер поїздки. У разі потреби працівник дипломатичного представництва чи консульської установи може затребувати інші документи, що уточнюють мету поїздки іноземця, або запросити його для додаткової співбесіди.

Підставами для відмови іноземцю або особі без громадянства в оформленні візи можуть бути [14, 15]:

- загроза інтересам безпеки держави або охорони громадського порядку;
- забезпечення охорони здоров'я, захисту прав і законних інтересів громадян України;
- подання для оформлення візових документів свідомо неправдивих відомостей або підроблених документів;
- несплата консульського збору за оформлення візи;
- відсутність страхового полісу встановленого законодавством України зразка;
- наявність фактів порушення законодавства України під час попереднього перебування на її території;
- невідповідність паспортного документа встановленому зразку;
- відсутність коштів на перебування в Україні;
- відсутність документів про обстеження на вірус імунодефіциту людини (у разі оформлення в'їзду в Україну на термін понад 3 місяці);

- некоректна поведінка під час звернення до дипломатичного представництва чи консульської установи України щодо оформлення візи, вияв неповаги до України тощо;
- якщо від дати попередньої відмови минуло менше 1 року.

У разі відмови в оформленні візи мотиви такого рішення заявникові можуть не пояснюватися.

Віза також може бути анульована під час проходження прикордонного контролю при в'їзді в Україну, якщо іноземець або особа без громадянства перебуває у списку осіб, яким, згідно законодавства України, заборонено в'їзд на її територію, або порушує порядок перетинання державного кордону, митні правила, санітарні норми або не виконує законних вимог посадових осіб, які здійснюють відповідний контроль у пункті пропуску через державний кордон.

Віза може бути анульована під час перебування іноземця на території України у разі виявлення факту подання ним під час оформлення візи свідомо неправдивих відомостей або підроблених документів чи визнання особи, згідно із законодавством України, небажаною для перебування в Україні.

При отриманні візи або проходженні іноземцями, для яких встановлено безвізовий режим перетинання кордону, паспортного контролю перевіряється наявність у них страхового полісу, який повинен визнаватися дійсним на території України. Окрім цього, іноземець, що тимчасово перебуває в Україні, повинен обов'язково придбати страховий поліс (сертифікат) Державної акціонерної страхової компанії "Укрінмедстрах", що гарантує оплату екстреної медичної допомоги. Такий порядок страхування іноземців було встановлено постановою Кабінету Міністрів України від 28 січня 1997 р. № 79 "Про затвердження порядку надання медичної допомоги іноземним громадянам, що тимчасово перебувають на території України" [16]. Перелік видів захворювань і станів іноземців, які потребують екстреної медичної допомоги, затверджено Наказом Міністерства охорони здоров'я України від 16 липня 1997 р. №225.

Згідно Закону України “Про правовий статус іноземців” іноземні громадяни мають ті ж права і свободи та виконують ті ж обов’язки, що і громадяни України, якщо інше не передбачено Конституцією [17]. Вони зобов’язані в порядку, що визначається Кабінетом міністрів України, зареєструвати свої національні паспорти або документи, які їх замінюють, і виїхати з України після закінчення відповідного терміну перебування. Паспортні документи туристів реєструються у пункті пропуску через державний кордон посадовою особою Державної прикордонної служби. Така реєстрація включає в себе проставлення в паспортному документі відмітки "В'їзд" ("Виїзд"), занесення відомостей про іноземця і його паспортних даних до відповідного реєстру. Туристи, що здійснюють круїз, звільняються від необхідності реєстрації паспортних документів [14].

При перетинанні державного кордону одночасно здійснюється і перетинання митного кордону України. Як правило, він збігається з державним кордоном, за винятком меж території спеціальних митних зон. Перетин митного кордону України супроводжується реалізацією дій, які в сукупності становлять сутність митної справи: переміщенням через митний кордон України товарів і транспортних засобів, проведенням процедури митного контролю та оформлення, справлянням податків і зборів, вживанням заходів, спрямованих на боротьбу з контрабандою та порушеннями митних правил. Виключну компетенцію у веденні митної справи мають органи Митної служби України. Її діяльність здійснюється на основі Митного кодексу (МК) України, затвердженого у листопаді 2002 р. [18].

Обов’язок турагента, який здійснює продаж туристичних путівок, та представників туроператора, які працюють в місцях надання туристам послуг, попередити туристів про предмети, ввіз/вивіз яких за межі держави заборонений або обмежений. Це допоможе уникнути багатьох проблем на кордоні, що можуть виникнути через незнання туристами митних правил країни, куди вони їдуть.

Згідно ст. 40 МК митному контролю підлягають усі товари і транспортні засоби, що переміщуються через митний кордон України. На основі міжнародних угод на митному кордоні України може проводитися спільний митний контроль разом з митними органами сусідніх держав. Порядок проведення митного контролю визначається Кабінетом Міністрів України у відповідності з нормами МК. Кабінетом Міністрів України визначаються також зони митного контролю, входити і заходити до яких можна лише з дозволу представників митних органів. Особливості пропуску і оподаткування товарів, що перетинають державний кордон, викладені у ст. 247-254 МК. Для товарів, що необхідні для особистого користування, передбачена спрощена схема переміщення. Наприклад, без мита можна ввезти або вивезти особистий одяг, засоби гігієни, особисті ювелірні прикраси, фото-, кіно-, радіо-, відеоапаратуру, портативний телевізор, спортивне спорядження, риболовні снасті, спорядження для підводного плавання, велосипеди, байдарки і т.ін.

Згідно ст. 250 МК оподаткуванню при вивезенні не підлягають товари:

- загальна вартість яких не перевищує 200 євро. Для підтвердження необхідно мати чеки, квитанції. За відсутності таких, оцінку здійснює сама митниця;
- предмети, які вивозяться або пересилаються у зв'язку з виїздом на постійне проживання;
- предмети, які входять у склад спадщини;
- товари, які були тимчасово вивезені із зобов'язанням повернення;
- предмети, отримані іноземцями у вигляді призів, нагород, за участь у змаганнях, конкурсах, фестивалях, що проводились на території України;
- предмети особистого користування;
- спиртні напої, тютюнові вироби та кава в обмеженій законом кількості.

При вивезенні необхідно мати дозвіл на:

- художні твори, культурні та історичні цінності (картини, скульптури і т.п.) – видається Міністерством культури і туризму України;

- товари та інші предмети, які підлягають ветеринарному, екологічному, санітарному або фітосанітарному контролю – пропускаються після проведення такого контролю відповідними службами.

Забороняється вивіз:

- предметів і товарів, на які встановлено державні дотації, окрім предметів особистого користування;
- предметів і товарів промислового призначення;
- дорогоцінних металів і каміння, виробів з них, культурних цінностей з метою відчуження;
- сильнодіючих отруйних, радіоактивних, вибухонебезпечних речовин, які можуть завдати шкоди здоров'ю або загрожувати життю населення та тваринного світу;
- анульованих цінних паперів.

Згідно митних правил, затверджених Верховною Радою України у 1996 р., валюта України пропускається через кордон за умови подання митних декларацій на вивезення цієї валюти з України. В інших випадках валюта України вилучається і передається у власність держави.

На території України діють певні правила щодо ввезення іноземної валюти. Сума до 10000 доларів США або еквівалент цієї суми в іншій іноземній валюті, перерахованої по курсу, встановленому Національним банком України, може ввозитись без документів, що підтверджують джерела походження цієї валюти. На ввезення суми від 10000 до 50000 доларів США або еквіваленту цієї суми в іншій іноземній валюті, враховуючи платіжні документи і подорожні чеки, іноземці (нерезиденти) повинні подати митні документи і заяву на ввезення валюти готівкою із зазначенням мети ввезення. На ввезення валюти в сумі, яка перевищує 50000 доларів США, потрібен спеціальний дозвіл Національного банку України.

Вивезення за межі України валюти України, іноземної валюти, цінних паперів регулюється такими правилами:

- нерезиденти України можуть вивезти валюту України, задекларовану в сумі до 85 грн.;
- без задекларування можна вивезти іноземну валюту в сумі до 3000 дол. США чи еквівалент цієї суми в іншій іноземній валюті на одну особу незалежно від віку;
- безперешкодно пропускається валюта, яка була раніше ввезена в Україну (впродовж 1 року), що підтверджується належним чином оформленою митною декларацією.

Для здійснення митного контролю туристи надають митну декларацію встановленого зразка. При проїзді автотранспортом надається також технічний паспорт, путівка, ліцензія, дозвіл і т.д.

Згідно ст. 55 МК з метою перевірки законності перетинання держкордону товарів і транспортних засобів митний орган має право на проведення їх огляду. Ця процедура може бути проведена за рішенням керівника митного органу або його заступника і обов'язково в присутності їх власника.

На підставі ст. 56 МК, якщо є причина вважати, що в ручній поклажі або в багажі туриста, що перетинає державний кордон, перевозяться товари і речі незадекларовані або заборонені, то митниця має право здійснити огляд, а у випадку необхідності – і перегляд ручної поклажі і багажу та їх розпакування у присутності власника.

Згідно ст. 56 МК за письмовою постановою митного органу може бути проведена виключна форма митного контролю – особистий огляд, якщо є підстави вважати, що громадянин, котрий перетинає кордон, переховує предмети контрабанди або товари, які перевозяться з порушенням або заборонені для перевезення. Перед початком такого огляду посадова особа митниці повинна подати громадянину письмову постанову керівника митниці або його заступника, ознайомити громадянина з його правами та обов'язками під час проведення такого огляду і запропонувати добровільно віддати приховані речі або товари. Особистий огляд проводиться в ізолюваному

приміщенні, яке відповідає санітарно-гігієнічним вимогам, посадовою особою митниці однієї статі з тим, кого оглядають, і в присутності не менше ніж двох понятих такої ж статі. Понятими запрошуються особи, не зацікавлені в результатах огляду, ними не можуть бути родичі того, кого оглядають, або працівниками митниці. Доступ інших осіб в приміщення, де проводиться огляд, виключається. Обстеження органів тіла громадянина, що оглядається, проводиться лише медичними працівниками. Після проведення особистого обстеження складається протокол встановленої форми, який підписується посадовою особою митниці, яка проводила огляд, понятими, що були присутні при цьому, а у випадку обстеження медичним працівником – також цим працівником. Громадянин, який проходив огляд, має право зробити письмову заяву в такому протоколі. Копія протоколу видається тому, кого оглядали.

Для здійснення митного контролю в порядку, встановленому законодавством України, можуть бути використані технічні і спеціальні засоби, безпечні для життя і здоров'я громадян, тварин і рослин, і які не можуть завдати шкоди товарам або транспортним засобам. Може також застосовуватись спрощений митний контроль для тих громадян, у т.ч. туристів, які провозять товари або речі, що не підлягають декларуванню і оподаткуванню, і які не відносяться до заборонених чи обмежених для перевезення через кордон. Цей вид контролю застосовується, як правило, там, де обладнані зони (коридори) спрощеного митного контролю. Громадяни, які проходять через ці “зелені” коридори, звільняються від представлення митної декларації. Але це не означає звільнення їх від обов'язкового виконання порядку переміщення товарів і речей через митний кордон України. Предмети, валюта і цінності, що підлягають декларуванню, але не були вказані в декларації, а знайдені під час митного контролю, вважаються контрабандою. Те ж стосується предметів, не задекларованих усно.

За порушення митних правил ст. 322 МК передбачено такі покарання:

- попередження;



- штраф (в залежності від виду порушення) до 1000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;
- конфіскація товарів і транспортних засобів пересування.

Ст. 88 Кодексу України “Про адміністративні порушення” передбачає відповідальність громадян (штраф від п’яти до десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян) за незаконне вивезення з України або ввезення на її територію об’єктів тваринного або рослинного світу, у тому числі, зоологічних і ботанічних колекцій, видів тварин і рослин, занесених до Червоної книги України.

Правила переміщення речей, товарів, валюти через державний кордон України можуть змінюватись, як і в інших країнах, в залежності від економічної ситуації в країні.

Іноземці, які тимчасово перебувають в Україні, можуть проживати в готелях або в інших місцях. Приймати іноземців можуть зареєстровані в установленому порядку українські, спільні чи іноземні підприємства, установи й організації, а також фізичні особи, які постійно або тимчасово проживають в Україні. Юридичні і фізичні особи, які приймають іноземців, забезпечують роз’яснення їм прав, свобод і обов’язків, передбачених законодавством України, ведуть відповідний облік цих осіб, а також несуть відповідальність за своєчасне оформлення документів на право їх перебування на території і виїзд з України після закінчення визначеного терміну їх перебування. У разі, коли іноземець та особа без громадянства прибув на запрошення однієї організації, інша організація за письмовим дозволом тієї установи, де зареєстрований паспортний документ іноземця (органів внутрішніх справ або Міністерства закордонних справ), має право приймати іноземця в Україні по своїй лінії, при цьому вона виконує стосовно до нього ці ж обов’язки і несе відповідальність. При цьому туроператорам та іншим організаціям, що надають послуги туризму, треба мати на увазі, що згідно “Правил в’їзду іноземців в Україну, їх виїзду з

України і транзитного проїзду через її територію” юридичні і фізичні особи не мають права приймати іноземців та осіб без громадянства, які незаконно в'їхали в Україну, втратили підстави для подальшого перебування в Україні або пред'явили документи, оформлені з порушенням цих Правил, та надавати їм послуги [14].

Під час перебування іноземця на території України з ним можуть статися неприємні події, наслідком яких є втрата документів, що підтверджують його право на перебування в Україні. Обов'язком приймаючої сторони є пояснити іноземцеві порядок дій в такій ситуації та допомогти йому негайно письмово повідомити органи внутрішніх справ про цей факт. Останні на прохання іноземця зобов'язані видати йому про це довідку та надіслати відповідне повідомлення в Держкомкордон. Після отримання у дипломатичному представництві чи консульській установі своєї країни паспортного документа на підставі особистої заяви іноземця та клопотання приймаючої сторони, органом внутрішніх справ вирішується питання про продовження терміну його перебування в Україні чи виїзду з неї.

За порушення іноземцями встановленого порядку перебування в Україні і транзитного проїзду через її територію до них застосовуються санкції відповідно до законодавства України.

## **2.6. Стимулювання розвитку в'їзного туризму на регіональному рівні**

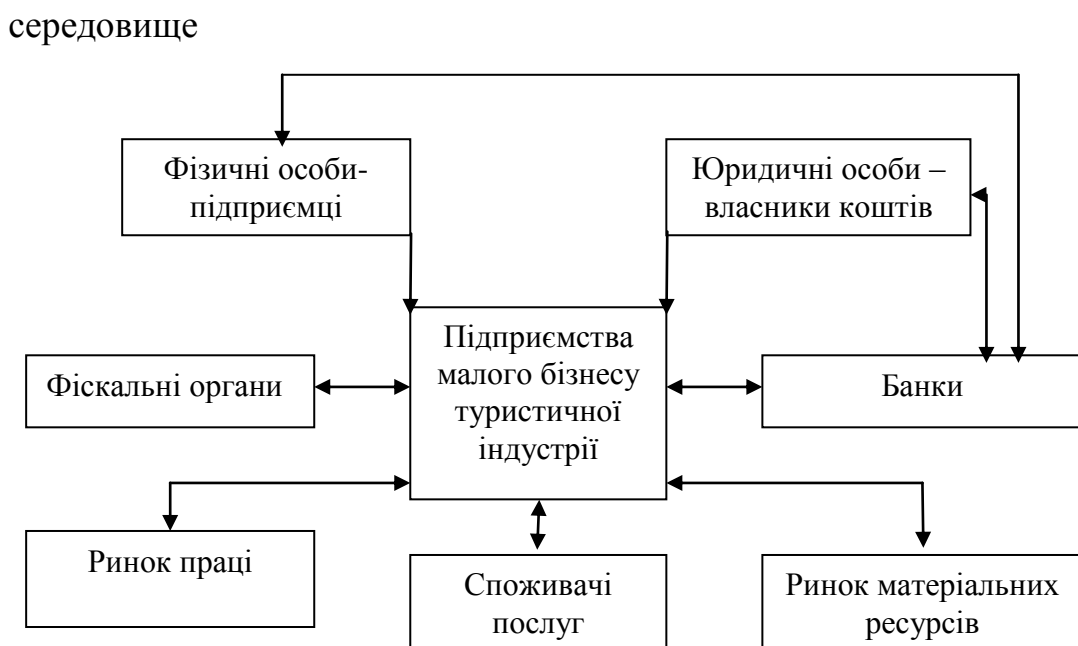
До просування регіонального турпродукту на міжнародному ринку необхідно підходити з такою ж ретельною підготовкою, з якою найбільші компанії представляють новий продукт на ринку. Крім того, грамотно проведений маркетинг вимагає серйозного підходу до планування. Це означає систематичний розгляд принципів питань і проблем, які можуть виникнути

при формуванні нового продукту, а також розробку серії альтернативних заходів, використовуваних при виникненні непередбачених ситуацій.

Особливістю функціонування сфери туризму в Україні, насамперед, на регіональному рівні, є те, що основну питому вагу серед працюючих в цій галузі підприємств складають малі підприємства.

Туристичну індустрію доцільно розглядати як відкриту регіональну соціально-економічну систему, що характеризується взаємодією із зовнішнім середовищем, має властивість пристосовуватись до змін у зовнішньому середовищі. Функціонування відкритої системи в оточуючому середовищі характеризується ступенем її пристосованості до цього середовища, який відбивається у зв'язках системи і середовища. Ступінь пристосованості називається узгодженістю системи з середовищем. Особливо велику роль відіграє узгодженість соціально-економічних систем.

Структурованість зовнішнього середовища системи функціонування туристичної індустрії на регіональному рівні можна представити у вигляді схеми (рис. 2.3).

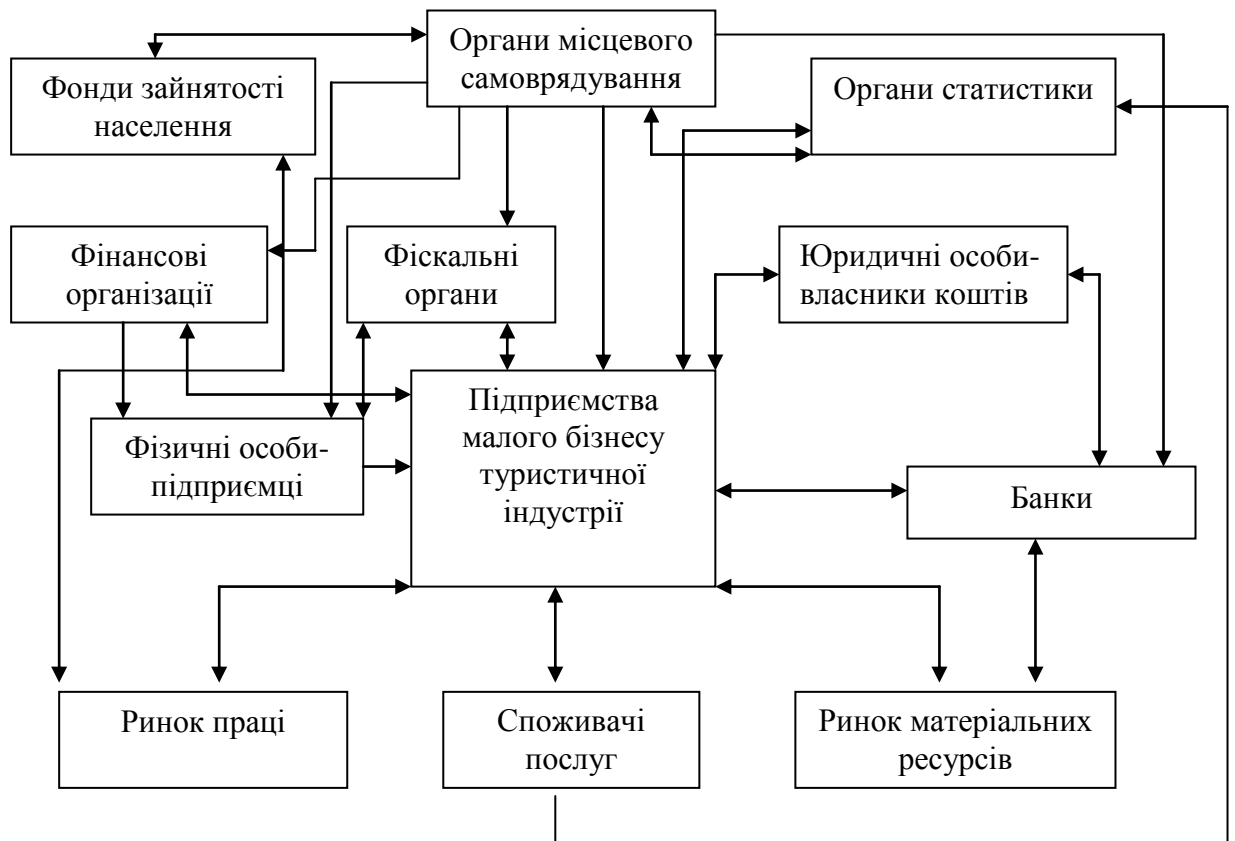


**Рис. 2.3. Система функціонування туристичної індустрії на регіональному рівні**

На наш погляд, доцільним є створення системи функціонування туристичної індустрії з управлінням, схема якої зображена на рисунку 2.4.

Керуючою системою по відношенню до регіональної системи функціонування туристичної індустрії є органи місцевого самоврядування. Керуюча система здійснює управління за допомогою системи підтримки прийняття управлінських рішень. Інформаційне забезпечення керуючої системи здійснюють підсистеми другого рівня: органи статистики, фіскальні органи, фонди зайнятості населення.

середовище



**Рис. 2.4. Запропонована схема системи функціонування туристичної індустрії на регіональному рівні**

Дослідження системи функціонування туристичної індустрії на рівні регіону повинно бути покладено на органи місцевого самоврядування, оскільки

вони мають найбільший обсяг інформації, а також можуть впливати на процес отримання необхідної інформації через інші державні органи.

У відповідності із Законом України „Про місцеве самоврядування в Україні” органи місцевого самоврядування мають право вносити пропозиції про передачу або продаж у комунальну власність об’єктів, що належать до державної та інших форм власності, якщо вони мають особливо важливе значення для забезпечення комунально-побутових і соціально-культурних потреб населення даної території, передавати об’єкти комунальної власності у тимчасове або постійне користування, оренду, а також перерозподіляти об’єкти комунального господарства на договірній та конкурсній основі між власними підприємствами. Також до повноважень місцевого самоврядування належить:

- прийняття рішень про організацію територій і об’єктів природно-заповідного фонду місцевого значення та інших територій, що підлягають особливій охороні;
- внесення пропозицій до відповідних державних органів щодо оголошення природних та інших об’єктів, що мають екологічну, історичну, культурну або наукову цінність, пам’ятками природи, історії або культури, які охороняються законом;
- надання відповідно до законодавства згоди на розміщення на території села, селища, міста нових об’єктів, сфера екологічного впливу діяльності яких згідно з діючими нормативами включає відповідну територію [9].

Органи місцевого самоврядування мають право користуватись кредитами на соціальні та виробничі цілі, утворювати цільові фонди та використовувати їх для фінансування цільових програм та вирішення питань місцевого життя.

Органи статистики забезпечують керуючу систему інформацією стосовно відвідувань регіону туристами та їх витрат під час таких відвідувань.

Фонди зайнятості інформують керуючу систему щодо наявності спеціалістів відповідної кваліфікації для забезпечення туристичної галузі трудовими ресурсами.

Стимулювання в'їзного туризму може здійснюватись керуючою системою у декілька способів в залежності від того, скільки існує діючих міжнародних програм:

- може бути створений спеціальний відділ з міжнародного туризму, який підпорядковується безпосередньо меру міста;
- функція стимулювання в'їзного туризму може бути покладена на відділ економічного розвитку;
- може бути прийнято рішення доручити це завдання або зацікавити в його виконанні окремий автономний суб'єкт, наприклад, керівництво аеропорту або морського порту, будь-яку організацію приватного сектора, наприклад, асоціацію готелів;
- можливо залучити до цієї діяльності за умови фінансування та без нього місцеві приватні торгові організації, пов'язані з туризмом.

Якщо в місцевій економіці регіону домінує одна туристична компанія, можливо, вона погодиться взяти на себе значну частину витрат зі стимулювання туризму для всієї громади, але в інтересах свого власного бізнесу. Створення нових підприємств може здійснюватись як самою керуючою системою, тобто регіональною владою, так і шляхом стимулювання розвитку вже існуючих малих підприємств, що працюють у цій галузі.

Для втілення програми стимулювання в'їзного туризму *на першому етапі* керуючій системі необхідно ухвалити рішення про те, *яку визначну пам'ятку продаватимуть* потенційним іноземним відвідувачам. Завданням малих підприємств є визначення, що саме – готельні, ресторани, розважальні або інші види послуг для туристів – вони надаватимуть. Це є найважчим завданням, пов'язаним з розвитком в'їзного туризму. Без його вирішення практично неможливо реалізувати будь-які інші елементи плану міжнародного маркетингу або сподіватись на отримання доходів від в'їзного туризму. Бажано послідовно дотримуватися продажу якого-небудь одного продукту протягом тривалого періоду часу, щонайменше 3 роки.

В процесі ухвалення рішення про вибір послуг або об'єктів, з якими асоціюватиметься регіон, місто або інша територіально-адміністративна одиниця, необхідно просто підкреслити те, що, з точки зору підприємства, воно робить краще за інших.

В'їзний туризм – жорсткий, конкурентний бізнес, який потребує відповідного управління. Тут можуть виникнути протиріччя між місцевими радами та підприємствами щодо використання тих чи інших об'єктів в рекламних цілях, оскільки ці об'єкти можуть належати як державі та місцевій громаді (природні ресурси, пам'ятки архітектури і т. ін.), так і приватному сектору (готелі, ресторани, розважальні комплекси). Однак, необхідно пам'ятати, що будь-який об'єкт, що приваблює туристів, приносить прибутки як приватному сектору, так і місцевій громаді у вигляді надходження податків у державний та місцеві бюджети, додаткових робочих місць, заробітної плати, розвитку інфраструктури, в решті-решт, призводить до пожвавлення економіки. Тому підходи до управління туристичною сферою як до некомерційного муніципального підприємства або управління тими, хто може бути в неї залучений, відповідно до якоїсь відсталої державної доктрини справедливості або зрівнялівки приречені з самого початку.

Вибір туристичного об'єкту для стимулювання на міжнародному ринку завжди більше залежить від бажань і фінансових можливостей іноземних туристів, чим від поглядів місцевих підприємців або органів управління туризмом, іншими словами, характер попиту визначає пропозицію.

Рішення про те, що повинно просуватися на ринку міжнародного туризму, може охоплювати широкий перелік туристичних продуктів. Їх необхідно розглядати і подавати як єдиний продукт. Зазвичай, довгі списки визначних пам'яток заплутують іноземців, особливо, якщо різні регіони дають майже одну і ту саму інформацію. Туристичний продукт повинен бути зрозумілим і настільки очевидним, наскільки дозволяє ситуація. Наприклад, поле битви часів громадянської війни, представляючи величезний інтерес для деяких українців,

може бути недостатньо привабливим для іноземних туристів. З тієї ж причини деякі спеціалізовані продукти (сірководневі ванни, археологічні печери або спеціалізовані музеї) можуть вважатися основним туристичним продуктом громади, якщо вона вирішить відмовитися від формування масового туристського потоку на користь зосередження уваги на специфічних групах туристів незалежно від того, звідки вони.

Наскільки це можливо, туристичний продукт повинен достовірно відображати стан визначної пам'ятки або іншого туристичного об'єкту. Якщо достоїнства туристичного об'єкту перебільшені, або він здасться іноземцеві нецікавим, звістка про це швидко розповсюдиться, і туристський потік, ймовірно, вичерпається.

Одна і та ж громада або компанія можуть виходити на міжнародний ринок з різними туристичними продуктами для різних континентів. Таким чином, рішення про те, що повинно продаватися європейцям, зовсім не обов'язково впливатиме на рішення про специфіку продажів в США або Японії.

Між тим, продукти, які не увійшли до списку кращих при відборі для міжнародних туристських продажів, зовсім не обов'язково повинні бути забуті. Ці туристичні продукти можуть бути запропоновані туристам після того, як вони прибудуть в регіон, або зберігатися в резерві для подальших зарубіжних маркетингових кампаній.

Вибір продукту, зроблений на початку формування міжнародної програми розвитку туризму, може певний час розглядатися як тимчасовий. На подальших етапах реалізації програми стане ясно, яким чином спочатку обраний продукт може бути відшліфований, покращений і вдосконалений для того, щоб гарантувати задоволення інтересів і потреб нових потоків іноземних туристів.

У разі, якщо міжнародна популярність міста або його визначних пам'яток недостатня на міжнародному туристичному ринку, це вимагає від громади та підприємств туристичної сфери формування нових послуг або інфраструктури, що є могутнім стимулом для приїзду іноземних мандрівників. Це можуть бути:



- пляжі, алеї, природні багатства, а також інші природні особливості регіону або туристичного об'єкту;
- особлива атмосфера, що виникає завдяки відомим історичним фактам;
- сприятливі умови для спорту або особливі лікувальні ресурси, виявлені поблизу;
- ресторан, відомий за переказами готель або яка-небудь незвичайна рукотворна споруда;
- переважаюча сільськогосподарська продукція, відоме промислове підприємство або важлива корпоративна будівля;
- чуйне ставлення до людей з фізичними вадами і толерантність до людей з нетрадиційною сексуальною орієнтацією.

Не зважаючи на те, що просування на міжнародному ринку будь-якої з цих особливостей для залучення тих, хто нею цікавиться, може здаватися важкою і дорогою справою, слід пам'ятати, що більшість мандрівників, що мають особливі інтереси, мають у своєму розпорядженні значні вільні доходи і підключені до спеціальних інформаційних мереж і дистрибуторних систем. Наприклад, 6000 організаторів нарад і конференцій пов'язані з компаніями, контролюючими об'єми щорічних туристських витрат у розмірі 12 млрд. дол.; 140 американських туроператорів, що спеціалізуються на екологічному і пригодницькому туризмі, добре знайомі з тими, хто захоплюється цими видами відпочинку [11].

На наступному етапі необхідно здійснити інвентаризацію туристичних ресурсів регіону та видати каталог. Видання каталогу, на наш погляд, має бути профінансовано коштами місцевої громади, однак, не виключається можливість спонсорської допомоги підприємств, зацікавлених у просуванні свого продукту на міжнародному туристичному ринку.

Формування переліку ресурсів повинно включати максимальний перелік послуг, що надаються на даний момент, а також тих, які плануються протягом найближчих трьох років.

Серед даних, які слід внести до каталогу для потенційних іноземних відвідувачів, повинні бути наступні:

- визначні пам'ятки регіону – особливі або примітні природні, історичні і рукотворні об'єкти;
- авіа, залізничне і автобусне сполучення з відстанню від найближчого міжнародного аеропорту і/або крупного міста;
- загальна кількість і тип готельних номерів і інших видів засобів розміщення, що є в наявності в самому регіоні або поблизу, з вказівкою характерних особливостей рекламованих місць відвідин (супутникове телебачення, кращі кіноканали, басейн, тенісні корти, тренажерний зал і т.п.);
- середній ціновий діапазон, сезонний (тижневий) рівень завантаження різних місць розміщення;
- наявні можливості для організації конгресів, включаючи розмір і тип приміщень, оснащеність електроприладами, оренда демонстраційного устаткування, можливості організації синхронного перекладу і кваліфікація перекладачів, тип аудіовізуального устаткування на місці;
- ресторани за ціною, типом, розміром, специфічними особливостями;
- агентства по оренді автомобілів в регіоні, типи транспортних засобів і наявне додаткове устаткування (багажники на даху, "зимова" гума, причепи-трейлери), а також надання послуг з використання орендованого автомобіля в один кінець;
- можливості оренди іншого устаткування – за видами, вартістю і умовами;
- безкоштовні туристичні засоби і послуги, якщо такі є;
- інформаційні центри для відвідувачів за розташуванням, видами послуг, мовними можливостями, режимом роботи;
- місцеві туроператори або гідів – за цінами, видами використовуваного транспорту, сферами спеціалізації, режимом роботи і мовними можливостями;

- культові споруди – за найменуванням, розташуванням, розкладом служб і списком усіх релігійних груп, які організують там регулярні зустрічі;
- наявний медичний персонал і об'єкти, включаючи спеціальні клініки, інститути і програми, з докладною інформацією про кількість ліжко-місць, мовні можливості, вартість, умови оплати і обмеження, якщо такі є;
- найближчі музеї – за типом колекцій і/або спеціальних програм, розміром вхідної плати, режимом роботи, наявністю можливостей для молоді, літніх людей, осіб з обмеженими можливостями;
- можливості покупок, враховуючи наявність найбільших торгових центрів в регіоні, універмагів, магазинів народних ремесел, спеціалізованих магазинів, вуличних базарів і інших торгових об'єктів;
- професійні театри, театри, що пропонують вечерю, любительські театральні трупі і театри з нерегулярною вечірньою програмою;
- кількість, розміри і типи кінотеатрів на території, включаючи ті, що демонструють фільми на іноземних мовах, з вказівкою середніх цін на квитки, пільгових програм і звичайного режиму роботи;
- кількість відеосалонів і розміри орендної плати за відеокасети, особливо, з фільмами на іноземних мовах;
- регулярні збори різних державних і громадських організацій, включаючи час і місце їх проведення, тип розміщення для відвідувачів;
- рекреаційні можливості – корти для гри в теніс, байдаркові походи, бадмінтон, баскетбол і волейбол; поля для гри в футбол; ковзанки, лижні траси та лижні схили; бігові і велосипедні доріжки; манеж і траси для верхової їзди; кегельбани; поля для гольфу і поля для тренування; гімнастичні зали і клуби здоров'я; курорти на мінеральних водах; тири для стрільниці з вогнепальної зброї і з лука; клуби любителів вогнепальної зброї; водоймища; клуби для гри в карти та інші ігрові клуби; приміщення для азартних ігор (покер-клуби, повнокомплектні казино) – за типом, режимом роботи, умовами вступу і/або членськими внесками,

спеціальними транспортними засобами доставки до місць розташування, якщо такі є;

- довколишні бази і рекреаційні можливості на природі – за типом, обмеженнями та умовами;
- професійні та непрофесійні спортивні команди або спортивні заходи, що проходять на території – за сезонами, ціною за один квиток, умовами бронювання місць, організацією групових відвідин і спеціальним транспортом;
- короткострокові виставки різного характеру, проведення яких очікується в найближчі 3 роки;
- клуби і асоціації, що мають філіали за кордоном, – за часом і місцем їх зустрічей і можливостям організації прийому іноземних гостей;
- учбові групи, соціальні клуби, цикли лекцій або інша подібна діяльність, яка була б привабливою для іноземних відвідувачів;
- любительські шоу, виставки, покази, змагання або збори груп за інтересами – колекціонерів антикваріату, поштових марок, любителів авіамоделювання, моделювання потягів; стрибків з парашутом і т. ін.;
- щорічні заходи – за місцем проведення, датами, вхідній платі, умовам бронювання місць для участі і характером самого заходу;
- відстані до/від всіх місць в регіоні – за часом, в милях/кілометрах з вказівкою годин "пік", святкових днів і інших транспортних чинників;
- номери телефонів міліції на випадок аварії і номери телефонів, факсів найближчих іноземних консульств, що обслуговують дану територію;
- матеріальна база для обслуговування осіб з обмеженими можливостями;
- основні положення місцевих законів по вживанню алкогольних напоїв;
- місцеві правила водіння, включаючи вимоги по страхуванню, закони по користуванню ременями безпеки, умови перевезення дітей і обмеження швидкості;

- обмеження по палінню, якщо такі є, в готелях, ресторанах, таксі, ліфтах і інших громадських місцях;
- повний перелік мовних можливостей на даній території;
- засоби зв'язку – телефон, телекс, факс, електронна пошта, кур'єрська служба і доступні послуги доставки;
- міжнародні банківські послуги – обмін іноземної валюти (де, які види валюти, режим роботи), які іноземні кредитні карти регулярно приймаються до оплати, тип банкоматів для обробки платіжних карток і т.д.;
- місцеві офіційні і неофіційні свята, крім державних і національних свят, включаючи інформацію про режим роботи в святкові дні таких місцевих підприємств, як готелі, магазини, ресторани, театри, банки, аптеки, музеї, школи, університети, цивільні і судові відомства.

Ця інформація повинна бути достовірною та ретельно перевіреною з двох причин. По-перше, більшість відвідувачів навіть не розглядатимуть можливість відвідин нових місць, якщо на самому початку вони не зможуть знайти достатньо широку інформацію про них, по-друге, іноземні туристи, що постраждали через неточну або неправдиву інформацію, надану їм туроператором або турагентом, регулярно отримують грошову компенсацію за рішеннями іноземних судів. У результаті, іноземні фахівці з туризму відмовляються мати справу з громадою або приватним підприємством, які неакуратні в своїх дослідженнях або недбалі в описах.

Складений перелік туристичних ресурсів необхідно уніфікувати з використанням комп'ютерних технологій для класифікації і оновлення даних для публікації в засобах масової інформації та передачі в Інтернет. В подальшому необхідно постійно проводити незалежну перевірку цих даних. Цю функцію доцільно покласти на керуючу систему.

Коли стане відома основна категорія відвідувачів, їх попит та основні вимоги до турпродукту, можливо буде для стимулювання ринку сформувати декілька туристичних програм навколо основного туристичного продукту.

Після цього *можна переходити до первинних контактів з іноземними фахівцями* з метою просування туристичного продукту на ринок. Такими фахівцями є агенти по просуванню міжнародних туристичних послуг. По суті, це посередники між індустрією внутрішнього туризму та іноземними споживачами туристичних послуг. Вони забезпечують інформаційне обслуговування клієнтів, встановлюють зв'язки між постачальником турпродукту і туроператорами, міжнародними перевізниками та державними установами через засоби комунікації, розповсюдження друкованої продукції, на спеціалізованих виставках, семінарах, планують рекламні тури для турагентів, видають прес-релізи для основного споживача в засобах масової інформації на відповідній території.

Фінансування діяльності зі стимулювання міжнародного туризму може здійснюватись з декількох різних джерел.

1. Загальні податкові надходження можуть бути направлені на фінансування витрат зі стимулювання туризму. Ці види витрат не можна розглядати окремо від будь-яких інших статей муніципального бюджету – транспорт, освітлення, дороги, музеї – призначених для підтримки добробуту місцевого населення на довгостроковій основі. Однак, це можливо у разі здійснення в Україні реформи місцевого самоврядування, якщо місцеві бюджети матимуть достатньо коштів для стимулювання в'їзного туризму.

2. Податки із засобів розміщення, що включаються в рахунки відвідувачів, можливо широко використовувати на стимулювання туризму. Для того, щоб забезпечити цільове використання податків з готельних місць, необхідно, щоб не менше 80% туристських податків постійно направлялись на пов'язані з туризмом проекти. Більшість власників готелів виступають проти податків з готельних місць, оскільки такі податки ведуть до вищих цін на засоби

розміщення у порівнянні з цінами конкурентів, що діють на сусідніх територіях, де такі податки не справляються. Тому податки з готельних місць доцільні лише тоді, коли частина залучених фондів використовується для освіти або розваги відвідувачів. З цією метою податки з готельних місць повинні бути поділені з іншими агентствами громади для підтримки функціонування фонтану на центральній площі, збереження постійної експозиції музею або розвитку історичного району, зони розваг або торгового центру.

3. Податки з доходів фізичних осіб, та єдиний податок з підприємців – ще одне потенційне джерело коштів на стимулювання туризму.

4. Доходи від щорічних або традиційних заходів, таких як ярмарки, масові заходи до святкових дат та інше – цільовим чином можуть бути направлені на стимулювання туризму. Самі по собі ці заходи можуть бути засобом залучення туристів. Серйозні зусилля по стимулюванню міжнародного туризму дають моральне право використовувати на цю програму частину "додаткових" фондів.

5. Податки на надприбутки – ще одне потенційне джерело цільових фондів по стимулюванню туризму. Ці доходи можна отримати в результаті збільшених зборів з доходів видовищних закладів, підприємств, що займаються гральним бізнесом, стадіонів, природних монополій та ін.

За розрахунками американських спеціалістів, витрати туристів розподіляються наступним чином [11]:

- громадський транспорт – 10%;
- автотранспорт – 5%;
- розміщення – 30%;
- харчування – 20%;
- розваги – 10%;
- непередбачені витрати – 25%.

Виходячи з цього, можна було б очікувати, що надходження від готелів складатимуть 30% бюджету, від транспортних підприємств – 15%, підприємств харчування – 20% і т.д.

Безумовно, будь яка концепція оподаткування повинна періодично коректуватись.

Незалежно від того, з якого джерела здійснюється фінансування стимулювання в'їзного туризму, необхідним є періодичний контроль за використанням наявних коштів з боку громади з метою запобігання зловживань. Таким чином, за наявності достатньо постійного джерела фінансування можна розвивати довгострокові заходи в рамках міжнародної програми.

Приватні підприємці, які залучені до програми стимулювання в'їзного туризму, повинні планувати свої витрати з поточних надходжень. При цьому вони повинні бути впевнені, що потенційні вигоди перевищать витрати, і тут слід бути свідомим відносно того, що ці витрати можуть бути повернуті протягом щонайменше трьох років, а не звичайних 12-18 місяців.

Джерела громадського фінансування повинні складати тільки близько 15-25% загальних витрат на заходи щодо стимулювання міжнародних програм, решта засобів повинна надходити з приватного сектора, який отримає прямі вигоди з нового бізнесу, тобто нових програм.

Необхідно ще раз звернути увагу на те, що місцеві громади повинні уважно стежити за тим, щоб механізм фінансування не дуже залежав від пропозицій мера по бюджету або від щорічних асигнувань окремого законодавчого органу. У громади можуть виникнути нові потреби, з'явитися нові лобіюючі групи, які конкуруватимуть в боротьбі за наявні суспільні ресурси. Крім того, якщо деякі компанії вирішать, що вони вносять непропорційну частку засобів з боку приватного сектора, то вони можуть ухвалити рішення обмежити програму тільки тими заходами, які відповідатимуть їх сьогоденним інтересам.



Однак, слід пам'ятати, що тільки за умови надійного фінансування програми міжнародного туризму будь яке подальше бюджетне планування серйозних витрат буде простіше ухвалити. Коли ж фінансування нестабільне, громади витратять більше часу на залучення грошей, ніж на здійснення самої програми.

Прийняття рішення щодо програми стимулювання в'їзного туризму слід починати з оцінки того, наскільки великим є інтерес до цієї програми серед політичного, економічного та культурного керівництва громади і менеджменту малого бізнесу. Якщо цей інтерес не протримається, як мінімум, три роки, не варто починати будь які заходи.

Спроба виходу на міжнародний ринок туризму, щоб „подивитись, як підуть справи”, зазвичай закінчується невиправданими надіями. Для того, щоб будь-який бізнес почав працювати, необхідно майже 12 місяців. Що стосується в'їзного туризму, то малоймовірно, що протягом першого року громада побачить хоча б незначну кількість додаткових туристів на своїй території як результат власних зусиль та витрат на програму. Практично, тільки на третьому році можна відчутти реальну віддачу від програми стимулювання в'їзного туризму. Кумулятивний ефект міжнародних програм почне реально давати суттєві результати на четвертому і п'ятому році. Якщо до середини п'ятого року значного зростання туризму не спостерігається, то програма повинна бути призупинена. Однак, закриття програми або скорочення її фінансування мусить відбуватися тільки після детального аналізу статистичних результатів четвертого і п'ятого років.



### **Контрольні запитання і практичні завдання:**

1. Які міжнародні організації діють в туристичній сфері?
2. Охарактеризуйте цілі, завдання та напрями діяльності WTO.
3. Які права та обов'язки закріплює “Хартія туризму” за іноземними туристами?
4. Що таке туристична політика держави? Які її напрями реалізуються в Україні?
5. Назвіть пріоритетні напрями розвитку в'їзного туризму в Україні, за допомогою яких заходів вони реалізуються?

6. Що таке туристична стратегія і туристична тактика? Їх роль в розвитку в'їзного туризму.
7. Які органи державної влади приймають участь у регулюванні розвитку в'їзного туризму?
8. Які повноваження щодо розвитку в'їзного туризму покладено на Президента України, Верховну Раду, Кабінет Міністрів, Раду з питань туризму?
9. Охарактеризуйте діяльність Державної служби туризму і курортів щодо розвитку в'їзного туризму.
10. Які проблеми, пов'язані з вадами регулювання в'їзного туризму, супроводжують його розвиток?
11. Які шляхи удосконалення системи регулювання в'їзного туризму можна запропонувати.
12. Знайдіть інформацію щодо системи регулювання розвитку туризму у Франції, Іспанії, Туреччині, Єгипті. Які здобутки зарубіжного досвіду можна запропонувати для запровадження в українську практику? Обґрунтуйте доцільність запропонованих заходів.
13. Назвіть міжнародно-правові акти з регулювання туристичної діяльності.
14. Які закони відносяться до норм загального законодавства, котрі регулюють туристичну діяльність в Україні?
15. Які закони і постанови відносяться до норм спеціального законодавства, котрі регулюють туристичну діяльність в Україні?
16. Якими нормативно-правовими актами регулюється порядок в'їзду, перебування та виїзду іноземних громадян з території України?
17. Що називається державним кордоном та пунктом пропуску через державний кордон?
18. Які види контролю встановлено при перетинанні державного кордону України?
19. Які документи необхідно мати іноземним громадянам для перетинання державного кордону України?
20. Що таке віза? Які її види вам відомі?
21. Які документи необхідні іноземцям для отримання візи?
22. У яких випадках іноземному громадянину можуть відмовити в оформленні візи?
23. Розкрийте сутність митних процедур, проходженню яких підлягають іноземні громадяни.
24. Які товари не підлягають оподаткуванню при вивезенні з території України?
25. На вивіз яких товарів з території України необхідно мати дозвіл?
26. Назвіть предмети, заборонені до вивозу з території України.
27. Які правила ввезення/вивезення валюти Вам відомі?
28. Якими правами користуються іноземні громадяни та особи без громадянства в Україні?
29. Який порядок перебування іноземних громадян на території України?
30. Запропонуйте заходи, спрямовані на спрощення прикордонно-митного режиму для іноземних туристів.
31. Назвіть та охарактеризуйте етапи стимулювання розвитку в'їзного туризму на регіональному рівні.
32. Які заходи щодо розвитку в'їзного туризму у вашому регіоні ви могли б запропонувати?



### **Рекомендована література:**

1. Уваров В.Д., Борисов К.Г. Международные туристские организации: Справочник [Текст] / В.Д.Уваров, К.Г.Борисов. — М.: Международные отношения, 1990. — 288 с.

2. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів [Текст] / Під заг.ред.проф.В.К.Федорченка. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – 640 с.
3. Балабанов И.М. Экономика туризма [Текст] / И.М.Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2001.-338с.
4. Державне та муніципальне управління в галузі туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.tourism.if.ua](http://www.tourism.if.ua).
5. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/alldocWWW/](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/alldocWWW/)
6. Офіційний сайт туристичної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/>
7. Положення про Раду з питань туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1045-2004-%EF>
8. Закон України „Про місцеві державні адміністрації” від 9.04.1999 р. N 586-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=586-14>
9. Закон України „Про місцеве самоврядування в Україні” від 21.05.1997 р. N 280/97-ВР[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vi-leghas.ua/content/view/599/5/>
10. Закон України “Про туризм” від 15 вересня 1995р. //Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів [Текст] / Під. заг.ред. проф. В.К.Федорченка; Київ, ун-т туризму, економіки і права. – К.:Юрінком Інтер, 2002.-640с.
11. Мальська М., Худо В., Цибух В. Основи туристичного бізнесу: Навч. посіб. [Текст] / М.Мальська, В.Худо, В.Цибух. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 272с.
12. Опанасюк Н.А. Конституційно-правові основи туризму в Україні: Автореф. дис. ... канд. юр. наук / Н.А.Опанасюк, Інститут держави і прав ім. В.М.Корецького. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://tourlib.net/aref\\_tourism/opanasuk.htm](http://tourlib.net/aref_tourism/opanasuk.htm)
13. Закон України “Про державний кордон України” N 1778-XII ( 1778-12 ) від 04.11.91 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/>
14. Постанова Кабінету Міністрів України “Про Правила в'їзду іноземців та осіб без громадянства в Україну, їх виїзду з України і транзитного проїзду через її територію” від 29 грудня 1995 р. № 1074 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>

15. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження Правил оформлення іноземцям віз для в’їзду в Україну, виїзду з України та транзитного проїзду через її територію” від 20 лютого 1999 р. № 227 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/>
16. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження Порядку надання медичної допомоги іноземцям та особам без громадянства, які тимчасово перебувають на території України” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/>
17. Закон України “Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства” N 3930-ХІІ (3930-12) від 04.02.94 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3929-12>
18. Митний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/>

## Розділ III

### СПЕЦИФІКА ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ



*Охарактеризуйте основні поняття організації туристичної діяльності.*

*Що таке туристична індустрія? Які сектори вона в себе включає?*

*Які організації та підприємства можуть бути залучені до обслуговування туристів?*

#### 3.1. Особливості турпродукту у в'їзному туризмі

В'їзний туризм як вид підприємницької діяльності є найскладнішим серед усіх видів туризму з точки зору організації, але, водночас, і найбільш соціально значимим для країни та регіону, що приймає гостей. Свою специфіку має і формування турпродукту у в'їзному туризмі.

Нагадаємо, що *туристичний продукт – це сукупність речовинних (предмети споживання), нематеріальних (послуги) споживчих вартостей, необхідних для повного задоволення потреб туристів, що виникають під час їхньої подорожі*. Туристичний продукт складається з трьох елементів: тур, додаткові туристично-екскурсійні послуги, товари [1].

*Тур - первинна одиниця туристичного продукту, реалізована клієнту як єдине ціле, продукт праці туроператора на визначений маршрут і в конкретний термін.*

Частиною туру є *туристичний пакет - основний (обов'язковий) комплекс послуг, наданих у подорожі за індивідуальним чи груповим планом, що має серійний характер і пропонується в широкий продаж*. Тур більше або дорівнює турпаketу. Туристичний пакет включає чотири обов'язкових елементи: туристичний центр, транспорт, послуги розміщення, трансфер. Розглянемо особливості кожної складової в'їзного туристичного пакету.

*Туристичний центр - місце відпочинку туриста, що включає всі його рекреаційні можливості: природні, культурно-історичні, екологічні,*

**етнічні, соціально-демографічні, інфраструктурні.** Цей елемент відноситься до обов'язкових, оскільки без об'єкта інтересу неможливо організувати подорож.

Ресурсна класифікація туристичного продукту, розроблена ВТО, враховує такі чинники [1]:

- природні багатства;
- «людський чинник» - сукупність демографічних, етнічних, культурно-історичних, економічних та інших умов життя, звичаї і населення, їх привітність і сприйнятливість до відвідування місцевості туристами;
- політичні, юридичні й адміністративні аспекти;
- соціальні аспекти, соціальна структура країни, рівень життя населення, освіта, охорона здоров'я, індустрія відпочинку і розваг;
- технічний і якісний рівень транспорту, туристичних послуг;
- економічна, фінансова, митна, фіскальна політика держави щодо власних та іноземних туристів.

Туристичний центр є найвагомим серед усіх, оскільки він є причиною, заради якої турист буде згоден подолати простір та певні побутові незручності (у порівнянні із перебуванням вдома). На відміну від виїзних операторів, які користуються вже створеним (збудованим, розрекламованим і т.д.) туристичним центром, в'їзним необхідно приділяти увагу його розвитку. Це пов'язано з тим, що виїзний оператор зайнятий пошуком курортів, які будуть продаватись на його ринку, а виїзний повинен шукати засоби продати те, що він має, за рахунок використання усіх можливих засобів менеджменту та маркетингу. Саме це обумовлює особливості в'їзного туроперейтингу, які ми розглянемо в наступному підрозділі.

**Транспорт** - засіб пересування, за допомогою якого можна добратися до туристичного центра. Велику частину витрат, що обумовлює вартість турпаketу, складають витрати на перевезення. Найбільш широко використовується як засіб пересування, без сумніву, літак. На короткі відстані -

потяг, туристичний автобус, автомобіль. Як правило, для в'їзних турів оператор або має власний транспорт, або договір з перевізником. Найчастіше в Україні організовані подорожі відбуваються автобусами: мікроавтобусами до 18 місць та великими автобусами, в середньому, на 40 місць. Рідше використовується перевезення потягом, водними судами. Туризм на легкових автомобілях, як в'їзний, так і внутрішній, в Україні майже на 100 % здійснюється самодіяльно (без участі туристичного підприємства-організатора).

*Послуги розміщення* надаються конкретним готелем, що обслуговує туриста в туристичному центрі під час подорожі. Розміщення в готелях розрізняється відповідно до типу послуг гостинності, що пропонують туристу. Це можуть бути готелі, мотелі, вілли, апартаменти, ботелі, кемпінги і т.д. Послуги харчування не включаються окремим елементом у туристичний пакет, оскільки в туризмі вони складають частину послуг розміщення. В туризмі прийняті наступні комбінації розміщення і харчування:

- ВВ - розміщення + сніданок;
- НВ - напівпансіон: розміщення + сніданок + вечеря;
- РР - повний пансіон: розміщення + сніданок + обід + вечеря.

*Трансфер - доставка туриста від місця прибуття, розташованого в країні перебування (аеропорт, гавань, залізнична станція), до місця розміщення (готель), де він буде проживати, і назад.* Особливе значення як прояв гостинності та піклування про туриста, що опинився в незнайомому оточенні, трансфер має у в'їзному туризмі. Трансфери здійснюються з використанням автобусів, іноді таксі чи лімузинів, якщо такого типу трансфери включені в турпакет чи замовлені туристом. Можна сказати, що трансфер - це і будь-яке перевезення туриста в межах туристичного центра. Тому сюди відносять також поїздки з готелю в театр і назад, у музей і т.п. Але ці трансфери звичайно не включаються в туристичний пакет, оскільки клієнти їх не завжди сприймають як обов'язкову послугу. Як правило, трансфер забезпечує рецептивний туроператор (на прийомі).

Детально туристичний пакет характеризується так: дата, час вильоту (виїзду) і номер рейсу з аеропорту (вокзалу залізниці, автовокзалу, порту) або дата і час виїзду автобусу із зазначенням місця зустрічі; дата і час прильоту (приїзду) до аеропорту (вокзалу) пункту призначення; назва фірми чи ім'я особи, що зустрічає; проїзд від аеропорту (вокзалу) до готелю; розміщення в номері готелю; дата і час виїзду з готелю в аеропорт (до вокзалу); дата, час вильоту (виїзду) і номер рейсу з аеропорту (вокзалу залізниці, автовокзалу, порту) або час і певне місце посадки на автобус в пункті призначення. Додаючи до даного переліку гарантії щодо отримання певних обов'язкових послуг на маршруті, отримуємо тур, як одиницю продажу. Ці обов'язкові умови в туризмі прийнято називати **комплексом послуг на маршруті** [1].

Обов'язкову програму турпакету і комплекс послуг на маршруті, тобто тур, туроператор оформляє у виді *туристичної путівки* (документа, який підтверджує факт передання туристичного продукту, і є первинним документом обліку турагента чи туроператора), *договору на туристичне обслуговування* (за яким одна сторона (туроператор, турагент) за встановлену договором плату зобов'язується забезпечити надання за замовленням іншій стороні (туристу) комплексу туристичних послуг (туристичного продукту) [3]) чи *ваучера* (форми письмового договору на туристичне або на екскурсійне обслуговування [3]).

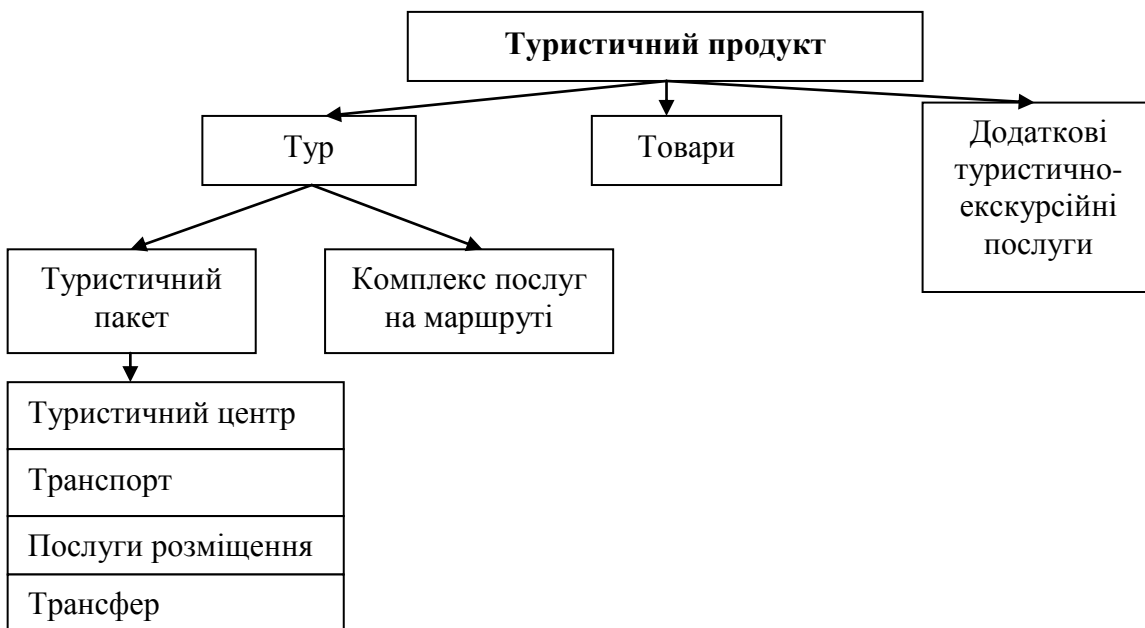
**Додаткові туристично-екскурсійні послуги - послуги, які не передбачені ваучером чи путівкою, і доводяться до споживача в режимі його вільного вибору.** Додаткові послуги не входять в основну вартість путівки. До них відносяться: прокат, телефон, побутове обслуговування, пошта, обмін валют, додаткове харчування, громадський транспорт, рент-кар, збереження речей, розваги, резервування місць, комерційне TV, відео, придбання квитків, користування міні-баром і т.п. Ці послуги надаються туристам за додаткову плату [1]. Організацію споживання додаткових туристично-екскурсійних



послуг туристичного продукту частково забезпечує в'їзний туроператор, пропонуючи туристам послуги, які не включено до туру.

**Товари туристського призначення** - специфічна матеріальна частина туристичного продукту, що включає туристичні плани і карти міст, листівки, буклети, сувеніри, туристичне спорядження і т.п. Це і специфічна частина туристичного продукту, куди входить велике число продукції, що є дефіцитною чи більш дорогою в місцях постійного проживання туристів. Дуже часто цей фактор стає причиною розвитку так званого шопінг-туризму, який може носити й міжнародні масштаби. Товари тривалого користування, що купуються за більш дешевими місцевими цінами для власних потреб, можуть вивозитися туристами із країни, тим самим сприяючи експорту звичайних товарів.

Отже, структуру туристичного продукту можна схематично зобразити наступним чином (рис. 3.1.):



**Рис.3.1. Структура туристичного продукту**

Як свідчить статистика, структура вартості туристичного продукту при ексклюзив-турах становить:

$$ТП_p (100\%) = Т (30\%) + ДТЕП (40\%) + Т_v (30\%),$$

де  $ТП_p$  — вартість турпродукту.;

$T$  — вартість туру;

ДТЕП — вартість додаткових послуг;

$T_b$ —вартість куплених товарів.

Таким чином, туроператор отримує 1/3 вартості турпродукту. Набагато більше туристи залишають безпосередньо в місцевій туристичній індустрії, оминаючи послуги туроператора. Значна частина витрат туристів закордоном надходить до місцевого бюджету через торгівлю. Саме ця специфіка туристичного продукту і визначає актуальність розвитку в'їзного туризму для країни чи регіону.

Можна виокремити наступні *рівні туристичного продукту*:

*Національний туристичний продукт* – сукупність товарів та послуг туристичного призначення, які виробляються та споживаються в країні;

*Регіональний туристичний продукт* – сукупність товарів та послуг туристичного призначення, які виробляються та споживаються в певному регіоні країни.

На відміну від турпослуг, туристичний продукт приймає форму товару. Туристичний продукт як товар – власне результат діяльності туроператора.

В широкому розумінні, турпродукт – це економічне благо, яке призначене для обміну. В міжнародному туризмі такий обмін приймає форму “невидимого” експорту або імпорту, що має свої особливості. Туристський "товар" (нові враження, знання, ділові контакти, покращений стан здоров'я – словом, все те, заради чого здійснюється закордонна поїздка) не підлягає збереженню, складуванню або поверненню. Тому виробник цього товару повинен планувати його просування більш ретельно, враховувати необхідний час, потужності, ресурси. Для його отримання споживач турпродукту їде до країни-експортера, а це означає, що вона не витрачає кошти на транспортування, страхування, оформлення вантажу та інші операції. В'їзний туризм відбивається на торговому балансі країни, оскільки обслуговування

туристів на звичному для них рівні може потребувати імпорту для них відповідного продовольства, води та інших напоїв, медикаментів, транспортних засобів, туристського спорядження та інших товарів. Це є особливо актуальним для країн, що розвиваються.

Дуже важлива відмінність турпродукту від турпослуги полягає в тому, що турпослуга може бути куплена та спожита в місці її виробництва, а турпродукт можна придбати за місцем проживання, але споживати тільки в місці виробництва туристичних послуг. Цю кардинальну відмінність і використовують туристичні підприємства, коли продають путівку на подорож. Адже, купуючи путівку, клієнт ще не отримує послуги, хоча вже заплатив гроші. Поки що придбано тільки гарантії відпочинку.

***Туристична послуга – це матеріальні або нематеріальні блага, призначення яких – задовольнити основні або додаткові туристичні потреби.***

Туристичні послуги мають ряд характерних особливостей:

- не зважаючи на те, що вони орієнтуються на клієнта, що подорожує, окремо одна від одної вони не мають цінності для нього. Наприклад, для людини абсолютно некорисна послуга іноземного готельного підприємства, якщо відсутні транспортні послуги, і, таким чином, турист навіть за сильного бажання не зможе дістатись до даного готелю і спожити послугу розміщення;
- вони невіддільні від туристичних ресурсів, оскільки останні є невід'ємним фактором виробництва туристичних послуг;
- як і будь-яка послуга, вони володіють такими характеристиками, як неможливість зберігати, складувати, динамічність якості (в залежності від суб'єктивних характеристик споживача, так і від професіоналізму продавця).

Турпродукт як товар визначається споживчою вартістю, тобто корисністю або здатністю задовольняти певні рекреаційні потреби людей. Корисність

туристичного продукту визначається його цінністю для суб'єкта. Тому підприємства, які займаються організацією подорожей, повинні створювати такий турпродукт, який був би цінним для максимальної кількості людей, тобто розраховувати на масове споживання, використовувати індустріальні технології для виробництва турпродукту [1].

### **3.2. Організаційні аспекти діяльності туроператора, зайнятого у в'їзному туризмі**

Виробництвом туристичного продукту, тобто формуванням набору послуг під назвою "тур", займаються туроператори. Згідно національного законодавства, *туроператор – це юридична особа, створена згідно із законодавством України, для якої виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг, і яка в установленому порядку отримала ліцензію на туроператорську діяльність* [3].

*Під туроператорською діяльністю розуміється діяльність з формування, просування і реалізації туристичного продукту, здійснювана на підставі ліцензії юридичною особою чи індивідуальним підприємцем.*

Ліцензію на діяльність туроператора видає Державна служба туризму та курортів Міністерства культури і туризму України, спираючись на виконання наступних ліцензійних вимог [4]:

- туристичний оператор повинен бути юридичною особою і зареєстрований відповідно до чинного законодавства України;
- залучати до надання туристичних послуг осіб, які відповідають кваліфікаційним вимогам:

- 1) керівник будь-якого туристичного підприємства, або його підрозділу повинен мати вищу освіту та стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або вищу освіту в галузі туризму;
- 2) у штаті туроператора повинно налічуватись не менше 50% (а для турагента - 30%) фахівців, які мають стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або вищу освіту в галузі туризму та мають відповідні дозволи на право здійснення туристичного супроводу (подібні дозволи надаються обласними управліннями культури і туризму згідно з Положенням про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу.
  - з метою забезпечення прав та законних інтересів громадян - споживачів туристичних послуг туроператор і турагент зобов'язані здійснити фінансове забезпечення своєї цивільної відповідальності (гарантією банку або іншої кредитної установи) перед туристами у відповідних розмірах;
  - туроператор і турагент повинні мати службове приміщення (офіс), яке має інформаційну вивіску або зовнішню рекламу із зазначенням найменування згідно з установчими документами та логотипу (за його наявності), при вході в службове приміщення розміщується інформація про режим його роботи, на видному для туриста місці повинні бути розміщені такі документи: копія ліцензії; копія свідоцтва про державну реєстрацію; копія довідки банківської або іншої кредитної установи про підтвердження фінансового забезпечення; відомості про працівників: прізвище, ім'я, по батькові керівника, його заступників, головного бухгалтера, менеджерів; книга відгуків та пропозицій громадян; ліцензійні умови; адреси та телефони центрального та місцевого органів виконавчої влади в галузі туризму, територіального управління у справах захисту прав споживачів, перелік номерів телефонів, факсів ліцензіата;
  - турфірма повинна розмістити на видному місці інформацію про тарифи та умови обслуговування ним туристів за кордоном і в Україні, рекламні,

інформаційні, довідкові матеріали (довідники готелів, інших засобів тимчасового розміщення, підприємств харчування, розклади руху, перевезень різними видами транспорту тощо).

Відповідно до фінансового забезпечення діяльності підприємства в Україні розрізняють два види ліцензії туроператора:

- *туроператор без обмежень* (тобто, в'їзний, виїзний, внутрішній), мінімальний розмір фінансового забезпечення якого має становити суму, еквівалентну не менше ніж 20000 євро;

- *туроператор, який надає послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму*, розмір фінансового забезпечення якого має становити суму, еквівалентну не менше ніж 10000 євро [3].

В'їзний туроператор організовує для іноземних туристів групові та індивідуальні поїздки по Україні на підставі договорів (контрактів) з іноземними партнерами, а також з вітчизняними партнерами, які забезпечуватимуть надання послуг з тимчасового розміщення, харчування, перевезення, організації відпочинку та оздоровлення, розваг, екскурсійного обслуговування тощо.

Туроператор при організації в'їзного туризму повинен оформити такі документи:

- договір (контракт) з іноземним партнером про співробітництво щодо прийому та обслуговування іноземних туристів в Україні;
- договір (контракт) з вітчизняним партнером про співробітництво щодо обслуговування іноземних туристів в Україні;
- лист-замовлення іноземного партнера на обслуговування іноземних туристів в Україні.

Договори про співробітництво між суб'єктами туристичної діяльності укладаються відповідно до чинного законодавства України.

При прийманні іноземних туристів туроператор повинен сприяти укладанню іноземцями договорів страхування (страхових полісів) з надання

медичної допомоги із страховиками - резидентами України. Це не поширюється на іноземних туристів, що прибули з країн, з якими Україна має угоди про безоплатне надання екстреної медичної допомоги.

Туроператор несе відповідальність перед туристом за виконання всіх зобов'язань, пов'язаних з організацією, формуванням та наданням комплексу туристичних послуг, обумовлених договором про туристичне обслуговування.

Особливістю подання реклами туристичним підприємством є необхідність зазначення у рекламі виду діяльності згідно з виданою ліцензією найменування згідно із свідоцтвом про державну реєстрацію, місцезнаходження, у тому числі, підрозділів та філій, що здійснюють діяльність, зазначену в ліцензії, номери телефонів, номер і дату видачі чинної ліцензії та орган ліцензування [4].

Специфіка діяльності в'їзних туроператорів зумовлена наступними технологічними відмінностями:

- 1) туристичний продукт обмежений можливостями однієї країни, чи, навіть, регіону;
- 2) туроператор володіє більш детальною інформацією щодо ресурсів та інфраструктури місцевості в порівнянні з закордонними туроператорами;
- 3) знаходячись географічно на одній території з туристами і підприємствами, що надають туристичні послуги, в'їзний туроператор має більше можливостей щодо контролю якості надаваних послуг, а завдяки оперативному контролю може попереджувати зниження якості турпродукту;
- 4) на відміну від виїзного оператора, даний вид туристичного підприємства має можливість реалізовувати тур не лише через туристичні агенції, але й закордонним туристичним операторам в якості складової їх турпродукту.

### **3.3. Технології проектування туристичного продукту**

Процес розробки туристичного продукту можна поділити на два етапи: проектування та організацію.

Проектування, тобто технологічний етап, повинен виконуватись згідно з Міждержавними стандартами ДСТУ 28681.1 - 95 “Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги: Проектування туристичних послуг” [5], ДСТУ 28681.2-95 “Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги: Загальні вимоги” [6] та ДСТУ 28681.3 – 95 “Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги: вимоги із забезпечення безпеки туристів та екскурсантів” [7].

Основою для проектування туру є короткий опис туристичної подорожі – набір вимог, які виявлено в результаті маркетингового дослідження ринку попиту, і які враховують можливості виконавця.

Керівництво туристичного підприємства затверджує порядок і процедури розробки конкретного туру, організації надання послуг за туром і визначає відповідальність кожного учасника процесу проектування [5].

З точки зору технології, розрізняють три види турпродукту:

1. *Туристична подорож – комплексна туристична послуга, яка забезпечує задоволення оздоровчих, пізнавальних потреб туристів при певних умовах їх життєзабезпечення [6]. Подорож триває більше 24 годин і вимагає включення до туру послуг розміщення.*

2. *Туристичний похід – це туристична послуга, яка забезпечує задоволення оздоровчих і пізнавальних потреб туристів при активних засобах пересування за маршрутом [6]. Дана подорож також триває більше ніж 24 години.*

3. *Екскурсія – туристична послуга, яка забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів [6]. Екскурсія триває менше 24 годин і не потребує включення послуг розміщення.*

*Проектування турпродукту здійснюється у послідовності:*

- встановлення нормованих характеристик продукту;



- встановлення технології процесу обслуговування туристів;
- розробка технологічної документації;
- визначення методів контролю якості;
- аналіз проекту;
- подання проекту на затвердження [5].

**Встановлення нормованих характеристик турпродукту.** Для кожної послуги туру повинні бути вказані прийнятні для споживача і виконавця значення.

До послуг, що входять в тур, можуть бути включені наступні:

- послуги розміщення, основними характеристиками яких є поєднання послуг харчування та розміщення, клас обслуговування та ін.;
- послуги перевезення та трансфер – характеризуються, в першу чергу, транспортом (повітряний, автотранспорт, водний (морський, річковий), залізничний), по-друге, класом обслуговування. Також мають значення технічні характеристики транспортного засобу: максимальна місткість, витрата пального, швидкість, безпечність і т.д.
- послуги екскурсовода та іншого туристичного супроводу, що характеризуються кваліфікацією персоналу.

Конкретні характеристики послуг повинні бути не нижчими за вимоги державного стандарту на відповідний вид послуг.

Проект повинен містити конкретні вимоги із забезпечення безпеки послуги, мінімізації ризику для споживачів і їх майна, персоналу, що обслуговує туристів, та навколишнього середовища [7].

### **Встановлення технології процесу обслуговування туристів.**

Проектування процесу обслуговування туриста здійснюють за окремими етапами споживання турпродукту (наприклад, надання інформації про продукт, надання послуги, розрахунок за послуги) і складають для кожного із них технологічні карти.

Проектування туристичного продукту складається з наступних етапів:

- 1) проектування кожної послуги, яка включається відповідно до програми обслуговування туристів (екскурсій, походів, прогулянок і т.д.);
- 2) проектування турпродукту в цілому.

Короткий опис туру конкретизують в проекті програми обслуговування туристів, що являє собою перелік послуг, визначних об'єктів та дозвіллевих заходів, які надають туристам в певній послідовності, часі, місці і умовах обслуговування [5].

Розробка програми обслуговування включає етапи:

**1. Розробка маршруту подорожі** (заздалегідь наміченого шляху туристичної подорожі (походу, екскурсії), який характеризується певним порядком пересування туристів по географічним пунктам [5]) – вибір пунктів маршруту, визначення їх послідовності, вибір певного виду маршруту (лінійний, кільцевий, радіальний, комбінований).

**2. Визначення об'єктивних обмежень**, пов'язаних з інфраструктурою (транспортна доступність пунктів і об'єктів, наявність готельної та ресторанної інфраструктури і т.д.), та **вибір переліку туристичних підприємств** – виконавців послуг (вибір виду транспорту, підприємства розміщення або місце стоянки (кемпінгу), підприємств, що здійснюють трансфер та туристичний супровід). Результат етапу – розроблений туристичний пакет.

**3. З'ясування змісту та/або переліку екскурсій**, об'єктів показу, туристичних походів, прогулянок, комплексу дозвіллевих заходів. Результат даного етапу – сформований комплекс послуг на маршруті та можливості туриста щодо отримання додаткових туристично-екскурсійних послуг.

**4. Розрахунок часу** необхідного для: подолання відрізків шляху, огляду об'єктів показу, тривалості екскурсій, організації харчування та розміщення, в результаті чого визначається необхідний термін надання послуг кожним підприємством-виконавцем послуг, тривалості перебування в кожному із пунктів маршруту.

**5. Визначення суб'єктивних обмежень,** які впливають із можливостей туристичного підприємства (наявності транспортних засобів та їх технічних характеристик, договірних угод з підприємствами, що надають послуги, наявного персоналу).

**6. Корегування маршруту та інших складових туру** відповідно до можливостей конкретного туристичного підприємства, визначення необхідної кількості транспортних засобів, кількості туристів, які беруть участь у подорожі, необхідності в інструкторах-методистах з туризму, екскурсоводах, гідах-перекладачах, іншому обслуговуючому персоналі і необхідної додаткової їх підготовки. Результатом є розроблений тур.

**7. Складання програми обслуговування туристів.** Тобто викладення хронометрично упорядкованої послідовності надання визначних раніше послуг із зазначенням часу їх початку і закінчення. При складанні програми необхідно враховувати наступне:

- загальний ліміт часу програмного забезпечення становить, залежно від контингенту туристів, 12-14 годин (молодші та старші вікові групи повинні мати більше часу на відпочинок вночі, та можливість відпочити вдень), програмою повинен забезпечуватись відпочинок: мінімум 8 годин вночі та певний час після харчування;
- при складанні програм треба керуватися нормативними витратами часу на поселення (включаючи трансфер), харчування (сніданок – 30 хв., обід – 60 хв., вечеря – 45 хв.), екскурсійне обслуговування (тривалість екскурсії коливається в залежності від її характеру, тематики, використовуваних засобів переміщення від 1 до 3 годин), дозвіллеві заходи (тривалість спектаклю, концерту тощо);
- витрати часу на транспортування між основними пунктами маршруту визначаються відповідно до умов обраної схеми;
- програма повинна бути варіативною: включати екскурсійні програми вільного вибору та інші форми вільної організації дозвілля [8].

Слід зауважити, що навіть на останньому етапі можуть змінюватись деякі параметри туристичного продукту, що проектується. Це пов'язано з тим, що часові обмеження в туризмі грають одну із найвагоміших ролей.

Зміст та послідовність етапів варіюється в залежності від виду туристичного продукту.

Особливістю *проектування туристичного походу* є:

- проведення експедиційного обстеження району і маршруту туристичного походу;
- підготовка проектів розміщення та обладнання туристичних притулків і стоянок на трасі туристичного походу;
- розрахунок необхідної кількості туристичного інвентарю, спорядження і транспортних засобів;
- визначення заходів з безпеки туристичного походу.

Розробка трас походів повинна здійснюватись на територіях зі сприятливими природними умовами, які відповідають екологічним і санітарно-гігієнічним нормам і вимогам, встановленим чинною нормативною документацією, а також із врахуванням реальних можливостей розвитку конкретного виду туризму [5].

*Проектування екскурсій* передбачає визначення:

- тематичної спрямованості;
- об'єктів огляду;
- тривалості екскурсій;
- обсягу інформації;
- способу пересування на маршруті екскурсій;
- результатів соціологічного вивчення пропозицій екскурсантів щодо поліпшення умов обслуговування.

Конкретні вимоги до процесу обслуговування туристів не можуть бути нижчими вимог чинних нормативних документів [5].

**Розробка технологічної документації.** Результатом проектування туристичної подорожі є технологічні документи (технологічні карти, інструкції, правила, регламенти та ін.)

Результатом *проектування туристичного продукту* є наступні технологічні документи туристичного підприємства:

- ***технологічна карта туристичної подорожі – технологічний документ, який визначає зміст програми та умови обслуговування туристів на конкретному маршруті*** (Додаток А);
- графік завантаження туристичного підприємства (Додаток Б);
- інформаційний листок до туристичної путівки, який надається споживачу (Додаток В) [5].

Документальною основою проектування туристичного походу є звіт про проведення експедиційного дослідження маршруту туристичного походу (Додаток Д), а також матеріали соціологічного вивчення побажань туристів з обслуговування на даній трасі [5].

Результатом проектування туристичного походу є паспорт траси туристичного походу (Додаток Е). ***Туристичною трасою є затверджений і відповідним чином обладнаний маршрут*** [5].

Результатом *проектування екскурсії* є наступні технологічні документи:

- ***технологічна карта екскурсії – технологічний документ, який визначає логічну послідовність огляду визначних об'єктів на маршруті*** (Додаток Ж);
- ***контрольний текст екскурсії – технологічний документ, який включає науковий, актуалізований зміст інформації, яка надається екскурсантам.*** На основі контрольного тексту екскурсовод складає індивідуальний текст, який відображає особливості і можливості екскурсовода і такий, що відповідає інтересам конкретних екскурсантів;
- матеріали ***«портфелю екскурсовода» - комплекту інформаційних матеріалів (фотографій, копій документів, географічних map, схем,***

*репродукції з картин та ін.), які використовує екскурсовод в ході екскурсії;*

- схема траси маршруту транспортної екскурсії (Додаток К) [5].

**Визначення методів контролю якості.** В документації з контролю якості повинні бути встановлені форми, методи й процедура організації контролю за здійсненням процесу обслуговування туристів з метою забезпечення його відповідності запроєктованим характеристикам.

Проектування контролю якості включає:

- визначення ключових моментів в процесі обслуговування, які суттєво впливають на характеристики послуги;
- визначення методів коректування характеристик послуги;
- визначення методів оцінки характеристик, що контролюються [5].

**Аналіз проекту** є завершальним етапом проектування і має на меті підтвердити, що:

- характеристики послуги, що проектується, забезпечують безпеку для життя і здоров'я туристів і охорону навколишнього середовища;
- вимоги до процесів обслуговування туристів відповідають запроєктованим характеристикам;
- методи контролю якості забезпечують об'єктивну оцінку характеристик процесів обслуговування.

Аналіз проекту здійснюють представники відповідних функціональних підрозділів туристичного підприємства. Цей процес спрямовано на виявлення і своєчасне усунення неспівпадань в проекті. Результатом аналізу проекту є уточнення змісту технологічної документації туристичного підприємства [5].

**Затвердженням проекту** завершується робота над ним. Документація на спроектовані туристичні послуги і процеси обслуговування туристів узгоджується із замовником і затверджується керівником туристичного підприємства [5].

Після затвердження проекту туру здійснюється розрахунок його вартості. В стратегії ціноутворення туристичного оператора найчастіше використовують витратний метод, тобто формування ціни, спираючись на витрати.

Витрати підприємства розділяють на прямі та загальні (непрямі). Прямі витрати – це ті, які змінюються в залежності від кількості туристів. До них відносяться: витрати на проживання, на харчування, на вхідні квитки, квитки на транспорт, а також прямі податки та збори та інше.

Загальні витрати – це ті, які витрачаються на всіх туристів разом, вони залишаються незмінними як для одного туриста, так і для багатьох. До них відносяться: витрати на оренду транспортного засобу, паливо, заробітну плату персоналу, витрати на рекламу конкретно по даному продукту, непрямі податки та збори і т.д.

Окрім того, існують загальні витрати підприємства: адміністративні, в тому числі, на маркетинг, на утримання офісу, на заробітну плату та соціальні виплати персоналу. Дані витрати неможливо віднести окремо на конкретний турпродукт, а тому їх розподіляють відповідно до обраної бази на всі путівки, що продаються. Частку загальних витрат підприємства, яку необхідно віднести на дану путівку, можна розрахувати у вигляді коефіцієнту  $K_{звн}$ , який обчислюється за формулою 1, на основі показників попереднього періоду.

$$K_{звн} = 3B_n / ВП + 1, \text{ де} \quad (1)$$

$K_{звн}$  – коефіцієнт загальних витрат підприємства;

$3B_n$  – загальні витрати підприємства, грн.;

$ВП$  – всі витрати підприємства, грн.

Собівартість туристичної путівки можна розрахувати за наступною формулою:

$$B = (ПВ * N + 3B_m) K_{звн}, \text{ де} \quad (2)$$

$ПВ$  – прямі витрати на одного туриста, грн.;

$N$  – кількість туристів в групі, осіб;

$ZB_m$  – загальні витрати на тур, грн.;

$K_{зеп}$  - коефіцієнт загальних витрат підприємства.

Ціна туру, окрім всіх витрат, включає прибуток підприємства-виробника, комісійні винагороди посередникам. В такому випадку на підприємствах туризму найбільш часто використовуються наступні методи ціноутворення: витратний метод – на розраховану собівартість продукції робиться націнка (у відсотках), конкурентний метод – ціни встановлюються відповідно до цін конкурента (як правило, цим методом користуються малі підприємства).

### **3.4. Договірні відносини при здійсненні туристичної діяльності**

У процесі організації турів та формування туристичного продукту туроператор змушений вступати в договірні відносини та укладати угоди з іншими учасниками туристичної діяльності. Договірні відносини туроператора розділяються відповідно до технологічних циклів діяльності. Найбільша кількість угод укладається в циклі виробництва туристичного продукту (договори з постачальниками послуг та товарів), в циклі реалізації укладаються агентські угоди, а також договори франшизи (продаж бренду, ліцензії) і договори з туристами (про туристичне або екскурсійне обслуговування). Цикл споживання туристичного продукту передбачає договори про співробітництво зі страховою компанією щодо страхування туристів під час подорожі, а також укладання угоди з банківською або іншою фінансовою установою щодо фінансового забезпечення гарантій туристичного підприємства.

#### **3.4.1. Варіанти угод між туроператором та готельним підприємством**

Співпраця між туроператором та готельним підприємством може бути організована за різними варіантами, серед яких: оренда готелю, купівля блоку



місць на умовах комітменту, купівля блоку місць на умовах елотменту, робота на умовах безвідкличного бронювання, робота на умовах підвищеної комісії, робота на умовах пріоритетного бронювання, разові заявки на умовах стандартної комісії. Їх вибір обумовлюється цілями туроператора та готельєра, їх очікуваннями від даного співробітництва, тривалістю перебування на місцевому ринку, матеріальними можливостями сторін, готовністю сторін ризикувати та іншими факторами.

*Оренда готелю* передбачає обмін права готельєра на користування готельними номерами, за що туроператором сплачується (одноразово або періодично) сума орендної плати. Економічний сенс цієї угоди не тільки в придбанні туроператором права користування готельними номерами від свого імені і задля власної політики ціноутворення, але й у переносі ризику комерційної діяльності готельєра (насамперед, пов'язаного з загрозою простою кімнат) у повному обсязі на оператора, що жадає від власника готелю серйозного дисконту в ціні кожної кімнати. У ряді випадків вартість кімнат, що продаються операторові на умовах оренди готелю, може бути на 40-60% нижче ціни стойки готелю, що планувалася, у відповідному сезоні. ***Ціна стойки готелю – вартість усього номерного фонду готелю за умови його продажу в роздріб.*** Незважаючи на суттєві знижки, готельєри рідко не приймають пропозиції операторів щодо оренди готелю, оскільки в результаті подібної угоди, власник готельного підприємства звільняється від будь-якого ризику, пов'язаного з простоем кімнат, одержує значну передоплату ще до початку курортного сезону, що дозволяє йому максимально приготувати як інфраструктуру, так і персонал готелю до прийому туристів. З іншого боку, незважаючи на значний ризик, прийнятий туроператором, він отримує шанс продавати тури з проживанням в орендованому ним готелі за мінімальну для свого туристичного ринку ціну, що дозволить йому встановити свої позиції як найбільшого і найвпливовішого оператора за даним напрямком.

Під час оренди готелю готельєр зобов'язаний продовжувати керування готелем, контролювати надання заявлених послуг гостям (прибирання номерів, зміну білизни, room-сервіс, роботу всієї готельної інфраструктури з надання додаткових послуг), оплачувати у повному обсязі комунальні платежі, податкові збори і т.д. Єдиним виключенням з повсякденної роботи є його повне невтручання в процедуру бронювання номерів і розрахунків з відвідувачами (крім оплати ними додаткових послуг, вартість яких не входить у ціну оренди, наприклад, користування тренажерним залом або басейном), якими протягом усього терміну оренди займається туроператор.

Окрім класу готелю, категорій орендованих номерів, розміру номерного фонду та інших технологічних характеристик, на розмір орендної плати, що виставляється готельєром, суттєво впливає термін оренди: чим він довше і чим більше несезонних або міжсезонних днів він охоплює, тим меншим буде розмір орендної плати. Очевидно, що найнижчою буде орендна плата на умовах цілорічної оренди, найбільш високою - у випадку оренди готелю тільки на високий або піковий сезони. Мають вплив також умови оплати: найбільший дисконт отримує оператор, який здійснює стовідсоткову передоплату.

Перед підписанням договору про оренду туроператор планує і передає готельєру графік заїзду постояльців, у якому вказуються: планова тривалість заїздів, дати заїзду і виїзду гостей у планованому сезоні. Чим тривалішими будуть плановані заїзди, тим рідше будуть змінюватися туристи, отже, менше буде потрібно зусиль служб орендованого готелю на генеральне прибирання і підготовку номерів до прийому нових туристів. У цьому випадку в туроператора з'являється причина вимагати додаткового дисконту з боку готельєра.

Багато туристичних операторів, орендуючи готель, власними силами організують анімаційні програми для туристів, наймають персонал для роботи на кухні, у ресторані, службі розміщення і сервісу. Це, безперечно, вигідно туроператору, оскільки, що б він не удосконалив в готелі, усе це піде на

користь його ж туристам, надасть йому додаткові переваги в порівнянні з конкурентами. Це також вигідно і готельєру, оскільки завдяки зусиллям туроператора він звільняється від необхідності власних витрат на виконання цих заходів [9].

*Купівля блоку місць на умовах комітменту* - це найбільш розповсюджена форма роботи туристичного оператора і готелю. Насамперед, її популярність пояснюється набагато меншими, у порівнянні з орендою готелю, витратами і ризиком туроператора.

***Блок місць – це кількісно і тимчасово обмежена сукупність ліжко-місць в готелі, матеріальну відповідальність за продаж яких перед готельєром несе туристичний оператор.*** Будь-який блок місць має наступні характеристики:

- кількість номерів і їхня категорія (тобто перелік кімнат із зазначенням їх категорійної приналежності, право користування якими належить операторові);
- тривалість блоку місць (вказуються дати початку і закінчення терміну, протягом якого оператор має право від свого імені торгувати кімнатами, що купує);
- розмір дисконту, наданий готельєром (величина знижки з кожного ліжко-дня проживання, що пояснюється переходом ризику простою номерів з готельєра на туроператора).

В залежності від умов продажу блоки підрозділяють на кілька видів:

- *строго фіксовані* – туроператор отримує конкретні номери, список яких вказується в додатку до договору купівлі блоку. У результаті оператор знає не тільки категорію і місткість номера, але і поверх, на якому номер розташований, куди виходять вікна цих номерів, специфіку номерів і т.д.;
- *вільно фіксовані* – туроператор отримує кімнати конкретної категорії або місткості без фіксування їхнього номера. Це означає, що клієнти туроператора можуть розселятися в різних номерах, на різних поверхах

готелю за розпорядженням готельєра, але при умовах повного збігу категорії і місткості номерів.

В залежності від ступеню прийнятого туроператором ризику блоки можна класифікувати на тверді і м'які:

- *твердий блок місць* в готелі передбачає повну матеріальну відповідальність туроператора за продаж заявленого й оплаченого блоку протягом всього терміну блокування. У випадку погіршення кон'юнктури туристичного ринку, через який знизився обсяг продаж туроператора і збільшився простій кімнат, збитки цілком лягають на туроператора, а його відмова від блоку до закінчення терміну дії договору без штрафних санкцій неможлива;
- *м'який блок місць* передбачає такі умови роботи туроператора, що дають можливість відмови у визначений термін до планованого заїзду (звичайно 7-14 днів) від частини або від цілого блоку у випадку, якщо реальний обсяг продаж туроператора виявився значно меншим запланованого. Сповіданий про зміну розміру блоку готельєр має можливість з меншими збитками реалізувати номери на місці, або через інших туроператорів, не вимагаючи при цьому оплати "згорілих" номерів від відмовника.

В залежності від розміру блоків, що отримуються, вони можуть бути:

- ексклюзивні (у випадку, якщо розмір блоку перевищує половину номерного фонду готелю);
- великі (розмір блоку від 30 до 50% номерного фонду готелю);
- значні (розмір блоку від 15 до 30% номерного фонду готелю);
- незначні (до 15% номерного фонду).

Комітмент-умови придбання блоків кімнат полягають у повній або частковій (не менш ніж 50%) передоплаті заявленої кількості номерів безпосередньо перед сезоном, а також у практичній неможливості туроператора відмовитися від заявленого блоку до закінчення терміну комітменту. Ризик реалізації кімнат цілком лягає на туроператора, будь-який простій номерів готельєром не компенсується, а виплачена оператором сума не повертається ні

в якому вигляді (ні у формі грошової компенсації операторові, ні у формі продовження комітменту або переносі вартості непроданих номерів на наступний сезон).

Комітмент-умови вигідні для готельєра, тому що дають йому можливість одержання готівки за майбутній продаж своїх кімнат ще до початку сезону, що дозволяє йому більш продуктивно приготувати готель до зустрічі туристів (набрати необхідний штат працівників, провести ремонтні роботи, закупити необхідне обладнання) і знімають можливий ризик простою номерів. З іншого боку, комітмент дозволяє туроператору одержати досить великий дисконт на вартість ліжко-дня в готелі, в обмін на прийнятий їм у повному обсязі ризик готельєра.

Розміри дисконту з кожного ліжко-місця на комітмент-умовах залежать від тих же факторів, що й оренда готелю.

Як правило, оренда готелю та угода на комітмент-умовах придбання блоків місць є формою співробітництва туроператора та сезонного готелю. У випадку сильної залежності завантаженості готелю від сезону у туроператорів з'являється можливість, орендуючи готель, домогтися розміру орендної плати, або купити комітмент, що базується на середньорічній ціні (яка трохи - на 20%-30% - вища вартості ліжко-місця в несезон, але набагато - на 50-70% - нижча ціни ліжка в сезон). Настільки вигідна для туроператорів ціна послуг готелю дозволяє останнім одержувати протягом сезону надприбуток, що перекриває витрати оператора, пов'язані з можливим простоем номерів. З іншого боку, придбання комітментів або оренда цілорічного готелю (тобто, готелю, заповнюваність якого мало залежить від сезону, наприклад, міські або екскурсійні готелі, санаторії, ділові готелі) менш вигідні для туроператора, оскільки ціни на проживання в цих готельних підприємствах незначно міняються протягом року, що знижує можливість одержання надприбутків оператором [9].

У випадку *елотменту* оператор заявляє про розміри і тривалість власного блоку місць, однак не оплачує його попередньо, а одержує можливість вносити оплату готельєру безпосередньо перед кожним заїздом туристів. Працювати на умовах елотменту звичайно погоджуються або маловідомі, або непопулярні серед туристів готелі, або в низький сезон. При елотменті сторони домовляються про планований блок, готельєр ставить номери оператора в постійну резервацію, однак гроші за зарезервовані кімнати готель одержує безпосередньо перед кожним новим заїздом туристів (графік заїздів туристів узгоджується сторонами під час підписання договору). Це значить, що до закінчення обговореного терміну (звичайно це 7-14 днів) до моменту заїзду туристів, оператор інформує готельєра, передає інформацію про осіб, які заїжджають, і необхідну суму оплати за резервування кімнат. У випадку твердого блоку місць, розмір оплати за елотменти постійний, що не залежить від реальної кількості заїжджаючих (оператор просто сплачує свій блок кімнат за термін типового заїзду). Якщо ж блок місць м'який, операторові може бути надана можливість не оплачувати незаповнені номери або, навпаки, збільшити кількість кімнат, що резервуються на термін визначеного заїзду, у випадку поліпшення кон'юнктури туристичного ринку.

Як видно з визначення, робота на елотмент-умовах (особливо при м'якому блоці місць) менш вигідна для готельєра (власники популярних готелів у пікові сезони ніколи не погоджуються на елотмент), оскільки ризик простою кімнат залишається на ньому, отже, і розмір дисконту з кожного ліжка-дня в порівнянні, наприклад, з комітментом, сильно зменшиться. З іншого боку, елотмент дозволяє працювати з готелями дрібним туроператорам, що не мають фінансової і ринкової можливості для оренди готелю або придбання комітментів, даючи їм можливість заробляти нехай набагато менші, але все-таки гроші.

Розмір плати за елотментом залежить від тих же умов, що і комітмент. Однак, тут великий вплив робить факт того, який блок - твердий або м'який -

заявляє туроператор (елотмент за твердим блоком порівняємо з орендою визначеної кількості кімнат, плата за яку вноситься з періодичністю, рівною одному заїздові туристів), і яка буде середня тривалість заїздів, що плануються ним, (чим більша тривалість заїздів, тим більші кошти за кімнати буде одержувати готельєр одноразово, отже, тим більшим буде шанс оператора одержати гарний дисконт).

У практиці роботи туроператорів з готелями комітмент і елотмент-умови найчастіше доповнюють один одного. Так, виходячи із власних можливостей, оператор, звичайно, здобуває комітментів на 20-30% від розміру регулярних відправлень, добираючи необхідний обсяг елотментами. Це хоч і приводить до деякого подорожчання готельних послуг, що купуються, однак, значно знижує ризик туроператора і не вимагає від нього "заморожування" великих грошових сум перед сезоном. У подальшій роботі оплату готельних послуг, що входять у турпакет, він або цілком залишає собі (оренда або комітмент-умови), або перераховує готельєру перед заїздом туриста (елотмент-умови).

*Робота на умовах безвідкличного бронювання є менш ризикованою у порівнянні з комітментами і елотментами формою співробітництва туроператорів з готелями. Суть її полягає в резервуванні туроператором визначеної кількості кімнат на порівняно невеликий часовий період (найчастіше, на святкові, або на інші пікові дати) із вказівкою у заявці крайнього терміну оплати броні. При цьому відмова туроператора від заброньованих номерів без сплати ним штрафних санкцій неможлива (безвідкличне бронювання). На практиці безвідкличне бронювання здійснюється туроператором під прізвища неіснуючих клієнтів (так звані, "мертві душі"), що нібито заїжджають у зазначені дати в готель. Гарантії своєчасної оплати броні не пізніше зазначеного в заявці на резервування терміну підкріплюються (за вимогою готельєра) відповідним гарантійним листом. Після підтвердження бронювання готелем туроператор починає реалізовувати кімнати з єдиною метою - акумулювати необхідну для повної і*

своєчасної оплати зарезервованих кімнат суму коштів. У випадку успішного продажу номерів оператор, оплативши вартість кімнат, під різними приводами змінює особисті дані приїжджих на відповідні реальності і реалізує тур. У випадку ж неповного продажу кімнат оператор або оплачує ціну номерів, що пустують, готельєру, або, за узгодженням із готельєром, відмовляється від них зі сплатою визначеного розміру штрафних санкцій.

Безвідкличне бронювання вигідне для туроператорів, оскільки воно максимально знижує їхній ризик (номери резервуються на зручні для туроператора дати заїзду в найбільш популярні серед туристів дати, а не на тривалий період), і при цьому залишає операторові можливість розпоряджатися номерами від свого імені без постійних перевірок наявності в продажу кімнат на “гарячі” дати у готельєра. До того ж, безвідклична бронь не вимагає великої передоплати, даючи туроператору відстрочку і шанс оплачувати зарезервовані кімнати за рахунок уже реалізованих турів.

З іншого боку, це вигідно і готельєру, що все-таки перекладає ризик з реалізації кімнат на туроператора і, до того ж, не змушений давати партнерові великий дисконт.

Безвідкличне бронювання буває двох видів:

- *строго фіксоване* - резервування кімнат на конкретні дати без можливості туроператора змінювати дати або тривалість заїздів;
- *бронювання, що пролонгується* - це безвідкличне бронювання, при якому туроператор має можливість перенести на більш пізній термін дати заїзду без сплати готельєру штрафних санкцій. Оператор вдається до пролонгації резервування у випадках, коли він реально оцінює ризик неповного продажу номерів на спочатку встановлені дати, однак вважає, що він реалізує зарезервовані кімнати на нові дати заїзду за рахунок додаткового часу.

*Робота на умовах підвищеної комісії* туроператором не є схемою співробітництва готельєра і оператора, заснованої на прийнятті останнім цілком



або частково ризику по реалізації заявленої кількості кімнат. Характерна риса як підвищеної комісії, так і двох нижченаведених форм співробітництва - це резервування й оплата кімнат під конкретного, згодного з умовами туру клієнта, який передоплатив або навіть цілком оплатив вартість послуг туроператору. Це виключає ризик у роботі туроператора (навіть у випадку відмови клієнта від туру штрафні санкції туроператора перекладаються на тих, хто відмовився), хоча і значно скорочує розміри знижок готельєра. У цих випадках прийнято говорити не про дисконт, а про просту комісійну винагороду оператора з боку готельєра.

***Комісійна винагорода (комісія) - є визначений розмір (звичайно в процентному вираженні) вартості номера, установлюваний готельєром, що формує дохід туроператора з кожного проданого ліжка-місяця.***

Економічний зміст комісійної винагороди полягає в наступному:

- комісія дозволяє туроператорам торгувати готельними послугами за цінами, що не перевищують ціну стойки самого готелю у відповідний сезон. Така політика готельєра додає сенсу звертанням туристів і агентів до туроператора, а не безпосередньо в готель, для купівлі готельних послуг. Одержуючи комісійну винагороду від готельєра за кожне реалізоване місце, туроператор одержує можливість торгувати на своєму ринку послугами готелю (одичними або в складі турпаketу) за ціною самого готелю, не зачіпаючи при цьому своїх комерційних інтересів;
- комісія є найбільш розповсюдженим засобом стимулювання торговельної активності туроператорів, котрі працюють з готелем.

Варто окремо відзначити, що туроператору логічно вибирати форму співробітництва на комісії у випадках, коли:

- послуги даного готелю входять до складу індивідуальних турів. Це означає, що якщо обсяги реалізації турів, орієнтовані на проживання в конкретному готелі, малі, туроператору немає необхідності зв'язувати себе жорсткими умовами придбання блоків місць у цьому готелі. Оренда й оплачені блоки

мають сенс тільки у відносинах з готелями, проживання в яких входить у масові тури оператора;

- готель має найвищу популярність серед туристів. У цій ситуації готельєр, максимально упевнений у повному продажі своїх номерів у сезон, сам не погодиться на умови оренди або покупки блоків місць з дисконтом або ж запропонує операторам схеми роботи, що не обіцяють одержання ними надприбутку. В економічному сенсі це означає, що готельєр низько оцінює власний ризик простою кімнат і тому ніколи не запропонує приймаючим його ризик операторам високий розмір знижок;
- середня вартість послуг готелю надзвичайно висока (це актуально по відношенню до готелів класу люкс і більш комфортабельних). У цьому випадку не знайдеться не тільки впевнених у повній реалізації викуплених кімнат у дорогому готелі, але і заможних, тобто готових "заморозити" дуже солідну суму засобів перед початком туристичного сезону, туроператорів.

Розмір комісійної винагороди, що встановлює готельєр, залежить від ряду факторів, з яких найважливішим є обсяг клієнтів, що поставляються оператором [9].

*Робота на умовах пріоритетного бронювання* має не стільки економічний зміст, скільки являє собою фактор, що значно полегшує повсякденну роботу оператора, пов'язану з разовим бронюванням кімнат в готелі. Під цією формою співробітництва оператора і готельєра розуміється те, що останній розглядає і підтверджує заявки оператора позачергово і з максимальним пріоритетом. Пріоритет заявки означає, що служба бронювання готелю може підтверджувати заявки оператора на шкоду інтересам інших туроператорів, що мають у цьому готелі заброньовані, але неоплачені кімнати. Право пріоритетного бронювання звичайно нічим не оформляється, у більшості випадків ним наділяють туроператорів, що мають позитивний досвід роботи з даним готелем, налагоджені особисті зв'язки з готельєром. Однак, одержання оператором

такого права сильно сприяє підвищенню ефективності його роботи, оскільки дає операторові впевненість у підтвердженні практично будь-якої заявки [9].

*Разові заявки на умовах стандартної комісії* – найбільш примітивна форма співробітництва готелю й оператора, не пов'язана ні з прийняттям оператором певних обов'язків або ризику, ні з наданням готельєром додаткових знижок. Резервування номера оператором відбувається під бажання конкретного клієнта, який або вніс передоплату, або оплатив готельну послугу повністю. На практиці оператор відсилає в службу бронювання заявку встановленого зразка, у якій повідомляє готельєру крім своїх власних ідентифікаційних даних (звичайно заявка друкується на фірмовому бланку оператора) інформацію про осіб, які заїжджають, час і дати заїзду і виїзду, кількість туристів, умови їхнього поселення в готель (категорії і місткість номерів), надання додаткових послуг (харчування, трансфер і т.д.). Також у заявці робиться розрахунок вартості послуг готелю з урахуванням встановленої готельєром комісії (її розмір вказується в договорі про взаємне співробітництво сторін). Одержавши й обробивши заявку туроператора, готель висилає йому підтвердження бронювання (яке є доказом прийняття готельєром відповідальності за належне надання заявлених умов), а також рахунок на оплату готельних послуг з урахуванням комісійної винагороди оператора.

Робота з разових заявок на практиці може будуватися двома способами - з оплатою послуг туроператору і з оплатою послуг на місці. У першому випадку оператор приймає від клієнта повну оплату вартості готельних послуг і до закінчення встановленого в підтвердженні бронювання терміну оплачує рахунок готельєра, залишаючи собі розмір своїх комісійних. У другому випадку розрахунок клієнта, оператора і готелю відбувається безпосередньо на стійці готельного підприємства. При цьому розмір комісійної винагороди автоматично зараховується на спеціально відкритий для туроператора рахунок в готелі. Після закінчення визначеного терміну (звичайно раз на місяць) працівниками оператора і готелю складається акт звірки виконаних робіт, у

якому відзначається сума комісійної винагороди туроператора за минулий період. Позначена сума або переводиться на рахунок туроператора, або може накопичуватися і далі [9].

### 3.4.2. Варіанти угод між туроператором та авіакомпанією

Співробітництво туроператора з авіакомпанією теж може відбуватися за декількома сценаріями. Забезпечення перевезення туристів авіаційним транспортом може відбуватися шляхом укладання між оператором та авіакомпанією договору на квоту місць на регулярних авіарейсах, підписання агентської угоди або у формі чартеру, що залежить від масовості турпотoku, сезонності, можливостей туроператора та інших факторів.

*Договір з авіакомпанією на квоту місць на регулярних авіарейсах* включає:

- графік турів у напрямку "туди" і "назад" із вказівкою місць призначення;
- кількість туристів у кожній групі (квоти місць);
- терміни подачі заявок і викупу авіаквитків;
- терміни скасування замовлень на квитки без утримання штрафів (м'який блок);
- види тарифів на квитки, що викупуваються, пільгові тарифи, умови надання пільгових тарифів;
- знижки і пільги на квоту місць;
- порядок і терміни повернення викуплених, але невикористаних квитків, матеріальна відповідальність, що впливає з термінів повернення (м'який блок) [2].

Квота місць, або інакше блок місць, може бути твердою або м'якою. Це впливає на умови договору і спеціальні пільги і знижки. При *твердій квоті* місць уся відповідальність за нереалізацію місць блоку лягає на туроператора незалежно від причини нереалізації. Фінансові втрати несе турфірма. При *м'якій квоті* місць установлюються терміни можливого відмовлення туристської фірми від квоти або частини квоти місць через нереалізацію

туристських путівок. Ці терміни передбачають можливість подальшої реалізації цих місць самою авіакомпанією або її іншими агентами.

*Агентська угода з авіакомпанією.* У принципі, деякі авіакомпанії вважають своїми агентами всі туристські фірми, що мають з ними договір на квоту місць. Однак, у чистому виді агентська угода надає туристичній фірмі право самостійно виступати як агентство авіакомпанії з продажу авіаквитків (як для своїх туристів, так і просто продаж), що спрощує і прискорює процедури бронювання й оформлення проїзних документів. Туристична фірма сама виступає в якості каси з продажу квитків авіакомпанії, тобто сама виписує квитки, має відповідне комп'ютерне устаткування і право доступу до мережі бронювання даної авіакомпанії. Цей вид роботи з авіаквитками називається "*робота зі стоком авіаквитків*".

Авіакомпанія в особі даної турфірми має додатковий пункт продажу (однією з умов агентської угоди звичайно є переважний продаж під тури квитків саме цієї авіакомпанії).

Агентська угода з авіакомпанією передбачає вирішення наступних питань:

- хто і на яких умовах забезпечує устаткування для оформлення авіаквитків, бланки авіаквитків;
- підготовка кадрів для обслуговування цього устаткування;
- обсяги продаж найчастіше встановлюються індивідуально - за кількістю квитків на місяць (наприклад, не менш ніж 10 - 200 квитків на місяць) або по виторгу від продаж (від 10 до 200 тис. дол. США і більше у різних авіакомпаніях);
- межі можливих продаж (регіонально або за сегментами споживачів);
- за чиєю ціною продаються авіаквитки – за ціною авіакомпанії або за ціною турагентства (найчастіше – за ціною авіакомпанії);
- ціни і тарифи продаж авіаквитків;
- умови оплати авіаквитків – передплата або оплата в міру продажу (у деяких авіакомпаніях передплата встановлюється за групи туристів);

- розмір комісійної винагороди за продаж авіаквитків (до 9 % вартості проданих квитків);
- терміни і регулярність подачі звітів авіакомпанії, їхня форма і необхідна документація в додатку (звичайно 1 або 2 рази на місяць);
- розмір банківських гарантій на користь авіакомпанії або Міжнародної асоціації повітряного транспорту (ІАТА) (від 20 тис. дол. США);
- членство в ІАТА [1].

При організації *чартерних авіап перевезень* замовник з авіакомпанією визначає маршрут, з ним оговорюються обов'язки сторін, з'ясовується відповідність орендного договору міжнародним правилам, визначається вартість рейсу. Потім укладається спеціальний чартерний договір, у якому оговорюється:

- вид (марка) літака;
- число місць для продажу;
- вартість оренди літака;
- маршрут із вказівкою аеропортів вильоту і прибуття;
- термін дії договору (сезон, рік або ін.);
- регулярність здійснення авіарейсів;
- можливість і граничні терміни зняття (скасування) авіарейса і відповідні санкції [2].

Чартери як форму організації транспортного обслуговування туристів поділяють на три групи.

1. Спеціальні чартери – форма авіатранспортного обслуговування, що передбачає перевезення групи людей у різні місця. Літаки впродовж мандрівки перебувають у розпорядженні організації, яка обслуговує туристів. Спеціальні чартери вводять для обслуговування мандрівників, які їдуть на особливі події, конгреси, симпозіуми, спортивні змагання і т.д.

2. Чартерні круїзи, що обслуговують туристів і відвідують різноманітні місця. Під час подорожі групу супроводжує один і той самий транспортний засіб.
3. Чартери “туди й назад” – широко використовують в авіаційному транспорті. Їх ще називають “чартерними ланцюгами”. Під час цих польотів, що відбуваються у визначений час (двічі або раз на тиждень), чартерні літаки здійснюють польоти до конкретного місця і назад [2].

Особливість чартерів така, що один повний рейс (другий і передостанній польоти – перший зворотний після першого завезення й останній туди перед останнім вивозом) виконується без туристів: на останньому рейсі літак забирає останніх туристів, але не привозить нових, тому що він уже за ними не повернеться (тобто на 10 туристських заїздів приходяться 11 авіарейсів). Тут діє формула  $N + 1$ . Таким чином, найбільше число польотів за період дії авіачартерної програми знижує витрати на рейс, що випадає, а виходить, і знижує перевізний тариф.

Варто зауважити, що в сезон реально організувати 20 заїздів (при щотижневих польотах). Однак чартер можна пускати і з частотою 2 рази в тиждень – тоді кількість польотів за сезон зростає до 40. Це значно знижує тариф, але недоступно по завантаженню абсолютній більшості туроператорів. Цим і пояснюється виникнення на ринку туристичних перевезень "проміжних" підприємців – фірм-оптовиків (wholesalers), що консолідують у своїх руках великі чартери і розподіляють їх надалі серед більш дрібних фірм у вигляді блоків-чартерів (по 10-30 місць). Продаж блоків місць на свій чартер туроператор-оптовик, як правило, проводить за трьома відпрацьованими варіантами: твердий, м'який і комбінований блоки місць.

М'який блок, при якому замовник не має ніякої фінансової відповідальності і має право в заздалегідь обговорений термін цілком або частково відмовитися від своїх місць, найбільш зручний для турпідприємства. Однак, якщо відмова відбудеться пізніше встановленого терміну, то замовник має виплатити штраф.

Твердий блок передбачає строгі договірні зобов'язання по термінах продажу й оплаті. Замовник вносить передоплату, розмір якої звичайно включає суму вартості двох парних рейсів. Тарифи при реалізації твердого блоку бувають приблизно на 5-10 % нижчі, ніж при реалізації м'якого. До того ж, при договорі на твердий блок оператор і агент фіксують ціну на весь період дії чартеру, що дає гарну можливість реалізаторам варіювати ціни у "високий" період сезону і наприкінці його.

Найбільш поширений продаж місць на чартерні рейси так званим комбінованим способом, що поєднує у собі елементи двох вищезгаданих варіантів. Загальне число місць, що входять у реалізований блок, поділяється у визначеній пропорції на дві частини: одна з яких реалізується за "твердою" системою, а інша – за "м'якою".

Часто у ролі ініціатора чартерної програми виступає не один, а декілька туроператорів. При цьому вони заздалегідь оговорюють між собою умови організації польотів.

Нормальні стосунки з авіакомпаніями при оренді повітряного судна передбачають його оплату відповідно до контракту з обов'язковим підведенням балансу після кожного польоту.

Підписуючи договір про організацію чартеру, авіакомпанія майже завжди ставить туроператора в жорсткі умови. Насамперед, від фірми потрібна передоплата. Який би не був її максимальний розмір, авіакомпанія завжди наполягає, щоб заздалегідь були оплачені перший і останній рейси чартерного циклу. У такий спосіб вона страхує себе і раніше завезених туристів від можливих неплатежів. Оплата рейсів оговорюється заздалегідь і здійснюється, як правило, за 7-10 днів до початку польоту. У випадку несвоєчасної оплати, відповідно до договору, компанія в праві виставити замовникові штрафні санкції або розірвати з ним наявні договірні відносини [1].



### 3.4.3. Варіанти угод між туроператором і залізничною компанією

Існує декілька варіантів угод між туроператором та залізничною компанією: замовлення місць у регулярних потягах, організація чартерних потягів та спеціальних туристських потягів.

*Перевезення туристів графіковими (регулярними) потягами здійснюються на правах звичайних пасажирів по залізничних квитках. За винятком приміських потягів, квитки оформляються на спеціальних типових формулярах (бланках).*

Пасажир, купуючи квиток або проїзний документ, здійснює акт беззастережного приєднання до правил перевезення пасажирів і їхнього багажу, установлених на даній дорозі (трамваї, метро). ***Ticket stock - бланк або формуляр квитка, що може містити різні графи про зміну, підтвердження квитка, а також різні штамп, що підтверджують його дійсність.***

У квитку в загальному випадку вказуються:

- перевізник;
- станція відправлення (departure city);
- станція призначення (arrival city);
- дата початку подорожі, поїздки, перевезення (DOT - Date of Travel);
- час відправлення (time departure);
- код і номер потяга;
- тип і номер вагона, місце пасажирів;
- сума, сплачена за квиток;
- прізвище пасажирів (для потягів далекого прямування);
- стать і номер паспорта пасажирів (для міжнародних рейсів).

Оплата таких рейсів здійснюється на основі встановлених залізницею тарифів і зборів. Залізничні пасажирські тарифи - встановлена плата за проїзд пасажирів, перевезення вантажів і багажу. Тариф складається з вартості прямої плакатри (вартості проїзду на місці для сидіння у загальному пасажирському

вагоні) та доплати за додатково надані послуги (за швидкість, за проїзд у вагонах і потягах більш дорогих категорій, за провіз багажу і вантажобагажу).

Загальний пасажирський тариф (пряма плацкарта) утворений таким чином, що абсолютна вартість проїзду зі збільшенням дальності поїздки зростає, однак, зі збільшенням відстані, вартість одного пасажиро-кілометра знижується. Це надає пасажиром, що їдуть на великі відстані, суттєву пільгу у вартості проїзду. Доплата за швидкість враховує, що вартість проїзду у швидкому поїзді вища на 10-12 %, також враховується тип вагону (плацкартний, купейний 2-, 3-, 4-місні купе, м'який і ін.). Вартість проїзду у вагонах "пульман" (СВ) і вагонах міжнародного класу вища на 40-45 %. Тариф для проїзду дітей у віці від 5 до 10 років встановлений у розмірі однієї чверті вартості квитка для дорослого. Однак, це не поширюється на вартість плацкарти.

*Позарейсові (чартерні) потяги* – це спеціально призначені поза регулярним розкладом замовні потяги. До спеціальних потягів часто відносяться туристсько-екскурсійні потяги, що також проїжджають поза регулярним розкладом за спеціально для них прокладеними нитками маршрутів і графіками руху, складеними з урахуванням вікон у регулярному розкладі й екскурсійно-туристичних цілей. До позарейсових потягів також відносяться так звані вивізні потяги – такі, що організуються поза графіком у період масових свят, національних і міжнародних змагань і ігор, а також для вивозу техніки і людей на збори, сільськогосподарські й інші роботи.

При наявності стійкого пасажиропотоку призначається рейсовий маршрут у визначеному напрямку, в середньому, до 17 вагонів, при великому потоці кількість вагонів на напрямку може бути збільшена до 25. Однак, для обслуговування таких составів необхідні довгі платформи. При недостатності пасажирів у напрямку встановлюються один або кілька вагонів, що на вузловій станції по маршруту відчіплюються від основного состава і доставляються до місця призначення місцевим рейсом, що може складатися з декількох вагонів.

Перевезення пасажирів і товаробагажу, здійснювані по території не менш ніж двох країн на тих самих умовах і по одному проїзному або перевізному документу, іменують перевезеннями в прямому міжнародному пасажирському сполученні (існують ще так звані пересадні і перевантажувальні сполучення, коли пасажирів пересаджують на прикордонних станціях, а багаж і товаробагаж перевантажують з вагонів залізниці однієї країни у вагони залізниці іншої країни). Туристів, як правило, перевозять у вагонах і потягах прямого міжнародного безпересадочного сполучення.

*Спеціальні туристські потяги* використовуються під час організації залізничних турів. Стандартні залізничні тури можна умовно розділити на три самостійні категорії:

- одноденні;
- нетривалі (2-3 доби);
- багатоденні (від 5 днів і більше).

Одноденні тури починаються вранці і закінчуються ввечері того ж дня. У дорозі туристи розташовуються за столиками вагонів-ресторанів. По шляху вони можуть не тільки зайвий раз перекусити, але і подивитися виступ естрадних і циркових артистів. Туристів довозять до якоїсь конкретної станції, де для них підготовлена спеціальна програма. Це може бути екскурсійна поїздка або ж пікнік на природі. Найчастіше пасажирів мають можливість поєднати корисне з приємним.

Під час дво- тридобових залізничних турів пасажирів проживають в окремих купе. Поїздки традиційно складені з таким розрахунком, щоб уночі, коли усі сплять, потяг знаходився в шляху. Вдень же туристи зайняті на всьляких екскурсійних заходах.

Графік руху потягів, що обслуговують багатоденні поїздки, відрізняється великою розмаїтістю. В залежності від маршруту й екскурсійної програми туристи часто знаходяться в шляху і у денний час. Як показує практика, щоб мандрівники не стомилися, між двома пунктами турпоїзд повинен йти без

зупинок не більш ніж півтори доби. Тривалі денні переходи плануються, як правило, у тих випадках, коли на шляху прямування відкриваються цікаві краєвиди і ландшафти. Втім, в окремих випадках передбачаються і короточасні "зелені стоянки" безпосередньо в лісі або в горах, на березі моря або великого озера.

Туристські потяги в побуті називають "готелями на колесах". Дійсно, незважаючи на обмежені строгими стандартами залізниці габаритні розміри вагонів, їхній комфортабельності і внутрішньому дизайнові можуть позаздрити багато стаціонарних готелів. У кожному купе, загальне число яких у спальному вагоні звичайно не перевищує восьми, проживає не більше двох осіб. У залежності від категорії потягу купе обладнуються двома односпальними (вертикально або горизонтально розташованими) або одним двоспальним ліжком, кондиціонерами, письмовим столом, телефоном, телевізором. Туалетна і душова кімнати можуть бути на весь вагон або ж персонально на один-два номери. До складу туристського потягу входять також кілька вагонів-ресторанів, вагон-салон (що використовується як бібліотека, місце для карточних ігор або переговорів, відпочинку), конференц-вагон (він же лекторій, дискотека або ж відеосалон), а також "дитячий вагон" або "зал рухливих ігор".

Туристсько-екскурсійні потяги формуються на підставі укладеного договору між туристичною фірмою і керівництвом залізниці. Призначення потягів визначається після укладання договору й виплати належних платежів.

Туристична фірма домовляється з керівництвом (відділенням) дороги про виділення состава на певний строк. Для цього пишуть лист на ім'я начальника пасажирської служби з проханням про виділення такого состава. На листі він дає згоду і вказує конкретні терміни виділення потягу.

Проходження турпоїздів з одного пункту екскурсійного обслуговування в інший, як правило, повинне здійснюватися в нічний час із зупинками тільки для технічних потреб. Після перерахування платежів, передбачених договором, але не пізніше ніж за 20 днів до відправлення потягу, керівництво дороги його

відправлення дає адресну телеграму всім керівництвам доріг слідування і копії: туристичній фірмі, що організує турмандрівку, а також підприємствам, що братимуть участь в обслуговуванні туристів на маршруті. У телеграмі повинні бути схема і розклад прямування поїзда з указівкою часу і пунктів передачі з дороги на дорогу, порядку і часу подачі состава в пункти посадки і призначення, а також пунктів додаткового постачання паливом і водою в шляху проходження. Зміна затвердженого розкладу, а також маршруту проходження і часу відправлення не допускається.

При укладанні договору залізничній компанії повинні бути перераховані всі належні платежі за перевезення (оренда, проїзд і ін.) не пізніше ніж за 20 днів до відправлення турпоїзду.

Туристичній організації видаються два екземпляри договору і дві квитанції (одна - на проїзд туди – і друга - на проїзд назад), у яких указуються: маршрут прямування поїзда, пункти зупинки, вартість одного квитка, загальна кількість пасажирів і отримана сума за проїзд.

Копія договору на оренду туристсько-екскурсійного потягу з поміткою залізниці про одержання нею всіх належних платежів і квитанції зберігаються у керівника (директора) туристського маршруту і пред'являються при контролі по шляху проходження. Після закінчення рейсу директор маршруту здає ці документи в бухгалтерію туристичної організації.

Не пізніше ніж за 6 годин до відправлення потягу спеціальна комісія, що складається з представників залізниці, підприємства харчування, санітарно-епідеміологічної служби і туристичної організації, що орендує потяг (директор туру-маршруту і лікар потягу), здійснює комісійне приймання готовності потягу в рейс. Комісією складається акт приймання потягу, що передається в усі зацікавлені служби. При необхідності вживаються заходи для заміни вагонів і ін.

У вагонах повинні бути вивішений розклад руху турпоїзду, прізвища чергових провідників, начальника потяга і електромонтера. Крім того, у кожному

вагоні повинні бути вивішені: програма обслуговування ("Куточок туриста"); прізвища директора турпоїзда, інструкторів, лікаря; номер їхнього вагона і місця; номер вагона-ресторану, у якому харчуються туристи; номер зміни і час харчування.

#### **3.4.4. Варіанти угод на автотранспортне обслуговування**

Автопослуги, які використовуються в туристичному обслуговуванні, включають три основні напрямки:

- 1) організація автобусних подорожей;
- 2) організація подорожей на особистому транспорті туристів;
- 3) прокат автомобілів.

*Автобусні подорожі.* Автобусний транспорт забезпечує перевезення туристів на великі відстані (за розкладом або поза ним) та одноденні екскурсійні поїздки. Автобуси використовують і для організації трансферу, а також на внутрішньомаршрутному пересуванні туристів у країні перебування.

Європейська конференція міністрів транспорту (1984 р.) виділяє три види автобусного туризму [2]:

- 1) поїздки на рейсових автобусах;
- 2) поїздки на човникових автобусах;
- 3) спеціальні (чартерні) рейси.

Пасажирський автомобільний транспорт, який використовується для перевезення туристів, представлений різноманітними видами автобусів, який відрізняються за призначенням і місткістю. Призначення автобуса визначає його конструкцію. За призначенням автобуси поділяють на міські, приміські, міжміські, міжнародного призначення (туристичні).

Автобус як туристичний транспортний засіб найвигідніший під час короткочасних туристичних поїздок, міських оглядових екскурсій, поїздок пам'ятними місцями, групових туристичних подорожей з різною метою, подорожей для участі у спеціальних заходах. Туристичні фірми

використовують автобуси для відвідування туристами концертів, спортивних та культурних заходів, обслуговування конгресів, ярмарків, виставок. Фактично, це єдиний транспортний засіб для виконання так званих трансфер-перевезень туристів на відрізках маршруту: аеропорт – готель – аеропорт, вокзал – готель – вокзал.

Права й обов'язки перевізника і туристів регламентуються договором на перевезення, договором на туристське обслуговування і ваучером.

Автобусні подорожі можуть бути організовані на власних автобусах, що належать туристичним фірмам, а також на орендованих автобусах, що належать незалежним автотранспортним підприємствам (АТП) Міністерства транспорту. Як правило, вітчизняні фірми працюють з орендованими автобусами. З такими АТП туристська фірма укладає спеціальний договір на оренду автобуса під туристські перевезення. У договорі передбачають обов'язки автотранспортних підприємств і туристичних фірм. Автотранспортне підприємство гарантує туристичній фірмі подати справні, обладнані звукопідсилювальними пристроями, чисті автобуси в обумовлене у заявці місце і складає узгоджені з турфірмою графіки їх роботи, пов'язуючи з режимом роботи водіїв; виділяє для роботи на автобусах кваліфікованих водіїв, які пройшли інструктаж; забезпечує за короткий термін і без додаткової оплати заміну автобуса у разі, якщо він вийде з ладу, для продовження подорожі чи екскурсії.

Туристична організація, згідно з договором, забезпечує порядок посадки-висадки туристів та екскурсантів під час поїздки; узгоджує графік роботи автобусів за кожним маршрутом, вказуючи час і місце проведення екскурсій, пунктів, де будуть зупинки автобуса для відпочинку, харчування туристів. Водіям транспортних засобів туристична фірма зобов'язується надавати місця в готелях для відпочинку, харчування, вона забезпечує також охорону автобуса на стоянках.

*Подорожі з використанням особистого транспорту туристів.*  
Організація пакетного туру автомобільної подорожі включає весь набір послуг,

за винятком транспортних. Однак, спеціальну допомогу в організації пересування туристів на маршруті на власних автомобілях туристична фірма все-таки робить. Особливого значення така допомога набуває при організації в'їзного туризму, оскільки іноземці не знайомі з місцевими природними та соціально-культурними пам'ятками.

Найбільш масовими у цьому виді подорожей є поїздки вихідного дня. За видами туризму найбільш популярними автотурами є оздоровчі (виїзд на природу або до місць відпочинку) і пізнавальні (поїздки до історичних або культурних пам'ятників).

Процес підготовки автоподорожі включає:

- розробку маршруту;
- розробку графіку руху;
- оформлення маршрутної документації.

Іноземному туристові в дорозі будуть потрібні наступні документи: іноземний паспорт з українською візою або національний паспорт для громадян країн, з якими укладено відповідні угоди), посвідчення міжнародного зразка на право водіння автомобіля, технічний паспорт автомобіля, доручення на право водіння автомобіля або договір про його оренду (якщо подорож відбувається не на власній або прокатній машині), маршрутні документи, сервісна книжка, нотаріально завірена копія технічного паспорта (якщо планується перевіз машини по залізниці), "зелена карта". Дані в техпаспорті повинні бути дубльовані англійською мовою.

Також необхідно застрахувати і сам автомобіль. Страхування робиться на випадок втрати або ушкодження автомобіля в результаті аварії, пожежі або стихійного лиха.

Якщо в багатоденну подорож збирається кілька людей (екіпажів), то бажано визначити керівника автоподорожі. Ним повинен стати самий авторитетний і досвідчений водій. При цьому необхідно скласти перелік учасників подорожі, що містить: прізвища, імена, по батькові, дати народжень



власників автомобілів і всіх пасажирів, їхні домашні адреси, групи крові, марки і номери машин (поекіпажно). Такий перелік бажано складати і на один екіпаж, що подорожує [2].

*Прокат (або оренда) автомобілів.* В Україні прокат автотранспорту туристами не дуже розповсюджений. Але можливість така існує.

У вартість орендної плати входить: необмежений пробіг автомобіля; доставка клієнтові автомобіля в межах міста; ремонт або заміна автомобіля у випадку технічної несправності, крім ушкодження покриття і вітрового скла; повна страховка на випадок ДТП, що відбулась не з вини клієнта; страховка, що покриває збиток, нанесений автомобілю в ДТП з вини клієнта понад визначену суму (але якщо на момент ДТП водій знаходився в стані алкогольного сп'яніння, страховка не виплачується); страховка пасажирів (крім водія) від нещасних випадків (себе водій може застрахувати за додаткову плату); податки.

Звичайно машину доставляють з повним баком, але і повернути в автопрокатну контору її потрібно також з повним баком.

Оренду автомобіля у місці відпочинку можна замовити ще під час купівлі туру у своєму агентстві, включивши її в пакет послуг. Багато хто з турагентств пропонує це своїм туристам, тому що замовлення оренди машини у своєму агентстві полегшує туристові проблеми з прочитання договору на оренду іноземною мовою, гарантує надання якісних і зрозумілих послуг договором на купівлю туру в цілому.

Схема замовлення автомобіля через турагентство наступна. Одержавши відповідне замовлення від свого туриста, турагентство запитує факсом приймаючого туроператора або безпосередньо автопрокатну фірму. У запиті вказуються прізвище й ім'я туриста, термін оренди, марка автомобіля, місце доставки автомобіля туристові. Автопрокатна фірма також факсом направляє в турагентство ваучер на ім'я клієнта. Після одержання ваучера здійснюється переведення грошей на оплату оренди автомобіля. У місці відпочинку турист, пред'явивши ваучер, може одержати автомобіль для користування.

### 3.4.5. Варіанти угод між туроператором та туристом

При реалізації туристичного продукту турагентом ним укладається договір про туристичне обслуговування від імені та за дорученням туроператора. Договір повинен містити інформацію про туроператора (найменування, місцезнаходження, номер ліцензії, телефон тощо).

При формуванні групи туристів туроператор (турагент) повинен укласти договір окремо з кожним туристом. Якщо до складу групи входять неповнолітні діти, договір укладається між туроператором (турагентом) та їх батьками або законними опікунами. У разі, якщо замовником туристичних послуг є юридична особа, договір з кожним туристом не укладається. У разі колективної заявки від юридичних осіб можливе укладання угоди між туроператором (турагентом) та юридичною особою, що замовила туристичне обслуговування.

Існує два варіанти договорів між туроператором та туристом: договір про туристичне обслуговування та договір про екскурсійне обслуговування.

За *договором про туристичне обслуговування* одна сторона (туроператор, турагент) за встановлену договором плату зобов'язується забезпечити надання на замовлення іншої сторони (туриста) комплексу туристичних послуг (туристичний продукт).

До договору про туристичне обслуговування застосовуються загальні положення укладання договору про надання послуг, якщо інше не передбачено чинним законодавством України та не суперечить суті зобов'язання.

Договір про туристичне обслуговування укладається в письмовій (електронній) формі відповідно до Закону України «Про туризм». Договір про туристичне обслуговування може укладатись шляхом видачі ваучера.

До укладення договору на в'їзне туристичне обслуговування споживачу туристичного продукту має бути надана інформація про:

- 1) основні вимоги до оформлення в'їзних документів (паспорт, дозвіл (віза) на в'їзд до України), у тому числі, щодо термінів їх оформлення;

- 2) медичні застереження стосовно здійснення туристичної поїздки, у тому числі, протипоказання через певні захворювання, особливості фізичного стану (фізичні недоліки) і віку туристів для участі в поїздки;
- 3) туроператора (турагента), його місцезнаходження і поштові реквізити, наявність ліцензії на здійснення туристичної діяльності, сертифікатів відповідності та інші відомості відповідно до законодавства про захист прав споживачів;
- 4) розмір фінансового забезпечення туроператора чи турагента на випадок його неплатоспроможності чи неспроможності (банкрутства) та кредитну установу, яка надала таке забезпечення.

До початку надання туристичних послуг споживачу за його вимогою повинні бути надані:

- інформація про загальні умови типового (публічного) договору на надання туристичних послуг (за його наявності);
- програма туристичного обслуговування;
- характеристика транспортних засобів, що здійснюють перевезення, у тому числі, їх вид і категорія, терміни стикувань (сполучення) рейсів, а також інша обов'язкова інформація, передбачена кодексами і правилами перевезень (якщо перевезення входить до складу туристичного обслуговування);
- характеристика готелів, інших місць розміщення туристів, у тому числі, їх місце розташування, класифікація за стандартами України, відомості про підтвердження відповідності послуг готелю встановленим вимогам, відомості про правила тимчасового проживання, строки і порядок оплати готельного обслуговування, а також інша обов'язкова інформація, передбачена вітчизняними нормативно-правовими актами (якщо готельне обслуговування входить до складу послуг з туристичного обслуговування);

- про звичаї місцевого населення, пам'ятки природи, історії, культури та інші об'єкти туристичного показу, що знаходяться під особливою охороною, стан навколишнього природного середовища, санітарну та епідеміологічну обстановку;
- про правила в'їзду та перебування в Україні, діючі угоди щодо в'їзду з відповідною країною – постійним місцем проживання туриста;
- про види і способи забезпечення харчування під час туристичної поїздки;
- про види та тематику екскурсійного обслуговування, порядок зустрічей і проведів, супроводу туристів;
- про дату і час початку та закінчення туристичного обслуговування, його тривалість;
- відомості про мінімальну кількість туристів у групі, терміни інформування туриста про те, що туристична поїздка не відбудеться через недобір групи;
- відомості про страхову організацію, що здійснює страхування ризиків, пов'язаних із наданням туристичного обслуговування, розмір страхових відшкодувань, порядок і умови їх виплати;
- про ціну туристичного обслуговування і порядок здійснення оплати;
- про місце перебування організації (організацій), уповноваженої туроператором на прийняття претензій туристів, а також про адреси і телефони дипломатичних установ відповідних країн в Україні або місцевих служб, до яких можна звернутися у разі виникнення труднощів під час туристичної поїздки.

Кожна із сторін договору може вимагати внесення змін або розірвання договору у зв'язку з істотними змінами обставин, з яких вони виходили при укладенні договору.

До істотних змін обставин належать:

- 1.) погіршення умов подорожі, зміна термінів подорожі;

- 2.) непередбачене збільшення транспортних тарифів;
- 3.) введення нових або підвищення діючих ставок податків і зборів та інших обов'язкових платежів;
- 4.) різка зміна курсу національних валют;
- 5.) інші підстави за домовленістю сторін.

Турист в праві відмовитися від виконання договору до початку подорожі за умови оплати туроператору або турагенту фактично понесених ними витрат за послуги, надані до цього повідомлення.

Туроператор або турагент в праві відмовитися від виконання договору лише за умови повного відшкодування замовникові збитків, підтверджених у встановленому порядку та заподіяних внаслідок розірвання договору, крім випадку, коли це відбулося з вини туриста.

Якість туристичних послуг повинна відповідати умовам договору, порядок і способи захисту порушених прав туристів визначаються законодавством про захист прав споживачів.

Зміна ціни туристичного продукту, погодженої сторонами, можлива лише у випадках, передбачених договором, і тільки при істотній зміні обставин, але не пізніше ніж за 10 днів до початку туристичної подорожі у випадку, якщо її тривалість становить більше ніж 10 днів; за 5 днів до початку туристичної поїздки у випадку, якщо її тривалість становить від 2 до 10 днів; за 48 годин до початку туристичної поїздки у випадку, якщо її тривалість становить один день. При цьому збільшення ціни туристичного продукту не може перевищувати 5 відсотків його первісної ціни. У разі перевищення ціни туристичного продукту більше ніж 5 відсотків первісної ціни, турист має право відмовитися від виконання договору, а туроператор (турагент) зобов'язаний повернути йому всі раніше сплачені кошти.

Туроператор (турагент) може у договорі з туристом обмежити свою відповідальність розміром подвійної плати вартості туристичного продукту (туристичних послуг), якщо туроператор (турагент) несе перед

туристом індивідуальну відповідальність за шкоду, що виникла внаслідок дій (бездіяльності) одного з виконавців послуг, обумовлених договором.

Права й обов'язки, відповідальність сторін та інші умови договору між туроператором і турагентом визначаються відповідно до загальних положень про агентський договір, якщо інше не передбачено договором між ними.

Відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю та майну туриста, визначається відповідно до цивільного законодавства, якщо договором на туристичне обслуговування не передбачена підвищена відповідальність туроператора [3].

За договором на екскурсійне обслуговування одна сторона (суб'єкт, що здійснює туристичну діяльність) за встановлену договором плату зобов'язується надати за замовленням іншої сторони (екскурсанта) обслуговування, істотною частиною якого є послуги екскурсовода (гіда-перекладача) загальною тривалістю не більше 24 годин, яке не включає у себе послуги з розміщення.

Договір на екскурсійне обслуговування укладається за правилами, визначеними цивільним законодавством, у тому числі, шляхом видачі ваучера. Загальні положення про договір на надання послуг застосовуються до договору на екскурсійне обслуговування, якщо інше не суперечить суті зобов'язання.

Особа, яка надає екскурсійні послуги, зобов'язана до укладення договору на екскурсійне обслуговування надати екскурсанту необхідну і достовірну інформацію щодо екскурсійного обслуговування, його видів і особливостей, кваліфікації екскурсовода, про порядок і строки оплати екскурсійних послуг, а також надати екскурсанту на його прохання іншу інформацію з питань екскурсійного обслуговування [3].

**Ваучер - форма письмового договору на туристичне або на екскурсійне обслуговування.** У договорі на туристичне обслуговування, укладеному шляхом видачі ваучера, мають міститися такі дані:

- найменування та місцезнаходження суб'єкта туристичної діяльності, номер ліцензії (дозволу) на відповідний вид діяльності, юридична адреса;
- прізвище, ім'я (по батькові) туриста (при груповій поїздці – прізвища, імена (по батькові) членів групи);
- строки надання і види туристичних послуг, їх загальна вартість;
- назва, адреса та номер телефону об'єкта розміщення, його тип та категорія, режим харчування;
- розмір фінансового забезпечення відповідальності туроператора (турагента) або межі відповідальності суб'єкта туристичної діяльності за договором агентування;
- інші дані, обумовлені характером угоди, складом групи тощо;
- дата видачі ваучера.

Ваучер є документом суворого обліку [3].

### **3.4.6. Варіанти угод між туроператором та турагентом**

При реалізації туристичного продукту через турагента туроператор повинен укласти з турагентом відповідний *агентський договір* у письмовій формі. Наявність ліцензії у турагента є обов'язковою вимогою для укладання такого договору.

Відповідно до укладеного агентського договору туроператор розробляє та надає турагенту для роботи програми та розцінки на кожний туристичний продукт, які додаються до агентського договору.

Права, обов'язки, відповідальність сторін та інші умови договору між туроператором і турагентом визначаються загальними положеннями про агентський договір, якщо інше не передбачено договором між ними, а також Законом України «Про туризм».

При реалізації послуг з тимчасового розміщення та харчування на території України туроператори і турагенти повинні укласти договори про

співробітництво із засобами розміщення та закладами ресторанного господарства, які пройшли обов'язкову сертифікацію на відповідність вимогам безпеки, згідно з Переліком продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні, затвердженим наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 01.02.2005 N 28, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 04.05.2005 за N 466/10746 (із змінами).

Між туроператором та іноземними партнерами - нерезидентами України укладаються відповідні договори (контракти) про співробітництво щодо надання туристичних послуг у письмовій формі згідно з нормами чинного законодавства України [4].

### **3.4.7. Страхові угоди в туризмі**

Страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) є обов'язковим і забезпечується туроператором (турагентом) на основі угод із страховиками, які мають необхідну ліцензію, за умови письмової заяви туриста і за ціною не вищою, ніж середня ціна на ринку.

Туристи укладають договори страхування з будь-якою обраною ними страховою компанією, яка має відповідну ліцензію, та зобов'язані завчасно підтвердити туроператору (турагенту) наявність належним чином укладеного договору страхування.

При укладенні туристом договору страхування самостійно, безпосередньо зі страховиком, ліцензіат, який організовує туристичну поїздку, повинен перевірити наявність страхового поліса туриста та додати його копію до договору про туристичне обслуговування.

Договором страхування повинні передбачатися надання медичної допомоги туристам і відшкодування їх витрат при настанні страхового випадку безпосередньо в країні (місці) тимчасового перебування.



Інформація про умови обов'язкового страхування має бути доведена до відома туриста до укладення договору про туристичне обслуговування.

Договір страхування (медичного та від нещасного випадку) повинен забезпечувати страховий захист туриста на весь період туристичної подорожі.

Туроператор або турагент повинен проінформувати туриста про наявність інших ризиків, пов'язаних з наданням туристичної послуги, та можливість їх страхування.

На вимогу туриста туроператор чи турагент забезпечує страхування інших ризиків, пов'язаних із здійсненням подорожі.

За бажанням турист може укласти угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з анулюванням договору про туристичне обслуговування з ініціативи туриста, або угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з передчасним поверненням до місця постійного проживання при настанні нещасного випадку або хвороби.

Компенсація шкоди, заподіяної життю чи здоров'ю туриста або його майну, здійснюється в установленому порядку.

Туроператор (турагент) повинен вести облік виданих туристам страхових полісів [4].

Страхові поліси турист також може оформити самостійно в країні свого постійного місця проживання, а для отримання послуг в Україні надати відповідні угоди (поліси) до підприємства-туроператора. Також страхування може бути оформлено через закордонну турфірму – партнера вітчизняного в'їзного оператора.

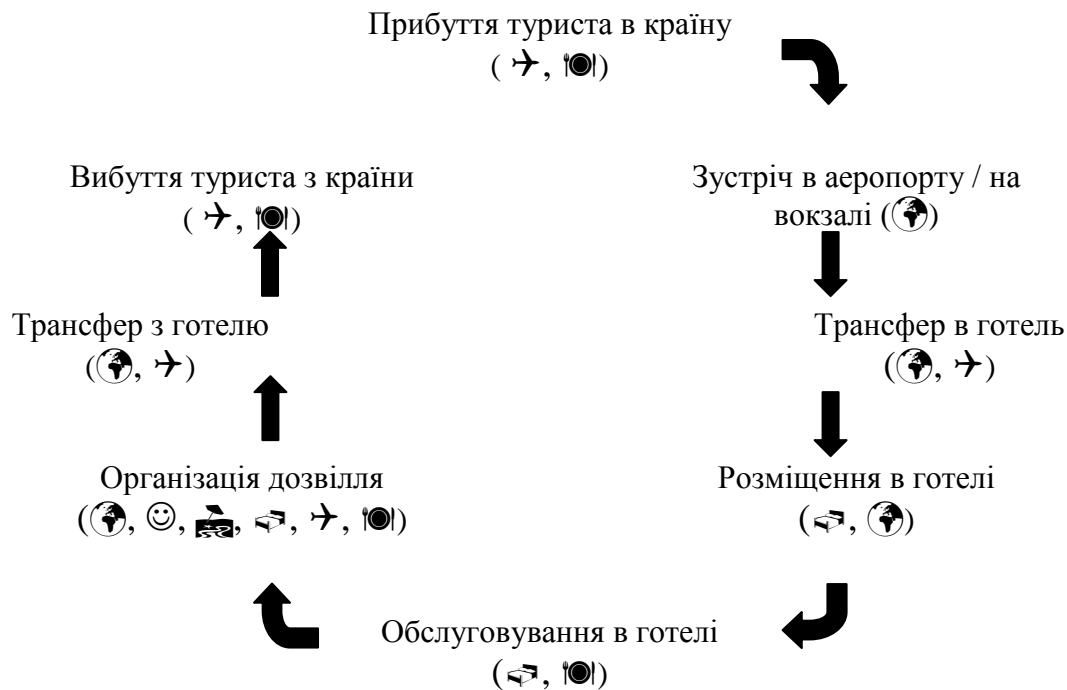
### **3.5. Технології обслуговування у в'їзному туризмі**

#### **3.5.1. Гостьовий цикл у в'їзному туризмі**

Іноземці, що відвідують нашу країну, мають такі ж потреби, як і інші туристи: у розміщенні і харчуванні, організації дозвілля, розваг і відпочинку,

перевезеннях, безпеці перебування в певному місці тощо. Перелік послуг, спрямованих на задоволення цих потреб, і їх якість можуть бути досить різноманітними. Стандартний набір головних послуг (розміщення, гастрономічна, гігієнічна тощо) завжди надаються у певній послідовності. Ця особливість відображена в такому понятті як "гостьовий цикл".

*Гостьовий цикл у в'їзному туризмі — це процес обслуговування іноземного гостя від часу його прибуття в країну до остаточного виїзду з неї.* У загальному вигляді гостьовий цикл складається з наступних етапів (рис. 3.2).



**Рис 3.2. Гостьовий цикл в'їзного туризму та його реалізатори**

Умовні позначення:

- |    |  |   |                                 |
|----|--|---|---------------------------------|
| 🌐  | сектор реалізації турпослуг (туроператори) | 🏠 | сектор розміщення               |
| ✈️ | сектор транспортних перевезень             | 😊 | сектор розваг                   |
| 🍽️ | сектор харчування                          | 🏠 | сектор лікування і оздоровлення |

Реалізація цих етапів забезпечується представниками різних секторів туризму. Як правило, вони є резидентами тієї країни, куди прибув турист.

Винятком можуть бути фірми, що створюють турпродукт (ними можуть бути також резиденти тієї країни, звідки прибув турист, а також іншої країни) та транспортні компанії, які здійснюють транскордонні перевезення пасажирів. У такому випадку туроператорам та представниками інших секторів туріндустрії потрібно подбати про те, щоб спілкування відбувалося мовою, зрозумілою для туриста. Найменше складнощів із вирішенням цього питання в Україні, безперечно, виникатиме при обслуговуванні росіян, білорусів, молдаван, поляків. У інших випадках обов'язки реалізаторів турпослуг, що безпосередньо спілкуються з іноземними туристами, мають виконувати особи, котрі володіють мовами міжнародного спілкування та/або мовами країн, звідки прибули гості. Вирішенню цієї задачі сприяє також використання засобів уніфікованих технологій гостинності, таких як піктограми, які розміщують вздовж автошляхів, у місцях розміщення та харчування.

Як видно з рисунку 3.2, гостьовий цикл у в'їзному туризмі практично не відрізняється від процесу обслуговування вітчизняних туристів. Надаючи послуги туристам, необхідно, передусім, дбати про їх якість, своєчасність, безпечність, адресність, не зважаючи на країну прибуття гостя, його стать, расу, мову та релігію.

Проте, технологія обслуговування іноземних туристів представниками різних секторів туріндустрії має свої особливості. Насамперед, це стосується секторів реалізації турпослуг та харчування.

### **3.5.2. Особливості роботи туроператорів з іноземними туристами**

Туроператор як суб'єкт, що створює та реалізує турпродукт, повинен відповідати за його якість на всіх етапах гостьового циклу. Представники фірми-туроператора постійно спілкуються з туристом. Особливо це стосується етапів зустрічі в аеропорту, трансферу в готель, організації дозвілля та трансферу з готелю. Значення такого спілкування полягає в тому, щоб

забезпечити вчасне вирішення усіх проблем та комфортність перебування туристів у чужій країні, в умовах чужого мовного і культурного середовища.

*Зустріч туристів в аеропорту (на вокзалі).* Представник туроператора, який володіє рідною мовою туристів, що прибувають, зустрічає туристів в аеропорту (на залізничному або автобусному вокзалі). Для того, щоб туристи легко його знайшли, він повинен бути вдягненим у форму (корпоративний одяг) своєї компанії, стояти біля входу на добре помітному місці з табличкою, на якій вказано назву та логотип туроператора. Турагенти ще на батьківщині попереджають туристів про те, як знайти представника туроператора. Вони підходять до нього самостійно. Представник туроператора гречно вітає інтуристів, уточнює їх прізвища, звіряється зі своїм списком, відриває корінець туристичного ваучера, який позначає, що турист прибув в країну призначення, вказує, де стоїть транспорт для трансферу в готель та повідомляє номер потрібного автобусу. Зустрічаючий може надавати туристові рекламно-інформаційні матеріали: карту країни (міста), перелік екскурсій тощо.

*Трансфер в готель.* Туристи знаходять свій автобус, розміщуються в ньому. Трансфермен перевіряє присутність усіх туристів, звіряючись зі списком. Після того, як автобус починає рух, він знайомить туристів з необхідною інформацією. Насамперед, повідомляє імена готельних гідів-представників туроператора та час зустрічі з ними. Залежно від тривалості трансферу, туристам може бути надана і інша інформація: загальні відомості про країну, погоду, температуру повітря та води (якщо туристи займатимуться пляжним відпочинком). Трансфермен рекомендує цікаві екскурсії, розповідає, які товари та сувеніри користуються підвищеним туристичним попитом, які предмети та товари не можна вивозити з країни тощо. Він також забезпечує туристів друкованою продукцією інформативно-рекламного характеру. Доставивши туристів у готель, трансфермен може допомогти туристам, для яких заброньовано тут номери, отримати на рецепції реєстраційні картки та дати вказівки щодо їх заповнення.

*Розміщення в готелі. Обслуговування в готелі. Організація дозвілля.* Для забезпечення комфортності перебування туристів у готелі тут має працювати готельний гід – представник туроператора. А за умови проживання в готелі великих груп туристів з певної країни – бригада помічників готельного гіда. У їх обов'язки входить:

- надання допомоги туристам під час реєстрації у готелі та у вирішенні інших формальностей, пов'язаних із перебуванням у чужій країні (реєстрація в іноземній поліції тощо);
- ознайомлення з правилами поведінки у готелі, надання інформації про розміщення основних функціональних зон та служб, послуги, що тут надаються, умови їх отримання та оплати і т.ін.;
- реклама та продаж екскурсій, що організуються туроператором, інформування про порядок їх проведення та необхідні речі, одяг, спорядження, які необхідно при собі мати під час екскурсії;
- надання консультативної допомоги у разі потреби, залагодження конфліктних ситуацій;
- уточнення часу вильоту та трансферу з готелю.

*Трансфер з готелю.* Під час трансферу з готелю трансфермен перевіряє наявність усіх туристів в автобусі, звіряючись зі списками, цікавиться враженнями туристів від поїздки, екскурсій, готелів. Якщо дозволяє час, автобус може зробити зупинку біля спеціалізованого магазину, де туристи змогли б купити сувеніри на згадку, якщо не встигли цього зробити або не хочуть міняти валюту, щоб не втратити на обмінному курсі.

Уся робота представників туроператора безпосередньо з туристами у приймаючій країні спрямована на забезпечення їх комфортного відпочинку та реалізацію додаткових екскурсій, турів та інших послуг, які не увійшли у вартість основного туру, що підвищує прибутки туроператора.

### 3.5.3. Особливості надання послуг харчування іноземним туристам

Іншим сектором туріндустрії, який повинен враховувати особливості роботи з іноземними туристами, є сектор харчування. Види послуг, що ним надаються, становлять приблизно 25-30% загальної вартості, наприклад, пізнавального туру. Організація харчування іноземних туристів здійснюється здебільшого ресторанами та барами класів “люкс”, “вищий” та “перший”, які можуть функціонувати як у складі готельного підприємства, так і самостійно. Туристичні фірми укладають відповідні угоди з підприємствами ресторанного господарства і заздалегідь подають місячні або декадні графіки перебування іноземних туристів із зазначенням класу обслуговування та національності туристів, а не пізніше ніж за добу – замовлення на обслуговування кожної групи туристів.

Організація харчування іноземних туристів має певні особливості. Насамперед, необхідно враховувати національність гостей. З давніх-давен мандрівників цікавили особливості кухні країни, у яку вони прибули. З іншого боку, виявом справжньої гостинності та високої поваги є вміння господарів нагодувати гостя звичними для нього стравами. Цим жестом вони дають гостеві зрозуміти, що не хочуть, щоб він відчував себе на чужині. А у туриста він породжує вдячність і добру, довгу пам'ять про візит до чужої країни. Але треба враховувати, що приготування страв рідної кухні туристів вимагає великої майстерності кухаря, інакше можна досягти зворотного ефекту і образити патріотичні почуття гостя.

Організовуючи харчування іноземних туристів стравами української та інших поширених кухонь (французької, італійської, китайської), необхідно пам'ятати, що на формування особливостей харчування в різних країнах, географію харчування впливає низка факторів, серед яких основні: природні особливості тієї чи іншої країни, зумовлені географічним положенням, етичні і релігійні норми, конкретні історичні долі народів, рівень досягнутого розвитку країн. У кожній країні, у людей різних національностей є властиві їм смаки у

виборі продуктів харчування, приготуванні страв, застосуванні різноманітних способів та технологічних прийомів теплової обробки продуктів, використанні спецій і приправ. Є також і певні харчові обмеження. Так, наприклад, американці п'ють каву перед сніданком, а перед обідом п'ють чисту воду з льодом. В європейській традиції снідати, обідати та вечеряти з мінеральною або фруктовую водою, а у східній – не вживати мінеральної води зовсім. Датчани, норвежці, чехи й румуни не люблять баранину. Англійцям не варто пропонувати варені ковбаси, борошняні соуси, заливну рибу, млинці й пельмені. Європейці та американці не люблять гострих приправ, а вихідці з Азії, Центральної та Південної Америки – навпаки. Італійці, чехи, болгари, румуни, араби не їдять чорного хліба. Німцям, австрійцям, швейцарцям, французам, італійцям, грекам, арабам, туркам краще пропонувати каву, а китайцям, японцям, індійцям, корейцям – чай. Японці та корейці не п'ють молока. Румуни не вживають соуси, а корейці не визнають бульйонів [11].

Особливої уваги вимагає організація харчування віруючих людей. Так, у певні дні та періоди не вживають їжі тваринного походження (крім меду) православні та католики. Індуїсти не п'ють молока та не їдять яловичини. Не вживають свинини та алкогольних напоїв мусульмани. Віруючі іудеї в приготуванні та вживанні їжі притримуються законів кашрута - правил, яких потрібно дотримуватись при приготуванні не тільки святкової, але і щоденної їжі. Наприклад, заборонено змішувати молочну і м'ясну їжу, вживати м'ясо тварин, що не жують жуйку і не мають роздвоєного копита, а також м'ясо хижих тварин і птахів, плазунів і риб, у яких немає плавників і луски (зокрема молюсків), а також усі продукти, з цих тварин отримані. Їжа для віруючих іудеїв у ресторанах повинна готуватися в присутності рабина.

Необхідно також враховувати особливості в режимі харчування вихідців з різних країн, які характеризуються часом приймання їжі, її калорійністю в різний час доби. Англійці, французи, американці другий прийом їжі називають ланчем. За часом він збігається з нашим обідом. У меню ланчу немає перших

страв, є закуски, другі страви, солодкі страви й кава або чай. Обід - за часом наша вечеря - складається із закуски, першої та другої страви, десерту, чаю або кави. Ознакою підвищеної уваги до англійських гостей буде організація для них п'ятигодинного чаю [11]. Для організації харчування туристів рекомендуються такі орієнтовні інтервали: сніданок – з 8 до 10 години (у туристичний сезон – з 7 до 10 години); обід – з 12 до 15 години; вечеря – з 17 год. 30 хв. до 20 години.

Врахування національних традицій харчування повинно відобразитися в меню. Воно повинно бути різноманітним за днями тижня. У меню потрібно включати не менше п'яти-шести фірмових страв і страв на замовлення. Оптимальний варіант – складання меню, в яке б входили страви української національної кухні, страви європейських кухонь та страви національних кухонь гостей. На прохання туристів підприємства харчування зобов'язані замінювати страви з урахуванням наявності на підприємстві сировини, у тому числі, забезпечувати дієтичними і вегетаріанськими стравами. Дітям від двох до дванадцяти років, які подорожують у складі груп іноземних туристів або із сім'ями, харчування надається за спеціальним меню у межах 50% вартості харчування відповідного класу обслуговування.

Для туристів, що проживають у готелях, щоденний ресторанний сервіс починається зі сніданку. Від його організації залежить подальший настрій гостей. Дуже часто він включається у вартість послуг готелю, тому організації ранкової трапези приділяється велика увага. Існує багато варіантів сніданків, вибір яких залежить від контингенту споживачів.

Види сніданків, що пропонуються іноземним туристам.

1. *Ранковий чай (6.00-7.30)*. Може пропонуватися гостям із Великобританії та континентальної Європи. Подається в номер. Звичайно складається з однієї порції чаю із холодним молоком або зі збитими вершками, кількох кексів і бісквітів.

2. *Простий сніданок (6.30-10.00)*. Пропонується гостям із Франції й країн Середземномор'я, США. Складається з однієї чашки напою до сніданку



(головним чином, кави, але може бути також чай, какао, шоколад або молоко), однієї булочки або рогалика (у Франції й Італії майже завжди подається круасан).

3. *Складний сніданок (6.30-10.00)*. Класичний вид сніданку. Складається з напою (кави, чаю, какао, шоколаду або молока), вершкового масла, мармеладу або меду, печива.

4. *Додатковий сніданок (6.30-10.00)*. У доповнення до складного сніданку додається одна склянка фруктового або овочевого соку, лоток з ковбасою або сиром, яєчна страва (яєчня або омлет, відварне яйце), а також йогурт, вівсяні пластівці, сир.

5. *Розширений сніданок (6.30-10.00)*. У меню передбачені фруктові й овочеві соки, шинка, сир, ковбаса, страва з яєць, сир, йогурти, кукурудзяні пластівці з молоком. Деякі зі страв готують за індивідуальними замовленнями споживачів.

6. *Сніданок із шампанським (10.00 - 11.30)*. Складається з гарячого напою, алкогольного напою (шампанське, вино), холодних закусок і гарячих страв, десерту. Подається при наявності якогось приводу, наприклад, дня народження одного з учасників трапези.

7. *Пізній сніданок (10.00 і 14.00)*. Є альтернативою сніданку й обіду. Складається з гарячих і холодних напоїв, булочки, масла, джему, ковбаси, сиру, супу, гарячих м'ясних страв, десерту.

Окрім того, існує багато варіантів національних сніданків, які можуть подаватися гостям з відповідних країн (табл. 3.1).

Варто мати на увазі, що поняття “обід”, прийняте в Україні, не завжди збігається з таким поняттям в європейських та інших країнах світу. В багатьох країнах прийом їжі в обідню пору називається “ланч”, і організовується без подачі першої страви. До того ж він менш калорійний. Обід та вечеря для іноземців можуть бути організовані і за нашими традиціями. Обід складатиметься з холодної та гарячої закуски, першої та другої страви, десерту та гарячих і холодних напоїв.

Таблиця 3.1

## Види національних сніданків\*

Назва	Склад
Австрійський 1-й	Кава з вершками або молоком; булочка
Австрійський 2-й	Холодні закуски (ковбаса, відварне м'ясо); гарячі страви (тушкована або запечена яловичина, смажена печінка); мінеральна вода, кава
Американський	Гарячий напій; хліб; масло; варення або джем; питна вода з кубиками льоду; фруктові соки, свіжі фрукти або компот з фруктів; страви зі злакових (кукурудзяні, рисові пластівці), невелика порція м'яса, пиріг та ін.
Англійський короткий	Кава або чай, цукор; булочні вироби, тости; масло; джем, мед, варення
Англійський повний	Кава або чай, цукор; булочні вироби, тости; масло; джем, мед, варення; страви з яєць (яєчня з шинкою або беконом, яйця, смажені на хлібі, омлет з шинкою або шампінйонами і т.ін.); рибні страви, страви зі злакових (вівсяна каша, молочні супи)
Голландський	Кава, чай, молоко; голландські анісові сухарики; голландський сир; вівсяна каша; млинчики з начинкою; м'ясне асорті; оселедець
Іспанський та португальський 1-й	Кава; булочка та мармелад або гарячий шоколад з печивом
Іспанський та португальський 2-й	Овочі; рибні та яєчні страви
Італійський	Свіжі фрукти; міцна кава з молоком; тости, булочки з мармеладом, медом, маслом
Німецький 1-й	Кава з молоком або вершками; булочки с мармеладом або джемом; бутерброди з сиром та маслом
Німецький 2-й	Холодні і гарячі закуски; перші та другі страви; десерт
Польський 1-й	Чай, кава з молоком; булочка; мармелад або варення
Польський 2-й	Холодні та гарячі закуски; десерт; кава, чай з молоком
Скандинавський	Рибні і м'ясні страви; хрусткі хлібці
Фінський	Гарячий напій з молоком
Французький 1-й	Дуже міцна кава з великою кількістю молока; масло; сир різних сортів; хліб, булочки, круасани
Французький 2-й	Холодні закуски (бутерброди канапе, різноманітні салати із свіжих та консервованих овочів, птиці, риби, масла, морепродуктів); гаряча овочева закуска; рибні або м'ясні гарячі страви з гарніром з овочів; фрукти; кава
Швейцарський 1-й	Кава с молоком; булочка
Швейцарський 2-й	Сир; м'ясне асорті; вівсяна каша; рибні чи м'ясні гарячі страви; булочка; мед

\* Джерела: 1. Виды национальных завтраков [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.turbooks.ru/statti/gostinichnyjj-resyorannyjj-biznes/print:page,1.94-vidy-nacionalnyh-zavtrakov.html>  
2. Архипов В.В., Иванникова Е.И. Особенности культуры и традиций питания народов мира. Курс лекций [Текст] / В.В.Архипов, Е.И.Иванникова. – К.: Аттика, 2005. – 216с.

Європейський обід за часом прийому відповідає нашій вечері і включає гарячі й холодні закуски, суп, головну (другу) страву, легкий десерт. Перші страви часто не передбачаються.

Варто мати на увазі, що в західноєвропейській традиції споживати гарячу закуску після перших страв, а не перед ними, як це прийнято у слов'янських країнах. На вечерю можна подати холодну закуску, другу гарячу страву, десерт, гарячий напій. На обід і вечерю подають мінеральну або фруктову воду, пиво.

При організації сніданків, обідів і вечерь туристів використовуються наступні *методи обслуговування*:

- “а-ля карт” - з карти-меню страв і напоїв гості вибирають те, що їм найбільше подобається, після чого замовлення передається на кухню й одразу ж починається готування й сервіровка замовлених страв і напоїв. Офіціант активно допомагає гостям вибирати страви й напої;
- “а парт” - гості роблять замовлення попередньо, обслуговування здійснюється в чітко встановлений проміжок часу;
- “табльдот” - всі гості обслуговуються в один і той же час і за тим самим меню;
- шведський стіл - гості самі вибирають із великого асортименту різних готових страв ті, які сподобалися;
- буфетне обслуговування - засновано на використанні принципу самообслуговування. Асортимент страв і закусок поповнюється офіціантом або буфетником, що також виконує ряд інших функцій: відкорковує пляшки з напоями, готує чай або каву, забирає використаний посуд і прилади.

Ще одна особливість обслуговування іноземних туристів в закладах ресторанного господарства полягає в тому, що офіціанти та метрдотелі повинні допомогти вибрати страву або меню з урахуванням традицій національної кухні туристів і вміти запропонувати страви національної української кухні. Це

вимагає від персоналу вміння орієнтуватися в особливостях кухонь народів світу та знання іноземних мов.

Форма та спосіб оплати послуг харчування різнитимуться в залежності від типу путівки, плану обслуговування, способу організації послуг харчування та правил, прийнятих в самому закладі ресторанного господарства.

Свою специфіку має обслуговування іноземних туристів, що подорожують групами або індивідуально.

*Організація харчування груп іноземних туристів* здійснюється в окремих залах або за спеціально виділеними столами у загальному залі ресторанного закладу. На один зі столів у залі, призначеному для харчування груп іноземних туристів, або на столиках в загальному залі ставляться на підставці національні прапорці країни, з якої прибули туристи. Вони допомагають туристам краще орієнтуватися в залі і безпомилково зайняти місця за своїми столами.

Як правило, туристи, що подорожують групами, мають насичену екскурсійну програму, тому час на споживання їжі досить обмежений. Так само чітко визначені години прийому їжі. Це виключає можливість індивідуальних замовлень, а також вимагає швидкого обслуговування. Вартість харчування також найчастіше входить у вартість путівки. Тому для груп туристів звичайно передбачається триразове харчування – сніданок, обід, вечеря. Для всіх туристів подається сніданок, обід чи вечеря певної вартості, меню яких заздалегідь відомо та щоденно змінюється. До приходу туристів столи частково сервіруються холодними закусками, соками, хлібобулочними виробами, водою, фруктами і солодкими стравами (крім морозива). До сніданку й обіду на стіл обов'язково подається кип'ячена охолоджена вода зі шматочками льоду. Сервірування столу чашками з блюдцями і ложками для гарячих напоїв здійснюється шляхом розкладання їх групами з торців столу або на приставному столі. Після приходу туристів подаються гарячі закуски, перші та другі страви.

Розрахунок за послуги харчування при обслуговуванні груп туристів, як правило, ведеться між туристичною фірмою та ресторанним закладом. Тому у ресторанах, де обслуговуються групи іноземних туристів, повинні бути спеціальні журнали для реєстрації відпуску харчування із зазначенням дати, країни, з якої прибули туристи, класу обслуговування, виду харчування (сніданок, обід, вечеря), кількості туристів за замовленням і фактично охоплених харчуванням, вартості харчування. За харчування групи туристів представник туристичної організації видає метрдотелю (офіціанту) підтвердження виконання замовлення установленої форми. Воно є документом суворої звітності і здається метрдотелем (офіціантом) у бухгалтерію замість грошей за відпуск сніданку, обіду чи вечері на певну суму.

Туристи й самі можуть сплачувати вартість харчування, а також купувати додатково страви та напої за власний рахунок. Під час сніданків, обідів та вечерь у залах підприємства харчування може бути організована реалізація буфетної продукції (борошняних кондитерських виробів, прохолодних напоїв, соків, пива, цукерок, фруктів, сигарет) з візків. За додаткову плату обслуговуються і туристи, котрі виявили бажання залишитись у ресторані після вечері.

*Індивідуальних іноземних туристів* забезпечують триразовим харчуванням (сніданок, обід, вечеря). Туристів, що прибули до готелю, інформують про місцезнаходження та режим роботи підприємств ресторанного господарства, де вони можуть харчуватися, види послуг, які надаються, форми розрахунку за них, а також про місце і час харчування.

Якщо вартість харчування входить у вартість путівки, кожному туристу вручають відповідні візитні картки або розпізнавальні знаки (наприклад, пластикові браслети), які засвідчують право туриста на отримання послуг харчування. У цьому випадку розрахунки ведуться між туристичною фірмою та закладом ресторанного господарства за безготівковим розрахунком. Замовлення на необхідну кількість сніданків, обідів чи вечерь згідно з кількістю

індивідуальних іноземних туристів, у тому числі, і дітей, що харчуються у готелі, служба приймання й обслуговування за підписом відповідальної особи передає в ресторан напередодні дня обслуговування до 21 години.

Бухгалтерія готелю щодня видає ресторану один примірник пронумерованого бланку суворої звітності – відомість відпуску індивідуальним туристам харчування, яку оформляє метрдотель ресторану. При зустрічі гостя він пропонує пред'явити візитну картку. Пересвідчившись, що харчування оплачено, робить позначку у відомості і супроводжує гостя до спеціально відведеного столу. Офіціант, котрий обслуговує столи для індивідуальних туристів, друкує чеки на спеціальній секції каси, отримує за ними з роздавальної та буфету продукцію й обслуговує гостя. Разом з офіціантом та касиром (старшим касиром) метрдотель знімає показники касового апарата і записує у відомості загальну суму харчування, а потім передає відомість у касу ресторану для включення її у звіт разом із замовленням на відпуск сніданків, обідів і вечерь. Прогресивною формою обслуговування є обслуговування за типом “шведського столу”, при якому значно спрощуються розрахунки.

За додаткову плату індивідуальні туристи можуть замовити сніданок чи вечерю в номер.

Послуги харчування індивідуальним туристам можуть не включатись у вартість путівки і надаватись за готівку (національну або вільноконвертовану валюту) або за кредитними картками. У такому випадку розрахунки ведуться безпосередньо між туристом та рестораном (як у готелі, так і поза ним). Контроль за обслуговуванням іноземних туристів та грошовими розрахунками з ними у валюті здійснює метрдотель, який несе повну матеріальну відповідальність як за збереження валюти, так і за правильність рахунків. Харчування за готівковим розрахунком організовується згідно меню страв на замовлення і найчастіше ведеться за методом а-ля карт, рідше - а парт. Меню має бути надруковане українською/російською та однією з мов міжнародного спілкування.

Сервіс індивідуальних іноземних туристів, які обслуговуються з відміткою “особлива увага”, повинен здійснювати особисто метрдотель (адміністратор) ресторану. Він зустрічає гостя, надає допомогу в розміщенні за столом, приймає замовлення, подає страви, здійснює розрахунки і проводить гостя.

#### **3.5.4. Особливості надання послуг розміщення іноземним туристам**

Основним виконавцем, що забезпечує реалізацію етапів розміщення та обслуговування в готелі гостьового циклу, є сектор розміщення. Його представники також беруть участь в організації дозвілля туристів. Технологія надання послуг гостинності іноземним туристам не відрізняється від звичайної. Відмінностями може бути набір додаткових послуг, до яких додаються послуги перекладача або гіда-перекладача.

Проте, слід зауважити, що будь-яке підприємство розміщення, яке планує приймати туристів із закордону, повинне мати на увазі, що гості звикли до певного рівня комфорту, якості обслуговування, який є нормативним для підприємств відповідної категорії в їх країні.

Сьогодні у світі сотні тисяч готелів. Усі вони надають клієнтові послуги розміщення, однак, якість цих послуг дуже розрізняється. Вирушаючи у подорож, турист, безумовно, хоче бути впевненим, що рівень сервісу в заброньованому для нього готелі відповідатиме його сподіванням. Характер цих сподівань обумовлюється існуючими у кожній країні світу уявленнями про комфорт та гостинність. Відповідно до своїх намірів та можливостей турист обирає певний клас (розряд) закладу розміщення, який визначається на основі проведення процедури сертифікації послуг готелів та їх категоризації, яка полягає в тому, що деяка незалежна організація (від готелю і клієнта) дає письмову гарантію, що надавані послуги відповідають визначеному стандарту [12]. Проте, і у цьому випадку туристи не застраховані від можливих розчарувань, тому що на сьогоднішній день єдиної міжнародної системи

класифікації готелів не існує. Підхід до сертифікації послуг готелів у різних країнах різний. Вона може бути:

- платною або безкоштовною;
- проведеною державним органом або професійним об'єднанням;
- здійсненою на основі національного або регіонального стандарту або стандарту, розробленого якою-небудь готельною мережею (як правило, встановлює більш високі вимоги до різних категорій готелів, ніж національні стандарти);
- відзначеною різними позначками („зірками", „розрядами", „коронами", „ключами", „квітками" і т.д.), що присвоюються за результатами проведення сертифікації готелю.

Послуги готелів можуть оцінюватися в балах або за визначеними вимогами, пропонованими до конкретної категорії (застосовуються також системи класифікації, засновані на комбінуванні цих двох способів оцінки готельних послуг).

На сьогоднішній день у світі нараховується більше тридцяти систем класифікації готелів. Більшість систем класифікації готелів базується на критеріях, які включають в себе всі або деякі з наступних елементів: розмір, обладнання, персонал, ціну, комфорт, зручність та краєвид, якість послуг, кухню (Додаток Л). Застосування різних систем та критеріїв класифікації готелів в різних країнах, а також одночасне існування офіційної та комерційної класифікації готелів часто призводить до протиріччя між категоріями та класифікаціями готелів. Найбільші складнощі виникають, коли готель виходить на міжнародний рівень.

Існує декілька проблем на шляху досягнення загальної міжнародної уніфікованої системи. По-перше, багато країн мають власну добре розроблену систему класифікації готелів, відому на ринку. Такі країни не мають бажання вступати в єдину систему класифікації. По-друге, виникає проблема створення єдиної термінології та якісних і кількісних критеріїв, які охоплювали б увесь



спектр типів готелів, їх характеристик і стандартів, а також національне законодавство кожної країни. По-третє, навіть якщо буде досягнута згода щодо єдиної класифікації готелів, виникає проблема з витратами на навчання персоналу та підготовкою кваліфікованих інспекторів для підтримки роботи цієї системи.

Незважаючи на вищезазначені труднощі, для в'їзного туризму сертифікація та категоризація послуг розміщення є дуже важливою. У багатьох країнах вона носить обов'язковий характер, і для одержання ліцензії на право здійснення діяльності у сфері готельних послуг необхідно попередньо пройти процедуру сертифікації на відповідність до національного стандарту. В інших країнах процедура сертифікації є добровільною. Однак, готелі зазвичай самі прагнуть пройти цю процедуру з метою позиціювання своїх послуг на ринку. Деякі країни взагалі не мають своїх національних стандартів в області сертифікації готельних послуг [12]. Але у більшості країн з розвиненим туристичним ринком такі стандарти існують, оскільки саме вони є гарантими якісного відпочинку гостей. Більшість національних стандартів спрямовано на встановлення норм щодо матеріально-технічної бази підприємства розміщення, і залишають на власний розсуд готельєра таку важливу складову як гостинність. В той же час, стандарти обслуговування, які розробляють і впроваджують готельні мережі, дуже велику увагу приділяють саме корпоративній культурі.

В Україні ринок туристичних послуг стрімко розвивається, зростає не лише кількість підприємств, які обслуговують гостей, але і якість надаваних ними послуг. Держава, в свою чергу, регулює і контролює взаємовідносини в цій сфері. Тому, починаючи з жовтня 1999 року, в Україні була впроваджена сертифікація та категоризація об'єктів туристичної індустрії, зокрема, засобів розміщення та закладів харчування, яка згідно з „Правилами обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання)” [13] є як обов'язковою, так і добровільною.

Об'єктами обов'язкової сертифікації в Україні є послуги з розміщення, що надаються суб'єктами туристичної діяльності (юридичними особами всіх форм власності та фізичними особами, що зареєстровані і мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг [13]) у колективних (10 і більше місць) та індивідуальних (1-9 місць) засобах розміщення.

У Законі України „Про туризм” [3] вказано, що серед усіх суб'єктів туристичної діяльності ліцензію повинні отримувати туроператори та турагенти. Отже, обов'язковою сертифікація послуг розміщення та послуг харчування є лише для юридичних або фізичних осіб, які отримали ліцензію на здійснення туроператорської та/або турагентської діяльності. Всі інші підприємства мають можливість пройти добровільну сертифікацію для отримання певної категорії закладом розміщення і тим самим зміцнити свою ринкову позицію.

Разом з тим, відповідно до „Переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні” [14], виокремлюють ряд послуг, що підлягають обов'язковій сертифікації. Серед послуг, що надаються закладами розміщення це такі:

- послуги готелів з ресторанами;
- послуги готелів без ресторанів;
- послуги молодіжних турбаз та гірських притулків;
- послуги кемпінгів, включно з послугами майданчиків для автофургонів;
- послуги дитячих та студентських літніх таборів;
- послуги центрів та будинків відпочинку;
- послуги санаторних та курортних закладів оздоровчого характеру;
- здавання під найом вмебльованих приміщень на короткий термін;
- послуги з надання спальних місць у спальних вагонах, круїзних суднах та інших транспортних і плавзасобах.

Орган, акредитований для проведення процедури сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання), незалежно від обраної схеми (їх дві) робить обстеження засобу розміщення, вибіркочу перевірку номерного фонду, оцінку відповідності підприємства вимогам до категорії, на яку претендує готель, а також технічний нагляд. Для отримання сертифікату та будь-якої категорії (для готелів – від однієї до п'яти зірок, для мотелів – від однієї до чотирьох зірок) підприємство тимчасового розміщення (проживання) повинне відповідати вимогам наступних нормативних актів:

1. Міждержавного стандарту ГОСТ 28681.3-95 “Туристично-екскурсійне обслуговування. Вимоги по забезпеченню безпеки туристів і екскурсантів”;
2. ДСТУ 4268:2003 “Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги”;
3. ДСТУ 4269:2003 “Послуги туристичні. Класифікація готелів”;
4. Міждержавного стандарту ГОСТ 12.1.004 91 “Пожежна безпека. Загальні вимоги”;
5. СНІП 2.04.01-85 “Внутрішній водопровід і каналізація споруд”;
6. ДБН В 2.2-9-99 “Будинки і споруди. Громадські будинки та споруди. Основні положення”;
7. СанПіН 42-128-4690-88 “Санітарні правила утримання територій населених місць”;
8. СанПіН 42-123-5777-91 “Санітарні правила для підприємств громадського харчування, включаючи кондитерська цехи та підприємства, що виробляють м'яке морозиво”;
9. Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг, затверджених наказом Державної туристичної адміністрації України №19 від 16.03.2004 р.;
10. Правил пожежної безпеки в Україні, затверджених наказом Міністерства України з питань надзвичайних ситуацій від 19.10.2004 № 126;
11. Нормативних документів на послуги.

Свої особливості має процедура сертифікації засобів розміщення у сільському туризмі. Більшість місць розміщення у сільській місцевості - це або сільські садиби (індивідуальні місця розміщення) або малі готелі (10-30 місць). Для таких підприємств досить складно оплачувати сертифікацію та відповідати вимогам стандарту хоча б на одну зірку. Але між підприємствами, які стандарт щодо готелів визначає як „без категорії”, досить велика різниця у рівні якості надання послуг. Індивідуальні та колективні засоби розміщення не готельного типу, які призначені для проживання туристів на сільських територіях, мають можливість пройти добровільну категоризацію у сфері сільського зеленого туризму „Українська гостинна садиба”.

### **3.5.5. Особливості обслуговування іноземних туристів іншими секторами туріндустрії**

У реалізації певних етапів гостьового циклу беруть участь також представники інших секторів туріндустрії, яким теж необхідно враховувати особливості роботи з іноземними туристами.

*Прибуття туриста в країну. Вибуття туриста з країни.* Реалізацію цього етапу виконує, в основному, сектор транспортних перевезень. Окрім загальних вимог щодо безпеки та комфортності подорожі, збереження багажу та інших, його представники допомагають туристам при проходженні ними прикордонно-митних процедур. Водії автобусів, провідники вагонів та працівники аеропорту вказують, де отримати необхідні форми документів для заповнення (або отримують їх самі), повідомляють, які документи необхідно пред’явити прикордонникам та митникам, надають консультативну допомогу при заповненні туристами бланків реєстраційних листів, анкет, декларацій і т.п. За необхідності радять, де на кордоні можна обміняти валюту. Якщо подорож здійснюється літаком або потягом, безпосередньо в транспортному засобі організовується харчування туристів та надання їм різноманітних додаткових послуг, у тому числі, у аеропортах та літаках - продаж товарів за системою

д'юті-фрі. Водії автобусів повинні забезпечити можливість задоволення основних фізіологічних і гігієнічних потреб у комфортних умовах.

*Організація дозвілля.* В організації даного етапу гостьового циклу беруть участь туроператори, а також представники секторів харчування, транспортних перевезень, розміщення. Основними ж його реалізаторами є представники секторів розваг та лікування і оздоровлення. Окрім знання іноземних мов, екскурсоводи, аніматори та інші учасники процесу організації дозвілля повинні враховувати як особливості поведінки і традиції проведення дозвілля інтуристами, так і можливості ознайомлення з традиціями відпочинку у приймаючій країні відповідно до інтересів гостей. Це знаходить відображення в формуванні пропозиції екскурсій, змісту портфеля екскурсовода та індивідуального тексту екскурсій, підборі анімаційних програм. Представники сектору оздоровлення та лікування повинні знайомити інтуристів з процедурами, дієтами та іншими лікувально-профілактичними заходами, надавати вичерпну інформацію про їх дію на організм, що теж пов'язано із володінням іноземними мовами.

### **3.6. Технологія і організація альтернативних видів туризму**

Явищем, характерним для сучасного туризму, стала поява і бурхливий розвиток альтернативних (екологічних, сталих, м'яких) його видів. Під останніми розуміються види туризму, які базуються на принципах:

- дрібномасштабності;
- дружнього ставлення до природи;
- спрямованості на її охорону та збереження;
- підтриманні добробуту місцевого населення;
- дбанні про інтереси туристів [15].

Інколи під альтернативними розуміються види туризму, які протиставляються традиційним, масовим видам. Тож для кожної країни такі

альтернативи свої. Так, в Україні до числа альтернативних можуть бути віднесені релігійний, спортивний, екстремальний (пригодницький), сільський, екологічний та інші. Запровадження в практику альтернативних видів туризму дає змогу урізноманітнити національний турпродукт, надати йому специфічних, лише йому притаманних рис, що є дуже цінним для розвитку в'їзного туризму. В цілому, ці види туризму можна визначити як спеціалізовані, де спеціалізація визначається програмою обслуговування.

Хоча організація альтернативних турів відбувається за загальною схемою і повинна відповідати загальним стандартам, їх програми обслуговування мають свою специфіку. В той же час, на складання програм певні обмеження накладають законодавство, нормативні акти тощо.

Одним із спеціальних видів туризму є **релігійний**. Релігійні тури розраховані, як мінімум, на три дні з відвідуванням святих місць: культових споруд, цілющих джерел, місць, пов'язаних з діяльністю відомих релігійних діячів, архітектурних пам'яток минулого тощо. В Україні це місця, що відносяться до таких релігій:

православної - Києво-Печерська, Почаївська, Святогірська лаври, собор св. Софії у Києві, Троїцький, Єлецький Успенський монастирі, Спасо-Преображенський та Борисо-Глібський собори Чернігова, Манявський скит, Данівський Георгіївський монастир, Святотроїцький монастир у Корці, Межиріцький монастир, Святобогоявленський монастир у Кременці, Святогірський Свято-Успенський монастир у Зимному, Крехівський Василіанський монастир, Святотроїцький монастир у Густині, Спасо-Преображенський Мгарський монастир, Свято-Володимирський Херсонський собор, Топловський монастир у Сімферополі, православні храми Києва, Львова, Одеси, Володимир-Волинського, Путивля та багатьох інших населених пунктів;

католицької – релігійний комплекс у Зарваниці, який є одним із 15 духовних світових Богородичних центрів, визнаних Вселенською Католицькою

Церквою, Олександрівський костел у Києві, храми Львова, Жовкви, Білої Церкви, Бердичева, Полонного та інших міст, особливо, Західної України;

іудейської – синагоги Києва, Львова, Жовкви; об'єктами прочанства представників однієї з гілок іудейства (хасидів) є Меджибіж, де працював і був похований засновник хасидизму Бел Шем Тов, могили Рабі Нахмана в Умані, Леві Іцхака в Бердичеві, Мордехая Тверського в Житомирі, Іехіля Міхеля у Новоград-Волинському та ін.;

ісламу – здебільшого, кримсько-татарські мечеті в Криму, серед яких мечеть Джума-Джамі та текіє (школа дервішів) у Євпаторії, мечеті, мавзолеї та медресе Бахчисарая, Старого Криму, Сімферополя;

місцями поклоніння вірменських християн є храми Львова, Євпаторії, Феодосії, Старого Криму.

Тож потенційними іноземними споживачами вітчизняного турпродукту в релігійному туризмі є росіяни, білоруси, болгары, словаки, чехи, євреї, представники кримсько-татарської діаспори.

Зауважимо, що існує два різновиди релігійного туризму: паломницький туризм та релігійний туризм екскурсійно-пізнавальної спрямованості. У деяких випадках організуються спеціалізовані тури, у яких поєднуються прочани й екскурсанти.

Сутність *паломництва*, полягає в поклонінні святим місцям. До паломництва людей спонукає багато різних мотивів:

- здійснення релігійного обряду (молитва, причастя, сповідання): релігійні таїнства являють собою саму головну внутрішню основу, зміст будь-якої релігії;
- духовне удосконалення;
- одержання благодаті, духовної поради і фізичного одужання;
- релігійна освіта або самоосвіта;
- вшанування святого місця, храму, мощів.

Стрімкому розвиткові паломницького туризму в нашій країні сприяє наявність безлічі православних святинь, невисока вартість таких програм і, зрозуміло, потреба сучасної людини в духовній підтримці. Окрім прочан-представників основних релігій, зростає кількість українців, так само як і вихідців із західних країн, що є послідовниками духовних учителів, різних шкіл і напрямків, відвідувачами семінарів і тренінгів, спрямованих на духовний розвиток і самопізнання людини. Це йога, цигун, різні медитативні практики та школи і т.д. Вони створили свої релігійні центри в багатьох містах України, їздять одне до одного, приймають своїх єдиновірців, організовують змагання, обряди тощо.

Паломництво має ряд властивих йому специфічних особливостей. По-перше, паломницькі тури переслідують не тільки пізнавальні цілі, але й несуть визначений віруванням зміст здійснення обряду. Прочани обов'язково відвідують богослужіння. По-друге, в програмі туру, як правило, істотно скорочений розважальний розділ, хоча оздоровче і пізнавальне навантаження зберігається. На відміну від світських екскурсій, у розповідях гідів та екскурсоводів історико-архітектурна частина тісно переплетена з розповідями про значення того або іншого місця для духовної культури. Паломницька поїздка дає прекрасну можливість познайомитися з історією, архітектурою, іконописом, ремісничими традиціями. По-третє, іноді для організації паломницьких турів необхідний дозвіл (благословення). По-четверте, здебільшого, організацією паломництва займаються паломницькі служби при великих храмах та монастирях, а паломницькі групи супроводжуються духовними особами. По-п'яте, паломницьким турам властива низька комфортабельність розміщення прочан. Прочани звичайно висувають набагато менше вимог до рівня і якості обслуговування, харчування, розміщення, ніж інші мандрівники. Вони зупиняються на ночівлю у келіях монастирів, на території храмів, у наметових містечках (під час хаджу, наприклад), можуть ночувати в храмах на підлозі, просто неба. В деяких релігіях це є необхідною



умовою здійснення паломництва. Вибір страв звичайно невеликий і вони більш скромні. Побутові незручності почасти компенсуються низькою вартістю нічлігу та харчування. Організатори паломницьких поїздок повинні враховувати закономірності формування паломницьких груп: більшість паломників-християн складають жінки, в мусульманських та іудейських паломницьких групах переважають чоловіки. Більшість прочан - люди літнього і середнього віку. Рідше - молодь і діти.

В православ'ї, католицизмі та інших релігіях одержали розвиток піші паломництва, особливо по вже існуючих маршрутах.

Ще однієї важливою складовою паломницьких програм є благодійна діяльність. Практично всі паломницькі служби перед відвідуванням монастирів дізнаються про їхні конкретні потреби. Ця інформація повідомляється прочанам. Займається збором допомоги і сама служба. Приїжджаючи в монастир, прочани привозять туди необхідні речі і продукти, роблять грошові пожертви. Для багатьох обителів така підтримка, тим більше, здійснювана на регулярній основі, виявляється дуже істотною.

Організатори паломницьких турів повинні враховувати специфіку подібних поїздок і відповідним чином планувати програму, розумно сполучаючи екскурсію й участь прочан у богослужінні. У той же час, уже на стадії комплектування групи варто враховувати інтереси людей, інформувати їх про специфіку туру, ризикуючи в іншому випадку створити в одній групі конфлікт людей, що приїхали в одне місце, але переслідують різні цілі. Організація паломництва іноземних туристів не вимагає їх особливої підготовки щодо прийнятних норм поведінки: як правило, це люди, добре обізнані з нормами моралі своєї релігії.

Часто, невинувато вважаючи, що паломництво переслідує тільки релігійні цілі, організатори цілком виключають шляхову інформацію й екскурсії. Це серйозно збіднює саме паломництво як подорож до святого місця, дотик до історичного минулого, культури і традицій благочестя. При

організації паломницьких турів серед іноземних прочан варто враховувати інтелектуальні, національні і вікові особливості, емоційний стан учасників поїздки, випадки збігу паломницького туру з днями релігійних свят. Важливе, а іноді і визначальне значення для організації релігійно-екскурсійного туризму має взаємодія з єпархіальними управами, округами, настоятелями монастирів. При організації паломництва це один із ключових моментів.

*У релігійному туризмі екскурсійно-пізнавальної спрямованості* основною формою подачі матеріалу є екскурсія, а для його розвитку велике значення мають екскурсійні ресурси (пам'ятники культової архітектури і скульптури; релігійні свята, традиції, звичаї, обряди; виставки, музеї при монастирях) і інформаційні ресурси (дані Інтернету, літературних і художніх творів, наукова інформація, народний епос, міфи, перекази). Зробити їх доступними для іноземних туристів – завдання організаторів цих поїздок. Це досягається шляхом використання рідної мови іноземців при проведенні екскурсій, розповідей про цікаві пам'ятки, традиції та обряди, порівняння з обрядами, звичаями та традиціями вихідців з інших країн.

На задоволення пізнавальних інтересів туристів спрямовані екскурсійні послуги. До них відносяться розробка і впровадження програм екскурсійного обслуговування, організація і проведення екскурсій. У рамках пізнавальних турів релігійної спрямованості передбачається відвідування релігійних центрів, у яких туристи-екскурсанти зможуть побачити релігійні об'єкти – діючі культові і пам'ятні, побувати в музеях і на виставках. Туристи можуть відвідувати богослужіння, брати участь у хресних ходах, медитаціях, інших релігійних заходах. Варто мати на увазі, що туристи-екскурсанти, у тому числі, представники інших релігій, можуть потрапити не на всі заходи. Організатори пізнавальних турів релігійної спрямованості повинні пам'ятати, що підготовка їх проведення повинна включати ознайомлення туристів з правилами поведінки під час відвідування храмів. Часто своєю некоректною, іноді не усвідомлюваною поведінкою в храмі та зовнішнім виглядом туристи

викликають невдоволення або й обурення вірян, яке може перерости у відкритий конфлікт. Обов'язок організатора поїздки – попередити екскурсантів про особливості поведінки та вимоги до зовнішнього вигляду в храмах різних конфесій. Іноземним туристам варто видати пам'ятки, надруковані їх рідною мовою щодо дій при заходженні в храм, можливості участі у релігійних відправах, місця знаходження та прийнятних дій, вимог до зовнішнього вигляду чоловіків та жінок тощо.

Пізнавальні тури релігійної спрямованості на відміну від паломницьких більш короткі, вони не приурочені до релігійних свят, і в них можуть брати участь як дорослі, так і діти. Релігійні об'єкти туристи відвідують і під час комбінованих турів, у яких екскурсійна складова є лише частиною програми.

У пізнавальних релігійних турах використовуються наявні елементи туристичної інфраструктури – готелі і т.д., розміщення більш комфортне, вартість турів – дорожча.

Туристи, що вирушають у поїздки святими місцями і до релігійних центрів, користуються послугами підприємств і установ громадського харчування. Це можуть бути: ресторани, кафе, закусочні і т.д., монастирські, храмові та інші їдальні і т.д., у яких готується їжа для відвідувачів. Асортимент страв тут відрізняється від пропонованого в кафе і ресторанах. У ряді випадків їжа може бути більш простою, пісною під час посту, вегетаріанською. Прочанам часто подається їжа у визначений час, часто також без можливості вибору страв. Про це необхідно попередити іноземних туристів, як мають специфічні харчові уподобання та режим харчування.

Туристи, що відправляються в паломницьку й екскурсійну поїздки, використовують різні засоби транспорту для досягнення пункту (пунктів) прибуття. Засобами використовуваного транспорту є: авіаційний, залізничний, автомобільний (автобусний), водний (річковий, морський) та інші його види. У паломницькому туризмі практикуються піші переміщення на визначеній частині маршруту, від одного пункту до іншого. Це, з одного боку, добровільно

узяті на себе труднощі, з іншого боку, це пояснюється тим фактом, що багато об'єктів (вершини священних гір, печери) важкодоступні для більшості або всіх транспортних засобів.

У релігійному туризмі дуже важлива концепція реклами. Відвідування тих або інших релігійних центрів, святих місць сполучено з глибокими щиросердечними почуттями і переживаннями людей, у першу чергу, прочан. Тому важливі етичні стандарти в рекламі турів релігійної тематики. Інформація повинна бути представлена в коректній формі і благопристойних виразах, жодним чином не ображати почуттів віруючих. Вона повинна міститися в авторитетних виданнях з гарною моральною репутацією.

Важливою складовою в Україні є вид туризму, який отримав назву **спортивного**. Спортивний туризм можна розглядати як вид спорту, який передбачає подолання маршруту активним способом, тобто без використання механічних транспортних засобів, покладаючись лише на свої власні сили, реалізуючи вміння і навички пересування пішки, на лижах, плавання на плотах і човнах, їзди на велосипеді і т. ін. Іншою частиною цього виду спорту є проведення і участь у змаганнях з окремих підвидів спортивного туризму: гірського, пішохідного, велосипедного, лижного, водного, спелео- тощо. З іншого боку, спортивний туризм – вид туризму, і це підтверджується Законом України “Про туризм” [3]. Інколи на його позначення використовується термін спортивно-оздоровчий туризм з активними засобами пересування.

В деяких джерелах спортивним туризмом вважається також відвідування спортивних заходів. Цей різновид є досить важливою частиною туристичного ринку і значно покращує економіку країн/регіонів-організаторів [16]. Створюються робочі місця, покращується туристична інфраструктура, транспортна система, спортивні споруди, заклади розміщення і харчування, платіжний баланс регіону [17]. Невідомі іноземцям міста часто стають популярними завдяки проведенню в них масових спортивних заходів. Тож їх

підтримка має бути пріоритетною для створення іміджу туристичної місцевості. На теренах України буде відбуватися чемпіонат Європи з футболу “EURO-2012”, який може принести значні прибутки організаторам.

За формою проведення туристських заходів і характером їх організації в спортивному туризмі можна виділити: організований – плановий і самодіяльний або клубно-секційний туризм, що розвивається під егідою різних туристичних організацій (в Україні це Федерація спортивного туризму України – ФСТУ). Хоча, найбільш популярним можна вважати неорганізований, аматорський, так званий „дикий” туризм.

Плановий туризм передбачає організацію і проведення походів та подорожей туристськими установами, організаціями і підприємствами різних форм власності (турбазами, туристськими таборами і т. ін.) переважно за туристичними путівками. Вони здійснюються за розробленими, вивченими, описаними, а іноді й промаркованими маршрутами під керівництвом інструкторів, які, як правило, проходять через турбази, або притулки, агрооселі тощо. Учасники походу забезпечуються ночівлею, харчуванням, послугами екскурсоводів, культурним і медичним обслуговуванням, на окремих ділянках – транспортом і т. ін. Маршрути пролягають через наймальовничіші куточки і включають пам’ятки старовини, цікаві архітектурні споруди, літературно-меморіальні та історичні місця. В більшості своїй ці маршрути нескладні і не вимагають спеціальної туристської підготовки. Участь в них можуть приймати і іноземні туристи.

Самодіяльні туристські походи і подорожі організують і проводять ради з питань туризму, спортивні товариства, туристські і спортивні клуби, туристські секції підприємств, установ, навчальних закладів, оздоровчі туристсько-спортивні табори, дитячі екскурсійно-туристські станції, школи, окремі групи туристів тощо. Самодіяльні туристи самі визначають склад групи, район подорожі і маршрут, забезпечують себе необхідним спорядженням, продуктами харчування, а на маршруті організують екскурсії, переходи і ночівлі.

Маршрути самодіяльних походів затверджуються відповідними маршрутно-кваліфікаційними комісіями (МКК), а проходження їх контролюється відповідними установами (контрольно-рятивними службами і загонами). Саме ці походи і можна вважати власне спортивними, оскільки вони передбачають отримання спортивних розрядів і звань. Для оформлення маршруту складається маршрутний лист або книжка, дані з якої розглядає МКК. Маршрутна книжка є основним документом на маршруті. При організації походу на території іншої країни мають бути оформлені відповідні в'їзні документи та попереджені рятувальні служби.

До спортивного туризму можна віднести і такі екзотичні і рідкісні його види, в яких маршрути долаються верхи на тваринах: конях, верблюдах, віслиюках, ламах, слонах, оленях, на собачих упряжках, на повітряних кулях, на вітрильних суднах, за допомогою пірнання з аквалангом тощо. Ці види, в силу своєї унікальності, не мають значного поширення і, як правило, існують у вигляді індивідуального спорту чи тривалого катання екскурсантів на спеціально навчених тваринах, а також яхтах, повітряних кулях і т. ін. Але вони можуть бути цікавими для іноземців через використання для пересування екзотичних тварин та транспортних засобів, яких немає в країні їх проживання.

Окремим видом може вважатись спелеотуризм – один із найбільш технічно і психологічно складних видів туризму. Він наближений до пошукових, дослідницьких видів діяльності, і масовим назвати його важко (на окремих ділянках печер доцільніше організовувати екскурсійні маршрути для екскурсантів і звичайних відпочиваючих).

Практично всі регіони України мають можливості для організації нескладних спортивних походів:

*водний туризм:* Азовське та Чорне моря, Карпатські ріки (Біла Тиса, Чорна Тиса, Тересва, Тересля, Путила, Бистриця Надвірнянська, Білий Черемош, Чорний Черемош, Прут, Серет), Дніпро і притоки (Десна, Сейм, Псел, Сула, Рось), Дніпровські водосховища (Київське, Кременчуцьке, Дніпродзержинське,

Каховське), Печенізьке і Краснооскольське водосховища, каньйон Дністра – сплав на човнах, байдарках, каное, рафтах плотах, яхтах;

*спелеотуризм*: лабіринти подільських печер „Попелюшка” поблизу с. Подвірне протяжністю понад 90 км, „Буковинка” поблизу с. Стальнівці, протяжністю 3700 м, „Довбуша”, „Дучі” та інших. Кримські печери: Кизил-Коба (Червона печера – 13,7 км., 6 поверхів), Данильча-Коба, Киїк-Коба, Скельська, Мармурова та багато ін.

*Пішохідний гірський, гірськолижний* – Карпатські та Кримські гори, де можлива організація піших і гірських, лижних та спелео- походів різних категорій складності.

Гірськолижний туризм має давні традиції розвитку в Україні, де зараз діє досить багато гірськолижних курортів, які кожного року пропонують нові свої послуги. Карпатські гірськолижні курорти пропонують все і на будь-який смак. Гірськолижний туризм розвивається у Рахівському та Міжгірському районах Закарпаття, Сколівському районі Львівщини, Верховинському районі Івано-Франківщини, Вижницькому районі Чернівецької області. Найпопулярнішими лижними маршрутами є: „Чорногорою”, „Свидовцем”, „Уздовж Тиси” (з відвіданням Центру Європи), „Зимова Гуцульщина”, „Лісистими Карпатами”, лижні походи на г.Говерлу, г.Тросян, г.Явірник, г.Парашку й інші гірські вершини.

Гірський пішохідний туризм активніше розвивається в Криму. Найбільш відвідуваними є Кримські каньйони: Великий, Бельбекський, Чорноріченський; г. Роман-Кош (найвища вершина Кримських гір – 1545 м.); Демерджі-яйла (Долина Привидів та руїни фортеці „Фуна”); Карабі-яйла, Чатирдаг; Карадаг; Кучук-Койський кам’яний хаос; вулканічна сопка Джуатепе; водоспади: Учан-Су, Джур-Джур.

У світі розвивається досить багато різновидностей, близьких до спортивного туризму, які отримали загальну назву – **екстремальний (пригодницький) туризм**. В Україні останніми роками з’являються туристичні організації, які спеціалізуються саме на екстремальних турах або

використовують їх елементи в анімаційних програмах. Екстремальна компонента в українських в'їзних спортивних турах може формуватися за рахунок специфіки природних умов в місцях проведення походів (наявність диких звірів, важкодоступних місць в горах, лісах та на болотах, наявність стрімких потоків), а також використання різних видів активності туристів (гребля, сплав, наведення переправ, стрибки з парашутом).

Організація екстремальних в'їзних турів вимагає постійного супроводу туристів досвідченим інструктором, гідом-перекладачем, медичним працівником та кухарем. До послуг, що включаються до таких турів, включаються також проживання на базах, притулках, користування необхідним спорядженням, трансфери за маршрутом, оформлення відповідних дозволів на рибалку, полювання, відвідування заповідних місць, за необхідності, оформлення віз.

Розробляючи тур, організатори повинні враховувати ступінь фізичного навантаження, який повинен бути під силу туристам, його дозування впродовж маршруту, безпеку для життя та здоров'я, врахувати місцеві умови, тривалість туру (складні маршрути менш тривалі), достатність часу на відпочинок та сон, можливість дострокового вивозу туриста з маршруту. Маршрути повинні мати можливість для зміни в залежності від погодних умов, фізичної підготовки туристів, кількості людей в групі тощо.

Реалізуючи екстремальний тур, агенти повинні проінформувати туристів про можливі труднощі та небезпеки, вимоги до фізичної підготовки туристів, подбати про наявність страховки. Іноді для уникнення конфліктних ситуацій туристи підписують спеціальні угоди, які включають додаткові положення, пов'язані з безпекою, та інформаційні листи, з якими вони ознайомлюються перед поїздкою.

В Україні є можливості для організації екстремальних турів, деякі з них вже успішно реалізуються. Серед них альпіністські, пішохідні, походи на



байдарках, сплави на плотах, тури з метою полювання, рибного лову, поїздки на природу в заповідники для спостереження за тваринами, фотополювання.

Карпатські гори – чудове місце не тільки для рафтингу але і для каякінгу, де проводяться змагання з цих видів спорту. А взагалі місць для рафтингу і каякінгу дуже багато. Майже всі гірські і деякі рівнинні ріки придатні для цього. Яхтинг розвивається на Чорному і Азовському морях, Дніпровських водосховищах.

Непогано розвинена інфраструктура шкіл дайвінгу, у яких можна за тиждень освоїти цей вид спорту. Найкращі з них – на Чорноморському узбережжі. За бажанням туристів, на пам'ять можуть бути зроблені підводні фотографії. Береги цікаві для занурення новачків і професіоналів. Рельєфи і ландшафти морського дна, наслідки тектонічних розломів і виверження вулканів, велика кількість яшми, онікса, агату, предметів побуту, які відносяться до різних історичних епох, ефектні розломи затонулих літаків, суден, вік яких налічує від декілька десятків до декілька тисяч років – все це знаходиться в порівняно доступних місцях морського дна. Цікавий і різноманітний підводними об'єктами район Південно-Східного Криму – від мису Лукулл до мису Сарич.

Певним попитом користуються і такі екзотичні тури, як поїздка в Чорнобиль. В Україні можна розвивати і такі тури пригнорницького туризму як тури на місця людських трагедій та тури з метою пошуку скарбів.

У світі, у тому числі, в Україні, популярними стають подорожі у сільську місцевість, які реалізуються формі **сільського туризму**. *Сільський туризм – це стаціонарний відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає використання місцевих рекреаційних ресурсів з метою проведення різноманітних циклів рекреаційних занять [18].* В сільському туризмі можуть поєднуватися наступні цикли рекреаційних занять: пішохідні прогулянки, пікніки, збиральництво, рибальство, огляд визначних

пам'яток, відвідування історичних і культурних місць та фестивалів, кінний спорт, участь у традиційних ремеслах і обрядах, задоволення гастрономічних потреб. На відміну від рекреаційних циклів, що можна проводити і умовах міста (пляжний відпочинок, прогулянки, плавання і т.д.), „сільські” відрізняються більшою пасивністю, ностальгією, традиційністю, низькою технологічністю, можливістю отримати більш повний відпочинок. Сільський зелений туризм тяжіє до форм пасивного (а не активного) відпочинку, за ступенем своєї організованості він є самодіяльним (не плановим), за метою — скоріше соціальним, а не суто комерційним.

Потенційними іноземними споживачами вітчизняного турпродукту в сільському туризмі можуть бути представники української діаспори, котрі хочуть удосконалити власні навички володіння мовою предків, приторкнутися до витоків власного народу, а також мешканці великих міст, котрих приваблює українська екзотика.

Однією з найпоширеніших форм сільського зеленого туризму є агрорекреаційний туризм.

*Агрорекреаційний туризм — це відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає використання сільського (фермерського) господарства з метою рекреації, освіти чи активного залучення до традиційних форм господарювання [18].*

В Європі особливою популярністю серед туристів користуються екоагросадиби, які знаходяться у чистому середовищі і пропонують екологічно чистий продукт. В Україні теж запроваджується практика екологічного маркування сільських садиб. Такі садиби мають відповідати наступним критеріям.

1. Сільськогосподарська діяльність власника садиби, фермера має відбуватись відповідною до екологічних критеріїв. Туристи повинні мати можливість брати участь у цій діяльності.
2. Харчування туристів має відбуватися з використанням екологічно чистих

продуктів.

3. Повинні використовуватися екологічні технології збереження та очистки води, утилізації сміття, системи енергозбереження.
4. Усі будівлі садиби повинні бути збудованими з екологічних матеріалів, а садиба має гармоніювати з навколишнім ландшафтом.
5. Туристи повинні мати можливість контакту з природою та отримання знань з охорони навколишнього середовища.

Формуванням турпродукту в сільському туризмі здебільшого займаються господарі агроосель. Відповідно до власних уподобань і можливостей, окрім основних послуг, до яких відносяться розміщення, харчування та перевезення, вони можуть організувати екскурсії, залучати туристів до участі в народних обрядах і дійствах, а також сільськогосподарських роботах, навчати народним промислам тощо. Проте, при організації обслуговування іноземних туристів господарі агроосель можуть зіткнутися з певними труднощами. Основна з них пов'язана з мовними проблемами. Якщо українському господареві неважко порозумітися з гостями з Росії, Білорусії, Польщі, Болгарії, то спілкування з німцями, італійцями, англійцями, шведами без перекладача видається більш проблематичним. Інша проблема пов'язана з поширенням за кордоном інформації про послуги, що надаються господарями, та місцевість, де відбувається обслуговування, організація рекламної компанії. Реклама в зарубіжних ЗМІ занадто дорога для українських господарів. До того ж, в Україні досі немає єдиних чітко сформульованих вимог до стандартів послуг в сільському туризмі та не проведена категоризація сільських садиб, що дало б іноземцям змогу більш чітко розуміти, який рівень сервісу на нього очікує в чужій країні.

Технологія сервісного обслуговування іноземного гостя в сільському туризмі має свої особливості. Більш складно може відбуватися етап попереднього замовлення та підтвердження бронювання, що пов'язано з вартістю міжнародних телефонних переговорів та мовними проблемами. Цю

місію повинні взяти на себе турагентства, з якими при організації в'їзних сільських турів повинні співробітничати сільські господарі. По-перше, вони на більш високому рівні можуть організувати рекламні заходи. По-друге, замовляючи тур в агентстві, турист матиме додаткові гарантії якісного відпочинку. По-третє, турагентствам легше виступати в ролі посередників та вирішувати додаткові питання, пов'язані з замовленням та оформленням туру, візовою підтримкою, підтвердженням бронювання. Зустріч іноземних гостей теж вимагає більш відповідального ставлення. Задача господарів – виправдати очікування туристів і навіть перевершити їх, вразити гостинністю та ґречним ставленням. При поселенні гостей необхідно враховувати високі стандарти, до яких вони звикли, але й не забувати про місцевий колорит. Водночас, господарі повинні пам'ятати, що як приймаюча сторона вони несуть відповідальність за своєчасне оформлення документів на право їх перебування на території і виїзд з України після закінчення визначеного терміну їх перебування.

Конкретна туристична та анімаційна програма повинна враховувати уподобання іноземних гостей, бути інформативною і змістовною, різноманітною і передбачати можливості варіювання. Господар повинен володіти або знати, де дістати усе необхідне для задоволення рекреаційних запитів гостей. При організації харчування іноземців необхідно з розумінням ставитися до їх харчових звичок, уподобань, коректно за бажанням туристів знайомити з особливостями національної кухні.

Ще одним з альтернативних видів в'їзного туризму, що можна розвивати в Україні, є **екотуризм**.

*Екотуризм — це пізнавальний і відпочинковий вид туризму, зосереджений на природних (мало змінених людиною) територіях, який передбачає заняття різними формами активної рекреації у природних ландшафтах без заподіяння шкоди навколишньому середовищу [18].*

*Або це подорожі в місця з відносно недоторканою природою, які не ведуть до порушення цілісності екосистем, з метою одержати уявлення про природні та культурно-етнографічні особливості цієї території, що створює такі економічні умови, коли охорона природи стає вигідною місцевому населенню"[18].*

За умовами надання послуг з екотуризму вирізняють його “м’яку” та “жорстку” версії. Перша передбачає усамітнений відпочинок в комфортабельних умовах на лоні мальовничих природних ландшафтів. Ця версія близька до сільського зеленого туризму, коли в якості житлової бази туристів виступають агросадиби та агрооселі. Друга передбачає відмову від звичних благ цивілізації та проживання туристів в наметах, мисливських будиночках, куренях. Більші вимоги ставляться і до недоторканості природи. В Україні майже не залишилось куточків з недоторканою дикою природою: майже всюди вона змінена діяльністю людини. Але її територія багата різноманітними мальовничими ландшафтами, тому “м’яку” версію екотуризму можна розвивати повсюдно. Розвиток “жорсткої” версії екотуризму можливий в Карпатах, Кримських горах, на Поліссі, а також в межах відповідних функціональних зон об’єктів природо-заповідного фонду.

В програму екотурів може входити дослідження живої природи (спостереження за життям тварин, рослин, збирання колекцій та гербаріїв), екскурсії до цікавих природних об’єктів, збирання грибів, ягід, лікарських трав, рибальство, волонтерська діяльність по догляду за територією та її благоустрою, купання в природних водоймах тощо. Організаторам таких турів треба мати на увазі, що такі тури або індивідуальні, або дрібномасштабні (максимальна кількість туристів в групі – 10-12 осіб). Туристів повинні супроводжувати гід, перекладач, лікар та кухар. Тури відбуваються на спеціально обладнаних екотрасах, які мають місця для стоянок з туалетами, літніми душами, урнами для сміття, запасом дров, джерелами питної води, інформаційними табло і т.ін. На відміну від екстремальних турів, в екотурах

виключаються великі фізичні навантаження та небезпечні фактори. Слід продумати і анімаційну програму таких турів. Вона може включати різноманітні конкурси, свята, тематичні вечори. Велика увага приділяється екологічній освіті та вихованню туристів.



### **Контрольні запитання і практичні завдання:**

1. Розкрийте сутність поняття “турпродукт” та його специфіку у в’їзному туризмі.
2. Охарактеризуйте особливості проектування туристичної подорожі, туристичного походу та екскурсії у в’їзному туризмі.
3. Яким чином можна охарактеризувати в’їзний турпродукт України в цілому та за її окремими регіонами?
4. Проаналізуйте можливості вітчизняних в’їзних туроператорів щодо оформлення договірних відносин з закордонними виїзними операторами та туристичними агентами.
5. Охарактеризуйте договірні відносини між в’їзними туристичними операторами та підприємствами розміщення.
6. Проаналізуйте транспортні засоби та можливості договірних відносин туроператорів з транспортними підприємствами.
7. Якими нормативними актами регулюється безпека в туризмі?
8. Що таке гостьовий цикл, з яких етапів він складається?
9. Розкрийте особливості роботи представників різних секторів туріндустрії з іноземними відвідувачами.
10. Які альтернативні види туризму можна розвивати в Україні? Розкрийте специфіку їх організації у в’їзному туризмі.



### **Рекомендована література:**

1. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учебник [Текст]. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 288 с.
2. Гуляев В.Г. Организация туристских перевозок [Текст] / В.Г.Гуляев. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 512с.
3. Закон України „Про туризм” від 15.09.1995 № 324/95-ВР в редакції від 01.01.2004 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=324/>
4. Ліцензійні умови провадження туроператорської та турагентської діяльності, затверджений наказом Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Міністерства культури і туризму України №111/55 від 11.09.2007 [Текст] // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-

- правових актів / Під заг. ред. проф. В.К. Федорченка; Київ. ун-т туризму, економіки і права. – К.: Юрінком Інтер, 2002.
5. Межгосударственный стандарт ГОСТ 28681.1-95 “Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги: Проектирование туристских услуг” [Текст] // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів / Під заг. ред. проф. В.К. Федорченка; Київ. ун-т туризму, економіки і права. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – С. 565-575.
  6. Межгосударственный стандарт ГОСТ 28681.2-95 “Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги: Общие требования” [Текст] // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів / Під заг. ред. проф. В.К. Федорченка; Київ. ун-т туризму, економіки і права. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – С. 576-578.
  7. Межгосударственный стандарт ГОСТ 28681.3-95 “Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги: Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов”» [Текст] // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів / Під заг. ред. проф. В.К. Федорченка; Київ. ун-т туризму, економіки і права. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – С. 597-584
  8. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) [Текст] / О.О.Любіцева. – К.: „Альтерпрес”, 2003. – 436 с.
  9. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие [Текст]. – М.: МарТ; Ростов н/Д: МарТ, 2007. – 352 с.
  10. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія і практика. Навч. пос. [Текст] / М.П.Мальська, В.В.Худо. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.
  11. Архипов В.В., Иванникова Е.И. Особенности культуры и традиций питания народов мира. Курс лекций. [Текст] / В.В.Архипов, Е.И. Иванникова. – К.: Аттика, 2005. – 216с.
  12. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства [Текст] / Е.Е.Филипповский, Л.В.Шмарова. — М: Финансы и статистика, 2006. — 176 с.
  13. Правила обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання, затверджені наказом Держстандарту України від 27 січня 1999 р. № 37 (у редакції наказу Держспоживстандарту України від 03.09.2007 № 207).
  14. Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні, затверджений наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики № 28 від 01.02.2005 р.

15. Кравченко Н.О. Рекреаційне господарство Полісся: сучасний стан та перспективи розвитку [Текст] / Н.О.Кравченко. – Ніжин: МІЛАНІК, 2007. – 172с.
16. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: Підручник [Текст] / Т.Г. Сокол; заг. ред. В.Ф. Орлова. – К.: Грамота, 2006. – 264с.
17. Галкин В.В. Экономика и управление физической культурой и спортом: Учебное пособие для вузов [Текст] / В.В. Галкин – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 448с.
18. Рутинський М. Сільський туризм [Текст] / М.Рутинський. - К.: Знання, 2006. - 271 с.



## Розділ IV

### ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ В'ІЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ



*Як співвідносяться поняття “туризм” та “рекреація”?*

*Що таке рекреаційні ресурси? На які групи вони поділяються?*

*Які природні рекреаційні ресурси ви знаєте? Які особливості їх оцінки?*

*Які рекреаційні ресурси відносяться до соціально-історичних? За якими критеріями вони оцінюються?*

*Які туристичні райони України ви знаєте?*

*Що таке туристична індустрія? Які її основні сектори?*

#### 4.1. Значення дослідження туристичного потенціалу територій

*Туристичний потенціал території – ємне, багатоаспектне поняття, що охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку певних видів туризму.*

З дослідження туристичного (рекреаційного)<sup>3</sup> потенціалу територій розпочинається майже кожна наукова праця, присвячена проблемам розвитку туризму, а оцінка рівня рекреаційного потенціалу регіонів та їх забезпеченості рекреаційними ресурсами є проблемою, що чи не найбільш часто піднімається у наукових виданнях з географії, економіки, медицини та екології. Це свідчить про беззаперечну актуальність даного питання, а також, як це не парадоксально звучить, його невивченість. Принаймні, не зважаючи на велику кількість наукових розробок, досі залишається невивченим ряд важливих теоретичних та практичних питань, зокрема, немає кадастру рекреаційних ресурсів України та

---

<sup>3</sup> На сучасному етапі розвитку наукової думки між поняттями “туризм” і “рекреація” відмінностей майже не прослідковується. Ще більшою мірою це стосується понять “рекреаційні ресурси” та “туристичні ресурси”. Проте, щодо в'їзного туризму більш коректним буде вживання поняття “туристичні ресурси”, оскільки їх споживання ведеться поза межами населених пунктів, звідки прибули рекреанти.

не проведена грошова їх оцінка, за виключенням загальної оцінки вартості природних рекреаційних ресурсів адміністративних областей та районів, зробленої В.П.Руденком в 90-х рр. минулого століття [1].

На заваді цьому – ряд об’єктивних чинників. По-перше, велика різноманітність видів рекреаційних занять, в яких задіюються різні види природних і ресурсів антропогенного походження (причому їх список постійно поповнюється з виникненням і популяризацією нових видів і способів відпочинку), спричиняє складність у виведенні інтегральної оцінки туристичного потенціалу певної території: для організації одних видів туризму вона може володіти надзвичайно потужною ресурсною базою, для інших – бути зовсім непридатною. По-друге, рекреаційний потенціал і основна його складова – рекреаційні ресурси – дуже вразливі до дії зовнішніх факторів: варто виникнути одному несприятливому чинникові (стихійне лихо, розвиток нових галузей виробництва, несумісних з існуванням рекреації, рекреаційні перевантаження на територію, соціальні заворушення абощо), як рекреаційний потенціал втрачається частково або й повністю. Причому, якщо йдеться про природні ресурси, то при дії несприятливих чинників їх рекреаційна цінність втрачається значно раніше і швидше, ніж економічна. Тобто рекреаційний потенціал території є категорією непостійною. По-третє, ще однією властивістю рекреаційного потенціалу є його дискретність. Одні й ті самі площинні об’єкти (ліс, озеро, лука, населений пункт) мають неоднаковий рекреаційний потенціал в різних своїх частинах.

Особливу увагу дослідженню туристичного (рекреаційного) потенціалу території необхідно приділяти в процесі виявлення можливостей розвитку в’їзного туризму. Адже, рекреаційний потенціал території має вивчатися під кутом зору його придатності для організації обслуговування іноземних туристів.

Туристичний потенціал території складається з трьох елементів:

- ресурси;

- інфраструктура;
- імідж.

Послідовно розглянемо їх як передумови розвитку в'їзного туризму.

#### **4.2. Туристично-ресурсний потенціал розвитку в'їзного туризму в Україні<sup>4</sup>**

Оцінюючи придатність туристичних ресурсів для організації в'їзного туризму, необхідно пам'ятати про їх естетичний, емоційно-психологічний, інтелектуальний та духовний вплив. Традиційно для обслуговування іноземних туристів залучаються найкращі ресурси. Тож, передусім, до уваги необхідно приймати атрактивність (привабливість) об'єктів природного та антропогенного походження, що виражається в ступені їх відомості, збереженості, доглянутості, відвідуваності тощо. З іншого боку, те, що цікавить вітчизняних споживачів турпродукту, може не викликати інтересу з боку туристів-іноземців, і навпаки, ті ресурси, що українцями сприймаються як обиденність, можуть стати об'єктом жвавого туристичного попиту приїжджих. В такому випадку, передусім, треба звертати увагу на гомогенні туристичні ресурси, етнокультурні особливості регіонів, традиційні ремесла.

*Гомогенні туристичні ресурси - соціальні та природні об'єкти, явища, події, походження яких тісно пов'язане як з територією України (де вони розташовані або відбувались), так і з територією тієї зарубіжної країни, в межах якої даний об'єкт, явище, подія первісно виникла* [6]. Безперечно, інтерес з боку іноземних громадян можуть викликати місця, пов'язані з життєвим шляхом їх видатних земляків, а також поховання іноземців, архітектурні пам'ятки, створені ними, або що носять їх імена, пам'ятники та меморіальні

---

<sup>4</sup> Підрозділ написаний на основі джерел [2, 3, 4, 5]

дошки, споруджені на честь подій, пов'язаних з історією тієї чи іншої держави, або видатних іноземців тощо.

Етнокультурні особливості регіонів виявляються в об'єктах та явищах матеріальної і духовної культури життєдіяльності етносу на території його історичного розвитку. Найбільш цікавими для іноземців можуть бути об'єкти матеріальної (українські храми, могили, пам'ятні хрести, традиційне українське житло, господарські будівлі, декоративно-ужиткові вироби народних майстрів, національний одяг) та явища духовної етнокультури, пов'язані з побутовими та культовими обрядами, народними традиціями, усною народною творчістю. Дані ресурси, в першу чергу, орієнтовані на вихідців з урбанізованого середовища, що знаходиться під впливом масової культури, а їх розміщення тісно пов'язане з селами як найбільш консервативними за своїми культурними особливостями формами розселення.

Необхідно звертати увагу на лікувально-оздоровчі ресурси. В Європейському рекреаційному макрорегіоні саме Східна Європа спеціалізується на наданні курортних послуг через їх порівняну дешевизну, а також значну забезпеченість кліматичними, бальнеологічними та пелоїдними рекреаційними ресурсами та давні традиції їх використання. Головний їх споживач – населення Західної та Північної Європи. Таким чином, Україна повинна використовувати свої переваги на ринку лікувально-оздоровчих послуг.

Не можна також не брати до уваги транспортної доступності туристичних ресурсів. Тоді як в межах України дістатися до то того чи іншого населеного пункту не є проблемою, то тривалість, зручність та комфортність подорожей в деяких випадках викликають сумніви. Тому, в першу чергу, необхідно залучати рекреаційні ресурси населених пунктів, що розташовані поблизу транспортних коридорів, міжнародних автомобільних та залізничних магістралей та доріг республіканського значення.

Докладно розглянемо, які ресурси можуть запропонувати іноземним туристам туристичні райони України<sup>5</sup>.

#### **4.2.1. Карпатський туристичний район**

До складу Карпатського туристичний району входять чотири області Західної України: Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська та Чернівецька. Територія Карпатського туристичного району охоплює 56,6 тис. км<sup>2</sup>, що становить 9,4% території України. В його межах проживає 6120 тис. населення (13% від загальноукраїнського показника), більша частина якого проживає у селах – 51,4%.

*Природні туристичні ресурси.* Одним з основних природних туристичних ресурсів даного району є рельєф. Його особливості обумовлюються розташуванням на території району гірського масиву Карпат, що простягнувся з північного заходу на південний схід та займає разом з Передкарпатською височиною та Закарпатською низовиною 37 тис. км<sup>2</sup> (65,5% території району). Українські Карпати – середньовисотні гори з переважаючими висотами 1000-2000 м. Саме такий тип рельєфу, за оцінками дослідників, є найкращим для організації рекреаційної діяльності. Найвищі вершини сягають понад 2000 м., серед них – найвища точка України г.Говерла, яка може бути віднесена до рекреаційних об'єктів рангу супер-точка тур. Об'єктами уваги туристів можуть стати мальовничі скелі, стрімкі схили, річкові долини, форми рельєфу, утворені діяльністю давнього льодовика та карстуванням. Решту території займають низовини Малого Полісся (північ Львівської області), які оточують горбисті пасма Розточчя, Опілля, Гологор та Вороняків, а також височина в межиріччі Прута і Дністра (північний схід Чернівецької області).

---

<sup>5</sup> За основу бралась мережа рекреаційно-туристичних районів, запропонована І.В.Смалем [8].

Розвиткові спелеотуризму сприяє наявність на території печер, найбільшими з яких є Попелюшка, Піонерка, Буковинка. Сольові шахти Солотвина використовуються для лікування алергічних захворювань. Цікавими природними об'єктами є грязьові вулкани поблизу с.Старуня Івано-Франківської області, вулканічний купол в Ужгороді.

М'яка (середні січневі температури в горах  $-6, -8^{\circ}\text{C}$ ) багатосніжна зима, що триває в горах понад 3,5 місяці, сприяє розвитку зимового туризму, якому, втім, можуть бути на заваді часті відлиги та викликані ними сходження снігових лавин. Період міжсезоння в Карпатах тривалий, що стримує масовий розвиток гірського туризму. Літо коротке та нежарке. Середні температури липня у передгір'ї  $+18...+19^{\circ}\text{C}$ , в горах  $+7...+13^{\circ}\text{C}$ , в Закарпатті  $+20^{\circ}\text{C}$ . Осінь тепла і сухіша за літо. Гори та передгір'я є зоною надмірного зволоження: на рік випадає 800-1800 мм опадів, більшість яких припадає на теплу пору року, що теж не сприяє розвитку туризму.

Ріки, що беруть початок в горах: Латориця, Боржава, Ріка, Тересва, Тересва, Тиса, Дністер, Стрий, Свіча, Лімниця, Бистриця, Прут, Черемош, Серет та інші, - характеризуються значною каламутністю, особливо під час повені, швидкою течією, низькими, навіть в теплу пору, температурами води. Таким чином, з одного боку, це ускладнює їх використання для організації масового купання, а з іншого, пороги й водоспади на ріках значною мірою сприяють підвищенню естетичної привабливості ландшафтів та роблять можливим розвиток водного екстремального туризму. Річки рівнинної частини Карпатського туристичного району надають мальовничості його ландшафтам своїми глибоко врізаними долинами, на подекуди урвистих схилах яких відслонюються давні породи. Окрасою гірських ландшафтів є озера Синевир, Бребенескул, Несамовите та ін.

Виняткове значення для розвитку лікувально-оздоровчого туризму мають численні родовища мінеральних вод різного складу. Найбільш відомими з них є Моршинські, Трускавецькі, Східницькі джерела Львівської області, Ужоцьке,

Міжгірське, Полянське, Новополянське, Квасівське, Шаянське – Закарпатської, Шешорське – Івано-Франківської та багато інших. Розвитку даного виду туристичної діяльності сприяє також наявність родовищ лікувальних грязей та озокериту.

Рослинний і тваринний світ Карпатського туристичного району характеризується значним різноманіттям, обумовленим висотною поясністю та широтною зональністю. Тільки в Карпатах налічується понад 2 тис. видів рослин, серед яких понад 100 ендеміків. Українські Карпати характеризуються значною залісненістю території (понад 40 %). У видовому складі гірських лісів переважають смерека та бук, в рівнинних лісах поширені бук, дуб, граб, сосна. Це сприяє організації санаторно-курортної справи. Велике різноманіття лікарських рослин, диких плодів, ягід та грибів сприяє розвитку промисельного туризму.

Серед об'єктів природно-заповідного фонду, що можуть становити інтерес для іноземних туристів, є Карпатський біосферний заповідник, національні природні парки Синевир та Ужанський Закарпатської області; Галицький, Гуцульський, Карпатський національні природні парки Івано-Франківської області; національні природні парки Яворівський та Сколівські Бескиди Львівської області, Сторожинецький дендропарк, Вижницький національний природний парк Чернівецької області.

**Соціально-культурні туристичні ресурси.** Львівська область є чи не найбільш насиченим визначними архітектурними пам'ятками регіоном нашої держави. Негласною столицею західноукраїнських земель є місто **Львів**. Заснований у XIII столітті князем Данилом Галицьким як майбутня столиця князівства, Львів і надалі зберігав своє домінуюче значення. Архітектурна спадщина Львова формувалась впродовж віків і носить на собі відбитки багатьох архітектурних стилів, а історичний центр Львова, що почав формуватися в середні віки, не має аналогів в Україні і віднесений до Списку світової культурної і природної спадщини ЮНЕСКО. З-поміж визначних

архітектурних споруд міста слід згадати будівлі, що складають неповторний ансамбль площі Ринок, названої так на зразок європейських міст: ратушу, палац Корнякта та чорну кам'яницю, палац Любомирських. Львів відомий своїми старовинними культовими спорудами, що представляють багато конфесій. Серед найбільш значущих – храм Івана Хрестителя XIII століття, пам'ятки архітектури XIII-XIX століть – костел Марії Сніжної та церква Миколи Чудотворця, Латинський кафедральний собор XIV-XV ст., синагога “Золота Роза” XVI ст., Домініканський собор XVIII-XIX ст., Вірменська церква XIV ст. – усього понад 20 об'єктів. Оригінальністю відрізняються архітектурні пам'ятки міста громадського призначення: будинок Театру опери і балету ім. С.Крушельницької, головний корпус університету ім. І.Франка, готель “Жорж”, Міський арсенал та ін. В місті багато пам'ятників, споруджених на честь видатних осіб, серед яких найбільшу художню цінність мають пам'ятники А.Міцкевичу, Т.Шевченку, І.Федорову. Визначним осередком концентрації біосоціальних та культурно-історичних рекреаційних ресурсів є Личаківський цвинтар, де останній притулок знайшло багато видатних людей, діячів науки, політики, культури та мистецтва, у тому числі, й іноземців. У Львові значним чином розвинена рекреаційно-розважальна інфраструктура: жителі та гості міста можуть відпочити у численних парках та скверах, кав'ярнях та ресторанах, відвідати театри чи музеї.

Інші населені пункти Львівської області теж характеризуються значним соціально-культурним рекреаційним потенціалом. Своїми замками-палацами відомі **Броди, Жовква, Золочів, Олесько, Підгірці, Свірж**. Чудові зразки староукраїнського церковного дерев'яного зодчества збереглись у **Буську, Городку, Дрогобичі, Жовкві, Крехові, Сколе**. Величністю відрізняються муровані Домініканський костел XVII ст. у **м.Белз**, Юріївська церква XVII ст. у **Бродах**, храми XIV-XVII ст. та оборонна вежа у **Дрогобичі**, костели та церкви **м.Комарно**, комплекс споруд Василіанського монастиря XVII ст. у **Крехові** та інші. Відомими курортними центрами є **Трускавець, Моршин, Східниця**.



Зі Львівською областю пов'язані життєві шляхи І.Франка, І.Федорова, А.Міцкевича, Ю.Кульчицького, С.Крушельницької, П.Нестерова, В.Івасюка, О.Толстого, М.Рильського та ін.

**Івано-Франківська область.** Найбільшим осередком, в якому сконцентрована значна частина архітектурної спадщини області, є її адміністративний центр – **м.Івано-Франківськ**, заснований у XVII ст.. Найстарішими спорудами міста є костел Пресвятої Діви Марії та палац, що належав нащадками засновника міста - коронного гетьмана С.Потоцького, а також ратуша, що довгий час правила за в'язницю. Іншими визначними архітектурними пам'ятками міста є єзуїтський колегіум та Вірменська церква XVII ст., готелі, адміністративні й житлові будинки, що формують архітектурний ансамбль центральної частини міста.

Івано-Франківщина – колыска Галицького князівства. До наших часів збереглися руїни замку його столиці – міста **Галича**, на базі пам'яток якого в наші дні створений національний заповідник «Давній Галич». До заповідника увійшли церква Різдва Христового XIV-XV ст. в Галичі, церква св. Пантелеймона XXI ст. в **с. Шевченкове**, Успенська церква XVII ст. і фундамент Успенського собору XII ст. у **Крилосі**.

Неформальною столицею Гуцульщини є **Коломия**, відома своїми архітектурними пам'ятками, серед яких найстаріша в області дерев'яна церква Благовіщення XVI ст., коломийська гімназія, в стінах якої здобували освіту В.Стефаник, Л.Мартович, М.Черемшина, будинок ратуші, що був свідком багатьох історичних подій. Коломия – є центром музейництва. Тут функціонують музей народного мистецтва ім. Й.Кобринського та широковідомий, не зважаючи на коротку історію, яку веде з 2000 р., музей писанкового розпису.

Комплексами монастирських споруд XVIII ст., що належать римо- та греко-католицькій конфесіям, відомі **Богородчани**, **Городенка**, церквами та

костелами XIV-XVI ст. – **Рогатин**, центром православного паломництва є **Манявський скит**.

Курортно-туристичними центрами області є **Болехів, Косів, Яблуниця, Яремче**, столиця гірськолижного туризму **Ворохта**, мальовничі **Шешори**.

В етнографічному відношенні Івано-Франківщина складається з Опілля, Покуття, Бойківщини та Гуцульщини. Їх мешканці зберегли деякі відмінності у мові, одязі, культурі та побуті, що теж може бути об'єктом уваги іноземних туристів.

Івано-Франківщина є батьківщиною князя Ярослава Осмомисла і княгині Єфросинії Ярославни, султанші Роксолани, Олекси Довбуша, письменників Івана Вагилевича, Василя Стефаника, Марка Черемшини, Леся Мартовича, Марійки Підгірянки, композитора Анатолія Кос-Анатольського, художників Ярослава Петрака та Василя Касіяна, політичних діячів Дмитра Вітовського та Степана Бандери. Тут бували і працювали Іван Франко, Михайло Грушевський, Олександр Олесь, Богдан Лепкий, Михайло Коцюбинський, Максим Рильський та інші.

Архітектурні пам'ятки **Закарпатської області** відрізняються особливою специфікою, що підкреслює власну історичну долю регіону, пов'язану з історією Угорщини, Румунії та Словаччини. Тут збереглось чимало замків колишніх вельможних господарів краю. Як правило, ці цитаделі будувались в стратегічно важливих, добре захищених місцях. Згуртовуючи навколо себе населення, що під час небезпеки шукало захисту в їх стінах, вони ініціювали виникнення міст. Так, з неприступної фортеці Гунг IX ст., яка не збереглася до наших часів, бере початок місто **Ужгород** – адміністративний центр Закарпатської області. У XIV ст. в Ужгороді будується інший замок, що належав феодалам Другетам. Нині в ньому розміщені експозиції картинної галереї та краєзнавчого музею. Результатом тривалого релігійного протиборства між католиками та протестантами стала поява у XVII ст. будівель єзуїтської колегії та костелу, які в наші часи правлять за кафедральний собор

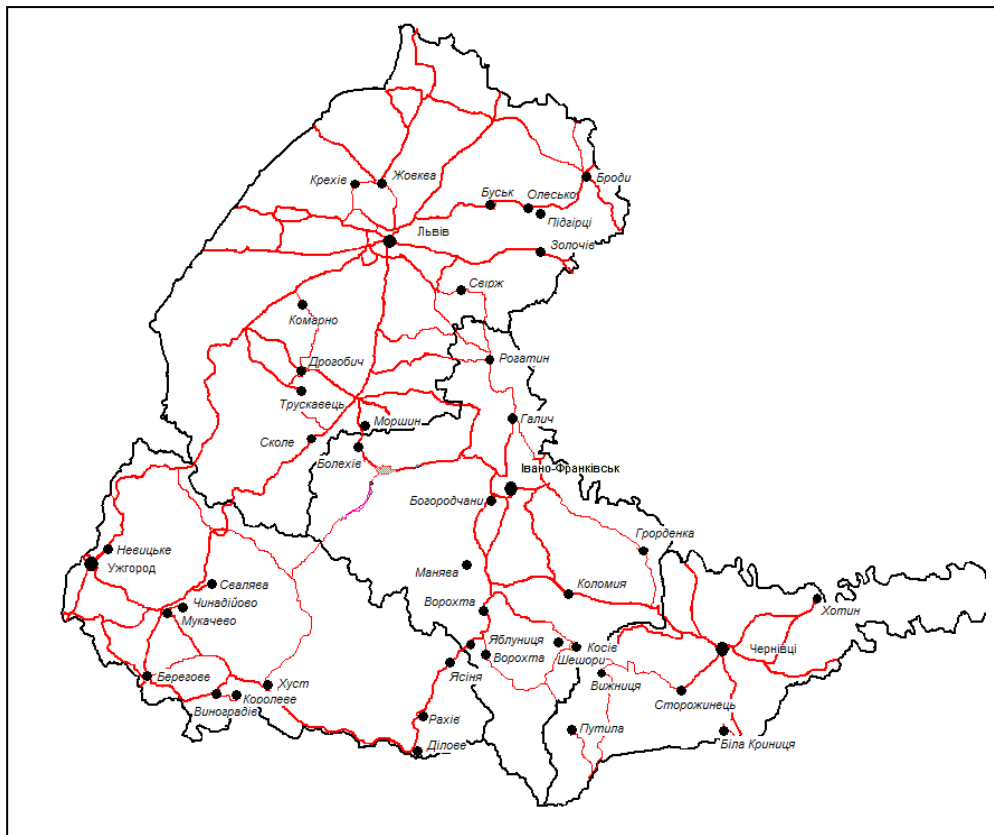
греко-католицької церкви та єпископську резиденцію. Від XVIII ст. до нашого часу збереглися будівля жупанату, римо-католицький костел, дерев'яна Шелестовська церква, чимало житлових і господарських будівель у старій частині міста. XX сторіччя теж залишило свій слід у формуванні архітектурного ансамблю міста: саме тоді було збудовано синагогу та кальвіністський костел.

Своєю славною історією та кількістю архітектурних пам'яток майже не поступається обласному центру **м. Берегове**, закладене у XI ст. як центр розвитку виноградарства. Серед найвизначніших – Всехсвятський костел XIV-XIX ст., костел Реформаторів XVст., ансамбль споруд “Княжий двір” XVII-XIX ст., старовинні особняки та громадські споруди. **Виноградів** приваблює увагу туристів руїнами замку та палацом баронів Перені, будівлями колишнього францисканського монастиря XIV-XVII ст. Знаковими для регіону і країни є туристичні ресурси сіл **Ділове та Королеве**. У першому з них за одними з розрахунків знаходиться географічний центр Європи, про що свідчить скромний обеліск, а у другому знайдено найдавнішу в Україні ранньопалеолітичну стоянку (500 тис.р.т.). Символом **м. Мукачево** є одна з найоригінальніших середньовічних споруд – замок Паланок XI ст. Серед інших пам'яток Миколаївський монастир XVII ст., церкви та костели, ратуша, житлові будинки. Руїнами замків XIII ст. відомі **с.Невицьке, м.Хуст, с.Чинадійово**, культовими спорудами – **Рахів, Свалява, Хуст, Ясіня**.

Із Закарпаттям пов'язані життєві шляхи історика І. Пастелія, поета і прозаїка О.Духновича, композитора Б.Бартока, угорського художника Ш.Холлоші. В **Береговому** зведені пам'ятники угорському королю Іштвану I, який ввів на цих землях християнство, та видатному угорському поетові Ш.Петефі, що, безперечно, може викликати інтерес угорських туристів.

На стику української, молдавської, угорської, турецької та румунської культур формувалась архітектурна спадщина **Чернівецької області**. Особливо визначною вона є у **м.Чернівці**. Її представляють дерев'яні Миколаївська,

Вознесенська і Спиридонівська церкви XVII-XVIII ст., Святодухівський кафедральний собор, Вірменська церква XIX ст., Миколаївський кафедральний собор, церква Успіння Богородиці XX ст., ратуша XIX ст., будівлі резиденції митрополита – нинішні корпуси Чернівецького національного університету, будинок музично-драматичного театру О.Кобилянської, житлові будинки старої частини міста. Однією з візиток не тільки області, але й України стала неприступна **Хотинська фортеця** XV-XVIII ст., на території якої створено архітектурний заповідник. На Буковині набуло значного поширення дерев'яне культове зодчество. Серед його зразків — церква Св. Іоанна Сучавського із дзвіницею (XVIII ст., с. **Виженка**), церква Св. Миколая (XIX ст., смт. **Путила**). Інтерес з боку росіян, безперечно, викличе старообрядчеська церква XX ст. у **Білій Криниці**, іудеїв - синагоги **Вижниці**, поляків - костел у **Сторожинці** та ін. (рис. 4.1).



**Рис. 4.1. Соціально-культурний ресурсний каркас території  
Карпатського туристичного району**

З Буковиною пов'язані долі Ю.Федьковича, О.Кобилянської, М.Емінеску, В.Александрі, І.Франка, Лесі Українки, М.Лисенка, М.Коцюбинського, В.Стефаника, М.Черемшини, Н.Яремчука, В.Івасюка, С.Ротару та ін.

#### **4.2.2. Волинський туристичний район**

До складу Волинського туристичного району входять Волинська, Рівненська та Житомирська області. Площа району – 70,0 тис. км<sup>2</sup> або 11,6 % загальної території України. В районі проживає 3527 тис. населення. Показник урбанізації – 51,8%. Характерними особливостями району є північно-західне його положення, сусідство з Польщею та Білоруссю, порівняно слабка господарська освоєність, пов'язана з відсутністю значних покладів корисних копалин, що слугували б основою для промислового розвитку, та невеликою родючістю ґрунтів, що стримує сільськогосподарське освоєння даних територій. Разом з тим, значний туристично-ресурсний потенціал району, його прикордонне положення, транзитні транспортні магістралі відкривають значні перспективи для розвитку рекреаційної господарської діяльності, зокрема, в'їзного туризму.

*Природні туристичні ресурси.* Поверхня Волинського туристичного району рівнинна. Північна частина лежить в межах Поліської низовини, плоску поверхню якої в межах Волинської та Рівненської областей дугою перетинають окремі ізольовані горби Волинського пасма, а в межах Житомирської області урізноманітнюють пасма, горби та скелі Словечансько-Овруцького кряжа. Південна частина Волинської та Рівненської областей зайнята Волинською височиною, поверхня якої густо порізана неглибокими балками та річковими долинами. Північний захід, центральну та південно-західну частину Житомирської області займають хвилясті, порізані досить глибокими ярами та балками, де подекуди відслонюються кристалічні породи Українського щита, рівнини Придніпровської височини. Об'єктами інтересу туристів можуть бути

десятиметрові базальтові стовпи в кар'єрах біля с.Базальтового та гранітні скелі с.Губків Рівненської області.

Помірно-континентальний клімат з вологим нежарким літом і м'якою зимою дозволяє організовувати в районі досить широкий спектр видів рекреаційної діяльності. Густа річкова мережа представлена як великими, так і малими річками, основними з яких є Прип'ять та її притоки: Случ, Горинь, Стохід, Турія, Уборть, Уж, а також притока Дніпра – Тетерів. Незамулені, чисті рівнинні річки з повільною течією – цінний рекреаційний ресурс, який може використовуватись для організації водного туризму та купання у період з травня по вересень. Родзинкою району є його чисті озера. Їх в районі більше 500, найбільші з яких - Світязь, Пулемецьке, Луки, Нобель, Біле, Нечимне.

Наразі популярністю для масового відпочинку користуються Шацькі озера (Волинська область), мальовничі береги Тетерева (між селами Тригир'я та Дениші), Іршанського та Хрінницького водосховищ, Случі (території Березнівського району, прилеглі до річки, навіть дістали назву “Надслучанська Швейцарія”) та Замчиського, озер Нобель та Біле (Рівненська область).

На території Волинського туристичного району є джерела мінеральних вод, які можна використовувати для лікування та профілактики захворювань шлунково-кишкового тракту та опорно-рухового апарату, регуляції обмінних процесів організму, виведення радіонуклідів. З донними відкладами озер пов'язані родовища лікувальних грязей: Погулянківське, Вичавки – у Рівненській та Журавицьке і Шацьке на Волині, які також можуть використовуватись у лікувальних цілях.

Волинський туристичний район лежить в межах природних зон мішаних лісів та лісостепу, що визначає багатство та різноманітність рослинного покриву та фауни. Лісами вкрито 32,9% території району. Основні з лісоутворюючих порід – сосна і ялина – мають фітонцидні властивості, що

використовуються у лікуванні та профілактиці хвороб органів дихання та нервової системи.

Поліська земля – місце поширення значної кількості лікарських трав, що можуть бути як основою застосування фітотерапії у санаторно-курортній справі, так і об'єктом промисельного туризму. Великі ділянки лісу, зайняті ягідниками та грибоносними площами, є привабливими для тих, хто надає перевагу відпочинку в лісі.

З тварин, що мають значення для організації промисельного туризму, водяться борсук, вовк, лисиця, заєць, білка, куниця, видра, норка, бобер, ондатра. Водойми багаті рибою.

В рекреаційних цілях можуть використовуватись об'єкти природно-заповідного фонду, найбільш значущими серед яких є Шацький національний природний парк, Луцький ботанічний сад, Надслучанський регіональний ландшафтний парк, Поліський природний заповідник, Рівненський природний заповідник та ін.

*Соціально-культурні туристичні ресурси.* Архітектурна спадщина **Волинської області** формувалась впродовж віків, чим пояснюється різноманітність стилів її архітектурних пам'яток. Найбільш насиченим архітектурними пам'ятками містом області є обласний центр – м.**Луцьк**. З-поміж визначних архітектурних споруд міста слід згадати Луцький замок XII-XIVст., будівлі численних католицьких монастирів XVIII ст., колишню синагогу, Покровську та Хрестовоздвиженську церкви XVIIст., оборонну вежу князів Чарторийських XV ст., житлові будинки XVI-XIX ст..

Інші населені пункти Волинської області теж характеризуються значним соціально-культурним рекреаційним потенціалом. Серед них **Володимир-Волинський** (Василівська церква XIII-XIV ст., костели Йоакима й Анни та послання апостолів XVIII ст., Миколаївська церква та Успенський собор XII ст., земляні вали замку X-XIV ст.), на території якого було створено державний

історико-культурний заповідник “Стародавній Володимир”; м. **Берестечко** (Каплиця Фекли – XVII ст., Троїцький костел XVI ст., в якому знаходиться музей битви під Берестечком, мурований стовп XVI ст.); смт **Олика** (замок XVI ст., Петропавлівський XV ст. та Троїцький XVI ст. костели, Стрітенська церква XVIII ст.). Об’єктами паломництва є монастирі у с. **Зимне, Жидичин**. Чудові зразки культових споруд збереглись у **Ковелі, Любомлі, Старій Виживці, Голобах**. У селі **Колодяжне** функціонує літературно-меморіальний музей, присвячений найвідомішій представниці області – Лесі Українці, котра деякий час жила тут з родиною. Село **Павлівка** зберігає пам’ять про свого знаменитого уродженця - польського вченого Т.Чацького, а також про міжетнічні сутички кінця Великої вітчизняної війни. На знак скорботи про ці трагічні події та примирення між народами тут було відкрито українсько-польський меморіал “Пам’ять. Скорбота. Єднання”, що може бути дистинацією (метою, місцем призначення) для польських туристів.

На території **Рівненської області** збереглися оборонні та монастирські споруди, що лічать свій час із середніх віків, архітектурні споруди культового призначення XVII-XX ст., що належать різним конфесіям, житлові будинки та споруди громадського призначення XVII-XX ст. Обласний центр має небагату архітектурну спадщину, представлену греко-католицькою Свято-Успенською церквою, Воскресенським собором, будинком театру та колишньої гімназії.

На противагу Рівному, більш цінними архітектурно-історичними ресурсами володіють районні центри **Дубно та Острог** – одні з найстаріших міст України. Серед пам’яток Дубна - замок князів Острозьких XIV ст., Спасо-Преображенський собор XVII ст., Георгіївська церква XVIII ст., монастирі бернардинців та кармеліток XVII ст. В Острозі варто подивитися замок князів Острозьких XIV ст., вежі, що колись входили до системи міських оборонних споруд, Успенський костел та Богоявленську церкву XV ст., колишню синагогу XVII ст., костел монастиря капуцинів XVIII ст. На території цих міст створено

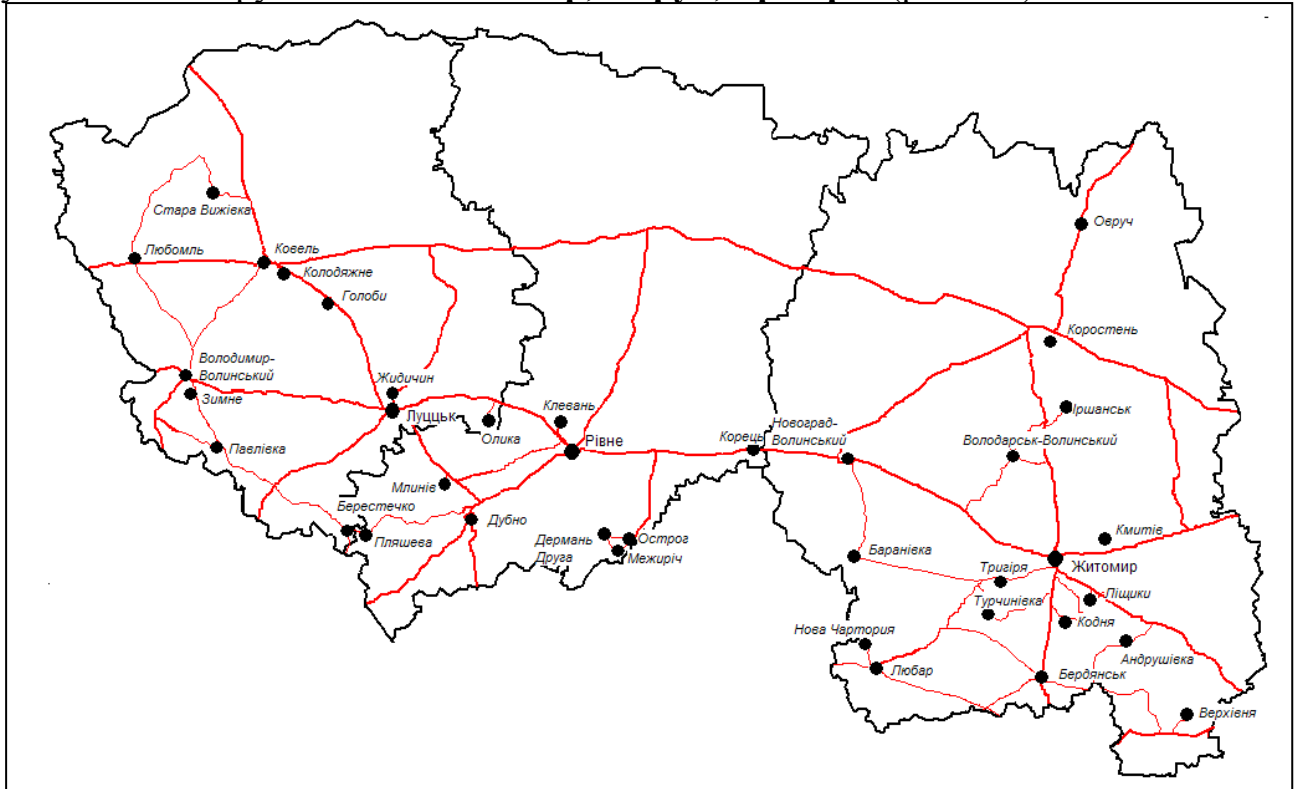


державні історико-культурні заповідники. Свідком трагічної поразки козаків в битві під Берестечком стали околиці села **Пляшева**, де на згадку про криваві події на поч. ХХ ст. зведено Георгіївську церкву-мавзолей та перенесено дерев'яну Миколаївську церкву, в якій Б.Хмельницький отримав благословення на битву. На увагу туристів заслуговують монастирі в **Дермані Другій** та **Межирічі**, руїни замку, костел та церква у **Клевані** та **Корці**. В області свого часу побували діячі зарубіжної культури: російський першодрукар І.Федоров, російські письменники О.Купрін, О.Толстой, В.Короленко, польська письменниця В.Василевська.

Значна частина архітектурно-історичних ресурсів **Житомирської області** зосереджена в обласному центрі. Серед них кафедральний собор св. Софії, будинок магістрату, семінарський костел, келії єзуїтського монастиря ХVІІІ ст., Свято-Преображенський собор, комплекс споруд поштової станції ХІХ ст. Кількістю архітектурних пам'яток вирізняється **Бердичів**, що в середині ХІХ ст. був п'ятим за чисельністю населення містом України. Кармелітський монастир, Свято-Миколаївська церква, костел св. Варвари, в якому вінчалися О. де Бальзак з Е.Ганською, входять до числа пам'яток, які показують туристам, що мандрують краєм. З іменем знаменитого французького письменника пов'язаний також маєток його дружини у с.**Верхівня**. Палац з кімнатами, в яких жив і працював Бальзак, старовинний парк, родинний костел Ганських-Ржевуських повертають відвідувачів у часи, коли творив письменник. З іменем іншої видатної поетеси – Лесі Українки – пов'язані пам'ятки **Новоград-Волинського** та **Баранівки**. Старовинні садиби, палаци й парки, придатні для організації екскурсій для іноземних туристів, збереглись у **Андрушівці**, **Ліщині**, **Новій Чарторії**.

З Житомирщиною пов'язано багато під час трагічних подій в історії України: жорстока розправа княгині Ольги в Іскоростені (сучасний **Коростень**) – древлянській столиці - за вбитого чоловіка, страта близько трьох тисяч

козаків у **Кодні**. В регіоні зосереджена значна кількість унікальних музеїв – дорогоцінного та виробного каміння у **Володарськ-Волинському**, музей порцеляни в **Баранівці**, музей гірничо-збагачувального комбінату в **Іршанську**, музей образотворчого мистецтва у **Кмитові**. Визначними культовими спорудами відомі **Любар, Овруч, Тригир'я** (рис. 4.2).



**Рис. 4.2. Соціально-культурний ресурсний каркас території Волинського туристичного району**

#### **4.2.3. Подільський туристичний район**

До складу Подільського туристичного району входять Тернопільська, Хмельницька та Вінницька області. Площа району – 60,9 тис. км<sup>2</sup> або 10,1 % загальної території України. В районі проживає 4187 тис. населення. Показник урбанізації – 48,1%. Характерними особливостями району є невисокий рівень промислового розвитку, порівняно сприятлива екологічна ситуація, значний потенціал рекреаційних ресурсів, зручне геополітичне і транспортне положення.

**Природні туристичні ресурси.** Рельєф Подільського туристичного району відрізняється великим різноманіттям. Пологі рівнини чергуються з горбогір'ями, глибокими річковими долинами з крутими схилами, ярами та балками. Туристичну привабливість регіону збільшує наявність значної кількості спелеоресурсів. Тут знаходяться найдовші гіпсові печери Європи – Оптимістична та Озерна, а також безліч інших.

Річкова мережа району досить густа, представлена ріками, що входять до басейну Дністра (Золота Липа, Стрипа, Серет, Нічлава, Збруч, Гнила, Смотрич, Студениця, Ушиця, Мурафа), Прип'яті (Горинь, Іква, Вілія, Хомора, Случ), Південного Бугу (Соб, Рів, Згар, Десна, Бужок, Іква) та Дніпра (Рось, Роставиця, Гуйва). Вони можуть використовуватись для організації купання та водних видів туризму, а їх мальовничі долини надають привабливості ландшафтам. Захоплення викликають водоспади на околицях сіл Рукомиш, Нирків та Русилів.

Джерела мінеральних вод, які можна використовувати для лікування та профілактики захворювань шлунково-кишкового тракту та опорно-рухового апарату, регуляції обмінних процесів організму, виведення радіонуклідів, знаходяться біля Летичева, Кам'янця-Подільського, Сатанова, Полонного Хмельницької області, Конопівки та Настасіва Тернопільської області, Хмільника, Житників, Козятина та Литовця Вінницької області.

В рекреаційних цілях можуть використовуватись об'єкти природно-заповідного фонду, найбільш значущими серед яких є природний заповідник Медобори та його філія – Кременецькі гори, національний природний парк “Подільські Товтри”.

**Соціально-культурні туристичні ресурси.** На території Подільського туристичного району зберігається значна середньовічна спадщина у вигляді замків та фортець. Архітектурна спадщина більш пізніх часів представлена культовими спорудами, палацами, адміністративними та жилими будинками XVIII-XX ст..

Буремні історичні події, що відбувалися на території сучасної **Тернопільської області**, залишили свій відбиток в її історико-культурній та архітектурній спадщині. Її адміністративний центр – м.**Тернопіль** – розпочав своє існування з середини XVI ст., коли з наказу польського короля Сигізмунда I на берегах р.Серет було зведено фортецю для боротьби з періодичними набігами татар. Тоді ж було збудовано і найстарішу у місті Воздвиженську церкву. Згодом постають Воскресенська церква, а після входу міста до складу Австрії – домініканський костел. XIX століття відзначилось появою палацу та оригінальних житлових будівель, XX – характерної споруди драматичного театру.

Справжньою перлиною Західної України є старовинне місто **Бережани**, що веде свою історію з середини XIV ст. Архітектурне надбання міста становлять замок Синявських з Троїцьким костелом, костел Різдва Діви Марії та монастир Отців Бернардинців, вірменська церква та синагога. На характерній для східноєвропейських міст площі Ринок знаходиться греко-католицька церква Пресвятої Трійці, а також незмінний атрибут - ратуша, що й нині виконує функції адміністративної будівлі, а також історико-культурного центру, оскільки в ній розмістились експозиції чотирьох музеїв. Місто має статус державного історико-культурного заповідника.

Своїми архітектурними пам'ятками не поступається Бережанам місто **Бучач**. Вражаючих розмірів ратуша, руїни замку, церкви, монастирі та костели XVI-XVIII ст. формують неповторний образ міста. В Бучачі народився та провів свої дитячі роки майбутній нобелівський лауреат в галузі літератури Шмуель Агнон.

Візитною карткою міста **Заліщики** є мальовнича панорама міста, що лежить в петлі Дністра. Серед архітектурних споруд міста виділяються палац Понятовських, костел, стара синагога. Свого часу місто було кліматичним курортом, про що нагадують вілли початку XX ст. В місті є дендропарк.

Волинськими Афінами колись іменувався **Кременець** – найбільший освітній центр колишнього Волинського намісництва. Тут функціонувала вища гімназія, будівля якої й дотепер залишається однією з найкращих в місті. Кременець відомий своїми монастирем та храмами, руїнами замку, а також своїм знаменитим уродженцем – польським поетом Ю.Словацьким. Свого часу у Кременці працював видатний мандрівник М.Пржевальський.

Чудовими палацово-парковими комплексами славляться селище **Вишнівець** та колишній курорт **Микулинці**. Цікаві культові споруди розташовані в селі **Монастирок**, селищі **Гусятин**, містах **Теребовля**, **Підгайці** та **Чортків**. Свідками історичних подій стали руїни замків сіл **Залізці**, **Кривче**, **Язловець** – місце останнього притулку польського композитора М.Гомулки; а також місто **Збарж**. В області розташовано й декілька об'єктів паломництва: місто **Почаїв** приваблює православних християн з усієї Східної Європи знаменитим Свято-Успенським монастирем, що має статус лаври, і чудотворною іконою Почаївської Божої Матері; а у селі **Зарваниця** знаходиться інша ікона Діви Марії, що є святинею для католиків.

Складний шлях, позначений пожежами, війнами і руйнуваннями, пройшли культурно-історичні пам'ятки **Хмельницької області**. В обласному центрі буремні роки пережили лише деякі особняки і адміністративні будівлі XIX-XX ст. Більшість визначних будівель та пам'ятників **Хмельницького** з'явилося вже за радянської доби. Оригінальні культові споруди збереглися в центрі гончарства – **Адамівці**, селах **Жванець**, **Сутківці** та старовинному місті **Полонне**. Палацово-парковими комплексами відомі селище **Антоніни** та село **Самчики**, яке носить статус історико-культурного заповідника. Свідком славних подій початку Визвольної війни 1648-1654 рр. стало село **Пилява** (колишні Пилявці), на околицях якого відбулась знаменита битва. Пам'ять про М.Островського, що колись працював тут, та його уславлений роман бережуть пам'ятні знаки та обеліски **Шепетівки**.

Значною історико-архітектурною спадщиною відрізняються міста області: **Зіньків** (руїни замку, костел, дві синагоги, садибний будинок), **Ізяслав** (руїни замку, монастир, католицький та православний храми), **Летичів** (збереглися вежі колишньої фортеці, комплекс споруд домініканського монастиря, костел, пам'ятник У.Кармалюку), **Сатанів** (вежі колишньої фортеці, православний, католицький та іудейський храми), **Старокостянтинів** (замок, вежа домініканського монастиря, костел та церква). Місто **Меджибіж** відоме своєю фортецею, а також тим, що тут свого часу проповідував Бел Шем Тов – засновник хасидизму. Вже наприкінці ХХ ст. тут було побудовано синагогу, а місто перетворилось на центр паломництва євреїв. Але найбільш відомим центром, що є найбільш відвідуваним туристами не лише в області, але й в Україні, є **Кам'янець-Подільський**. Відомим воно стало завдяки фортеці, що добре збереглась. Побудована на вершині каньйону, що утворила р.Смотрич, вона свого часу була добре укріпленою твердиною, а зараз перетворена на Національний історико-культурний заповідник. В самому місті збереглися численні культові, військові, адміністративні, торгові та навчальні споруди.

**Вінницька область.** Аrenoю боротьби православної та католицької церков за релігійні переконання місцевого населення стала **Вінниця**. В результаті такого змагання за вплив у місті з'явилися єзуїтський та домініканський (пізніше перероблений на православний собор), а також Преображенський та Благовіщенський монастирі, Свято-Миколаївська церква та костел капучинів. До ХVІІІ ст. відноситься палацово-парковий ансамбль М.Грохольського. В місті багато архітектурних споруд, що представляють ХІХ століття: особняків, культових, адміністративних, навчальних та господарських будівель. Серед найбільш відомих – музей-садиба знаменитого хірурга М.Пирогова та церква-мавзолей, де покоїться його забальзамоване тіло.

Змінював конфесійну приналежність і Троїцький монастир, що у селищі **Браїлів**. Побудований як монастир тринітаріїв, на початку ХІХ ст. він перейшов до рук православної громади. Є у Браїлові і католицький костел, що

носить таку саму назву. Селище відоме також відбудованим палацово-парковим комплексом, що колись належав родині фон Мекк. Зараз тут розміщений державний музей видатного російського композитора П.Чайковського, що тривалий час листувався з господинею маєтку.

Про трагічні події Визвольної війни 1648-1654 рр. нагадує символічний надгробок захисників фортеці у **с. Буша**, які, щоб не потрапити в полон до поляків, висадили в повітря укріплення, від якого залишилась єдина вежа. Нині на місці фортеці створено парк скульптури просто неба. У селі також виявлено залишки поганського храму VI– VII ст.

Свідком народження історії російської авіації стало село **Вороновиця**, в якому один з його господарів – О.Можайський – випробовував свої моделі планерів та спроектував літак-моноплан. У селі є дерев'яна Михайлівська церква.

Унікальним скельним монастирем, розташованим у гротах над Дністром, відоме село **Лядова**.

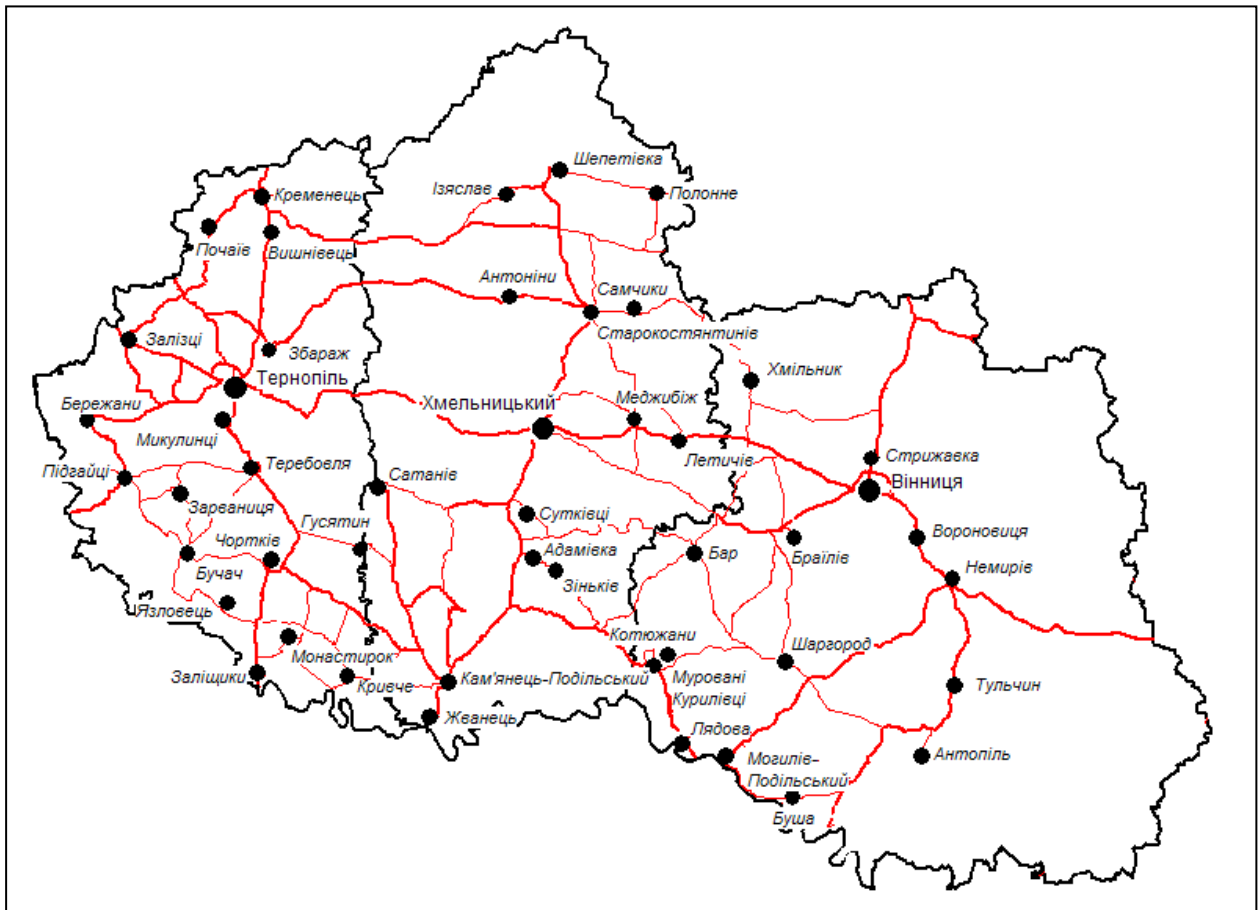
В околицях **с.Стрижавки** знаходяться залишки однієї з найзагадковіших на території України споруд XX ст. – воєнної ставки А.Гітлера, званої під назвою “Вервольф”. Усі військовополонені, задіяні в її будівництві, були розстріляні. Сам фюрер пробув тут загалом близько п'яти місяців. Під час відступу окупантів “Вовче лігво” було знищене.

Знаменитий бальнеологічний курорт **Хмільник** має також і архітектурні принади – костел Усікновення, вежу колишньої мечеті та палац.

Грандіозним палацово-парковим комплексом XVIII ст., що колись належав відомому польському магнатові С.Потоцькому, відоме місто **Тульчин**. Після конфіскації маєтку на користь російської казни тут побували О.Суворов, І.Котляревський, майже всі декабристи та О.Пушкін. У місті збереглись будівлі XVIII-XIX ст., серед яких будинок декабристів, будинок П.Пестеля, будинок офіцерського зібрання.

На Вінниччині збереглося чимало чудових палацово-паркових комплексів, зокрема, в селах **Антопіль**, **Котюжани**, смт **Муровані Курилівці** та м. **Немирів**.

Велику кількість сакральних споруд, що належать різним конфесіям, має м. **Шаргород**, а також **Бар** та **Могилів-Подільський** (рис. 4.3).



**Рис. 4.3. Соціально-культурний ресурсний каркас території  
Подільського туристичного району**

#### **4.2.4. Причорноморський туристичний район**

До складу Причорноморського туристичного району входять Одеська та Миколаївська області. Площа району – 57,9 тис. км<sup>2</sup> або 9,6 % загальної території України. В районі проживає 3607,3 тис. населення, більша частина якого (66,6%) мешкає у містах.



**Природні туристичні ресурси.** Розташування Причорноморського туристичного району на південному заході країни зумовлює особливості клімату, що є одним з найсприятливіших факторів для організації тут рекреаційної діяльності. Зима м'яка і малосніжна з середньою температурою січня - 5...-1°C. Літо сухе й спекотне. Середня температура липня - +20... +22°C. Безморозний період триває 160-220 днів. На формування клімату значним чином впливають не тільки вологі атлантичні повітряні маси, але й середземноморські субтропічні. В умовах невеликої кількості опадів та переважання випаровуваності формується малорозвинена гідрографічна мережа, яка живиться, в основному, за рахунок талих снігових вод та літніх злив. Основні ріки району – Дунай, Дністер, Південний Буг, Мертвовід, Інгул, Арбузинка – придатні для організації водного, промисельного туризму та інших видів відпочинку. Причорномор'я – край лиманів. Важливе бальнеологічне значення мають джерела мінеральних вод, лікувальні грязі. Проте, найбільш цінним рекреаційним ресурсом, що надає району виключної атрактивності, є Чорне море.

Об'єктами природно-заповідного фонду, що користуються постійною увагою туристів, є біосферні заповідники “Дунайський” та “Чорноморський”, заповідник “Сланецький Степ”, регіональні ландшафтні парки “Гранітно-степове Побужжя”, “Тилігульський”.

**Соціально-культурні туристичні ресурси.** Незважаючи на те, що на території сучасних Одеської та Миколаївської областей свого часу стикалися різні народи – носії різних культур та цінностей, безперервне інтенсивне господарське освоєння регіону тривало трохи більше двохсот років, що, безумовно, наклало свій відбиток на його культурно-історичну спадщину. В Миколаївській області збереглися нечисленні православні та католицькі культові споруди, будівлі громадського призначення. Соціально-історичні ресурси **Одеської області** відрізняються більшим різноманіттям і багатством.

Перлиною українського Причорномор'я по праву вважається м. **Одеса**. Територія Одеси обживалася з часів появи грецьких поселень (VI ст. до н.е.) у північному Причорномор'ї. У другій половині XIV ст., коли ці землі потрапили під контроль Великого князівства Литовського, на морському узбережжі виник порт Качибей, що після захоплення турками згадується як Хаджибей. Наприкінці XVIII ст. тут почалося будівництво фортеці, а після указу Катерини II (1794 р.) – нового міста. Найбільш інтенсивно забудова Одеси здійснювалася, коли його градоначальником був нащадок знаменитого кардинала – Д. де Рішельє.

Однією з перших будівель міста став палац Потоцьких – найбагатшого польського роду (нині Художній музей). У XIX ст. створюється архітектурна візитна картка Одеси – ансамбль будинків і споруд Приморського бульвару, що тягнеться вздовж узбережжя. Серед будівель бульвару особливу архітектурну цінність становлять готелі "Лондонський" і "Петербурзький", палаци княгині Нарішкіної (нині палац культури моряків) і графа Воронцова, перша одеська біржа (нині міська рада). Центром архітектурного ансамблю бульвару є пам'ятник Д. де Рішельє, від якого до моря спускаються грандіозні Потьомкінські сходи. Біля їх підніжжя знаходиться будівля Морського вокзалу. Біля яхт-клубу на честь заступника моряків, рибалок і мандрівників вже в наш час звели стильний портовий Свято-Миколаївський храм. На початку XXI ст. в композицію комплексу споруд вписався готель "Одеса". За Приморським бульваром починаються міські квартали, на шляху до яких розміщено будівлі колишнього Англійського клубу (нині – Музей морського флоту України) і археологічного музею.

Не менш цікавим є найстаріше місто України – **Білгород-Дністровський**. Його історію ведуть з кінця VI ст. до н.е., коли тут виникло місто Тіра – одна з перших давньогрецьких колоній у Північному Причорномор'ї. Руїни міста (IV ст. до н.е. – IV ст. н.е.) найбільш широко представлені (фундаменти і підвали будинків, вулиці і водостоки, численні залишки знарядь праці і древніх статуй,

знахідки прикрас і монет) й детально досліджені на березі лиману біля входу в середньовічну турецьку фортецю. Білгород-Дністровський внесений ЮНЕСКО до списку десяти найдавніших міст світу, що зберегли безперервне існування. У місті збереглася видатна пам'ятка середньовічної фортифікаційної архітектури, одна з найбільших і наймогутніших оборонних споруд XIII – XV ст. на території України – Акерманська фортеця. Місто відоме храмами великих міських громад – вірменської, молдавської, грецької, болгарської. Збереглися споруди цивільного призначення другої половини XIX ст. – початку XX ст. У місті бувало багато відомих письменників і поетів: О.Пушкін, А.Міцкевич, І.Нечуй-Левицький, Л.Українка, М.Коцюбинський та ін.

Іншими цікавими в історичному плані об'єктами, є могильники епохи міді в **с. Усатове** (III тис. до н.е.), які дали назву особливій археологічній культурі – усатівській; залишки турецької фортеці в **м.Ізмаїл**; найстаріші збережені споруди офіційного центру задунайських болгарських поселень, що знаходяться нині на місцевому цвинтарі в **м. Болград**.

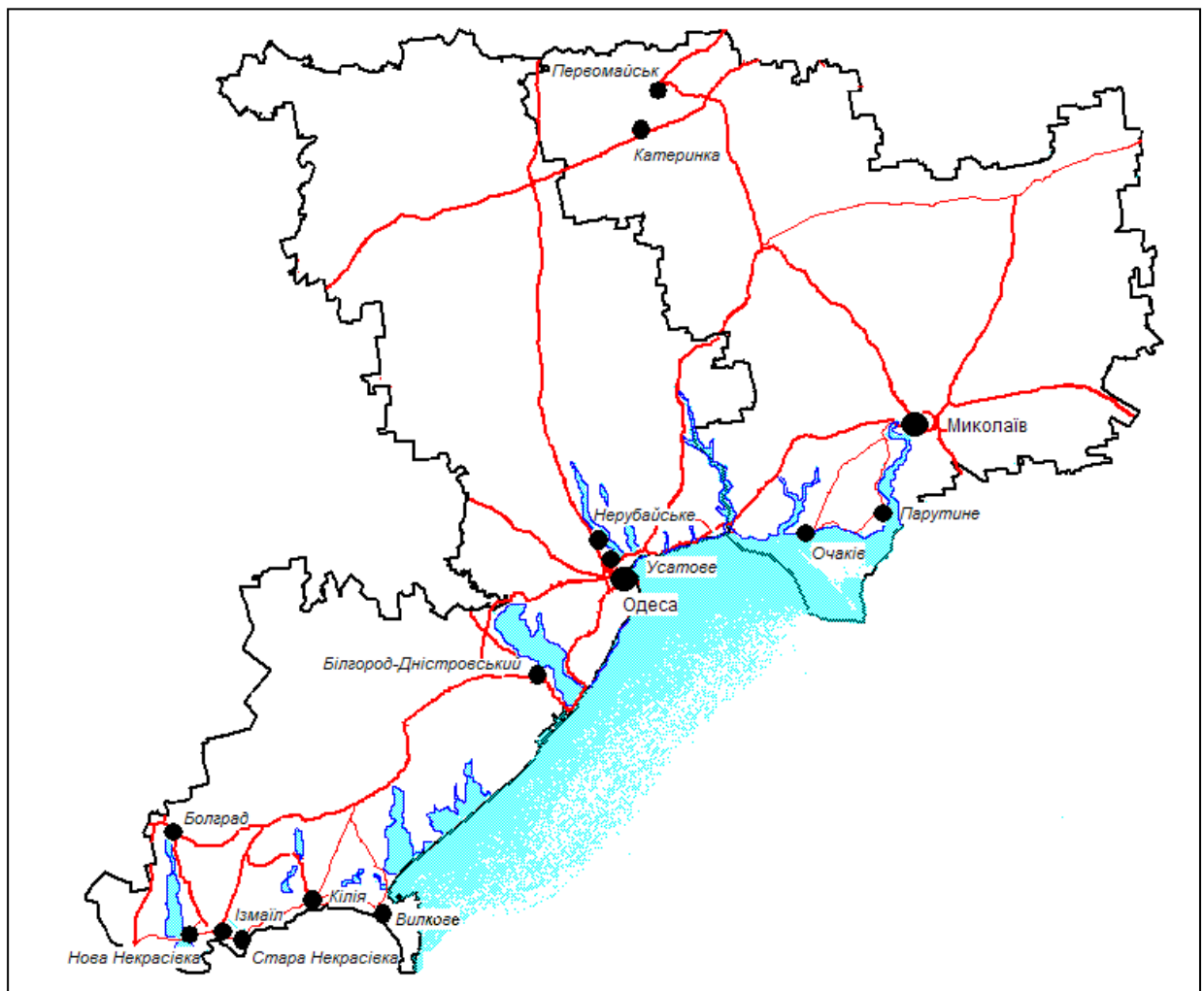
Одещина багата культовими спорудами, переважно XIX ст., найцікавіші з яких знаходяться в містах **Кілія, Болград, Ізмаїл** та селах **Нерубайське, Нова та Стара Некрасівка**.

Центр іншої – **Миколаївської області**, що входить до складу Причорноморського туристичного району, було засновано за наказом Г.Потьомкіна в 1788 р. і названо на честь Св. Миколи Чудотворця. На початкових етапах будівництва міста зведено будинок Головного командира Чорноморського флоту (нині музей історії суднобудування і флоту); кафедральний собор Різдва Пресвятої Богородиці; Миколаївську церкву; будинок астрономічної обсерваторії; німецьку євангельську лютеранську церкву; будинок Художнього російського драматичного театру. Крім відзначених, з XIX ст. збереглися ворота й огорожа суднобудівної верфі, Старофлотські казарми, будинок чоловічої гімназії (зараз – Будівельний коледж).

Цікавим історичним об'єктом Миколаївської області є грецьке поселення VII ст. до н.е. (**острів Березань**) – одне з перших, знайдених на території Північного Причорномор'я. В історії острів відзначився також тим, що тут в 1906 р. були розстріляні керівники повстання на крейсері "Очаків". Пам'ять про цю подію увіковічено зведенням на Березані 15-метрового обеліску.

Історію краю відтворюють експонати історико-археологічного заповідника Ольвія (музей під відкритим небом) (**с. Парутине**); воєнно-історичного музею ім. О.Суворова (**м. Очаків**).

Серед культових споруд краю слід виділити Катерининську церкву XVIII ст. (**с. Катеринка**) – один з найстаріших храмів Миколаївської області; Миколаївську церкву – Очаківський військовий собор (**м. Очаків**) (рис. 4.4).



**Рис. 4.4. Соціально-культурний ресурсний каркас території Причорноморського туристичного району**

#### 4.2.5. Кримський туристичний район

Кримський туристичний район представлений Автономною Республікою Крим, розташованою на одноіменному півострові. Площа району – 26,1 тис. км<sup>2</sup>, що становить 4,3% загальної території України. Тут проживає 1977,1 тис. населення, більша частина якого (63%) мешкає у містах.

*Природні туристичні ресурси.* Рельєф півострова характеризується надзвичайною різноманітністю і варіює від низовинного на півночі та північному сході до гірського на півдні та південному сході. З точки зору туристичної атрактивності найбільше значення має система Кримських гір довжиною 150 км, шириною 50-60 км. Кримські гори молоді, але невисокі. Найвища вершина – г.Роман-Кош – має висоту 1545 м над рівнем моря. Це теж робить їх доступними для організації різноманітних видів рекреаційної діяльності. Подекуди в каньйонах річок, урвищах оголюються породи вулканічного, осадового та метаморфічного походження. Такі відслонення можуть бути предметом туристського інтересу. Денудаційні, карстові і абразивні процеси призвели до появи екзотичних форм рельєфу: гір-останців, глибоких каньйонів, печер, гротів, ніш, арок, нагромаджень, улоговин. Вони нерідко стають об'єктами туризму. Серед найбільш відомих – скелі Ласпі, Іфігенія, Аврора, Діва, Парус, Таракташ, а також Нікітська розколина, Великий Кримський каньйон, Долина Привидів, Байдаро-Кастропольська стіна, грот Пушкіна, печери Мармурова, Трьохглазка, Скельська, Кучук-Койський кам'яний хаос та ін. До послуг спелеотуристів печерні міста Мангуп та Ескі-Кермен, Мармурова печера та ін.

Рівнинна частина Криму представлена плоским рельєфом Північно-Кримської низовини та центральної частини півострова, хвилястою поверхнею Тарханкутської височини, пасмово-горбистою рівниною Керченського півострова. Об'єктами уваги туристів можуть бути унікальні природні пам'ятки – численні абразивні форми з уступами, зсувні узбережжя Тарханкутського півострова, а також грязьові вулкани Керченського півострова.

Клімат Кримського півострова теж характеризується значною різноманітністю. На рівнинній частині він помірно-континентальний, характеризується тривалим спекотним літом (середня температура липня  $+23^{\circ}\text{C}$ ), короткою малосніжною зимою (середня температура січня  $0\dots-1^{\circ}\text{C}$ ). Безморозний період триває тут 175-225 днів. Середньорічна кількість опадів коливається від 300 до 420 мм. Клімат Кримських гір має перехідний характер з м'якою (у передгір'ї) та помірно холодною (в горах) зимою. Середня температура січня коливається, відповідно, від 0 до  $-4$ . Літо у передгір'ї помірно спекотне ( $+21^{\circ}\text{C}$ ), а в горах – порівняно тепле ( $+16^{\circ}\text{C}$ ). В осінньо-зимовий період спостерігається хмарна погода. В цей час випадає основна маса опадів. Їх кількість коливається від 500 до 1100 мм на рік. Клімат Південного берега Криму, захищеного від впливу північних повітряних мас, субтропічний середземноморський з теплою зимою ( $+2\dots+4^{\circ}\text{C}$ ) та жарким посушливим літом ( $+23^{\circ}\text{C}$ ). Середньорічна кількість опадів становить 350-635 мм, більшість яких припадає на зимовий період. На думку дослідників, кримський клімат є найкращим для організації рекреаційної діяльності. Тепле, насичене йодом морське повітря здавна використовувалось для лікування і профілактики хвороб дихальних шляхів.

Основні ріки півострова беруть початок у Кримських горах. Річки північного схилу – Салгир, Індол, Біюк Карасу, Кача, Альма, Бельбек, Чорна – іноді пересихають в нижній течії, так і не донісши своїх вод до моря. Річки південного схилу короткі, порожисті, іноді утворюють водоспади, що є об'єктами туристської уваги, серед них – водоспади Учансу на одноіменній річці, Джур-Джур на Улу-Узень. Постійні водотоки Криму мало придатні для організації водного туризму та купання, проте, вони урізноманітнюють степові краєвиди рівнинної частини Криму та надають мальовничості гірським ландшафтам. Безперечно, найголовнішим рекреаційним ресурсом Криму є море.

В області понад 50 солоних озер, які мають значні запаси лікувальних грязей, які, за підрахунками, сягають 24 млн. м<sup>2</sup>. Найбільші з кримських озер — Сасик, Сакське, Донузлав, Узунлар. Деякі з озер використовуються в лікувальних цілях. Серед найбільш відомих – Сакське в Саках і Мойнакське в Євпаторії.

Надзвичайно зміцнює рекреаційно-ресурсний потенціал Криму наявність на півострові джерел мінеральних вод.

Об'єктами природно-заповідного фонду, що приваблюють туристів, є ландшафтний парк “Салгирка” у Сімферополі, Алупкінський, Гурзуфський та Фороський парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, дендропарк у Євпаторії, Кримський, Опукський, Казантипський та Карадазький природні заповідники, а також природний заповідник Мис-Мартьян, Нікітський ботанічний сад, Ялтинський гірсько-лісовий природний заповідник.

*Соціально-культурні туристичні ресурси.* На території Криму збереглась велика кількість унікальних пам'яток античного, середньовічного та більш нових часів: фортифікаційних, культових споруд, палацових комплексів, особняків, які мають виключно важливе значення для розвитку в регіоні рекреаційної справи.

На відміну від більшості інших обласних центрів країни, що зосереджують в своїх межах основну частину туристичних ресурсів, виникнення яких пов'язане з діяльністю людей, **Сімферополь** не відзначається потужним соціально-історичним ресурсним актуалом. Незважаючи на тисячолітню історію, тут збереглося мало визначних архітектурних споруд. Серед них – мечеть Кебір-Джамі XV ст., грецькі торгові ряди, собор Петра і Павла, церква Костянтина і Єлени, палац Воронцова, господарські, житлові та адміністративні споруди XIX ст. Із містом були пов'язані життєві шляхи П.Палласа, Д.Менделєєва, І.Курчатова, І. Айвазовського. Місто має вдале географічне положення та зручний транспортний зв'язок з іншими туристичними центрами півострова, який активно використовується приїжджими, а отже, необхідно використати таку ситуацію, активно залучаючи

в обіг наявні туристичні ресурси. Як адміністративний центр автономної республіки, місто може бути привабливим для татарської діаспори.

Безперечними лідерами за кількістю соціально-історичних рекреаційних ресурсів є міста та селища Південного берегу Криму. **Ялта** є столицею курортного Криму, яка приваблює до себе багатьох туристів і відпочиваючих. З другої третини ХІХ ст. вона була відома як аристократичний курорт. Це позначилось на архітектурному образі міста, що в деяких районах може сприйматись як музей під відкритим небом. З-поміж визначних архітектурних споруд міста слід згадати церкву Іоанна Златоуста ХІХ ст., вірменський храм св.Репісеме, будинок чоловічої гімназії, палац еміра Бухарського (поч. ХХ ст.), костел Пресвятої Богородиці, багато особняків і вілл. В Ялті свого часу жили та працювали багато діячів зарубіжної культури: письменники Л.Толстой, А.Чехов, В.Короленко, О.Купрін, художник І. Левітан, співак Ф.Шаляпін та інші. У селищі **Масандра**, розташованому у передмісті Ялти, зберігся мініатюрний ажурний палац, будівництво якого було розпочато гр. Воронцовим, а продовжено Олександром ІІІ. Свого часу він не був добудований і використовувався як мисливський замок. Селище знамените далеко за кордоном винними льохами одноіменного виноробного комбінату.

Інше передмісне селище Ялти – **Лівадія** – відоме палацом, який належав родині Потоцьких, а потім став літньою резиденцією династії Романових, які перетворили його на цілий комплекс, що потопає у зелені одного з найкращих на узбережжі парків. Перлина Південного берегу Криму - Лівадійський палац – став місцем проведення Ялтинської конференції 1945р., на якій вирішувалась доля повоєнного світу.

**Алупка** знаменита оригінальним палацом ХІХ ст., що поєднав у собі готичний та мавританський стилі. Розташований біля підніжжя Ай-Петрі, оточений розкішним парком, палац став одним з найбільш відвідуваних об'єктів на узбережжі.

Візитною карткою Криму стало знамените Ластівчине гніздо, розташоване поблизу селища **Гаспра**, в якому збереглися два палаци ХІХ ст. Чудові архітектурні комплекси, які змінюють один одного, формуючи



неповторний образ узбережжя, доповнюються палацами **Кореїзу** – Юсупівським та Дюльбер, що оточений ландшафтним парком.

Серед інших пам'яток Південного берегу Криму, що могли б зацікавити іноземних відвідувачів, - садибний будинок, у якому гостював О.Пушкін, дача А.Чехова, оригінальний фонтан “Ніч” у **Гурзуфі**, широко відомий за кордоном дитячий центр “Артек” біля підніжжя Аюдагу, генуезька фортеця, православна церква XVIII ст. та німецька кірха XIX ст. у **Судаку**, палац князів Гагаріних в с. **Утьос**, фортеця, церкви та особняки, музеї І. Айвазовського та О.Гріна у **Феодосії**, архітектурні пам'ятки **Форосу** та ін.

Визначним осередком концентрації соціально-історичних рекреаційних ресурсів західної частини півострову є місто-курорт **Євпаторія**. Архітектурна спадщина міста формувалась під впливом багатьох культур. Від античної епохи залишилися руїни давньої Керкінітіди – саме таку назву дали їй засновники греки-колоністи, від татарського Гезлева збереглися залишки оборонних стін і брами, турецька лазня, текіє дервішів, мечеть Джума-Джамі XVI ст. За часів російського освоєння Криму в Євпаторії було побудовано Вірменську церкву, собор Св.Миколая, храм св. Іллі, ряд готелів, адміністративних будинків, особняків. У СРСР Євпаторія здобула собі славу дитячого курорту всесоюзного значення і зберігає його й донині. Багато відпочиваючих тут – громадяни країн СНД.

Характеризуючи соціально-історичні ресурси Кримського півострова, неможливо не згадати “місто руських моряків” – **Севастополь**. Відомий він, насамперед, залишками античного міста Херсонеса, заснованого наприкінці Vст. грецькими колоністами, яке останнім часом дістало статусу Національного заповідника. Історія Севастополя нерозривно пов'язана з воєнно-морським флотом, про що свідчать численні монументи та пам'ятники, найбільш відомим з яких є пам'ятник затопленим кораблям. Музей військово-морської історії Чорноморського флоту розповідає про історію підкорення Криму. В місті безліч привабливих церков, житлових та адміністративних будинків, побудованих у XIX ст.

За своїм історико-культурним потенціалом не поступається Севастополю м. **Керч**. На її території існувало кілька античних міст, найвідомішим з яких був Пантікапей – столиця Боспорського царства. Від нього збереглися залишки акрополя, до якого ведуть збудовані вже у XIX ст. Великі Митридатські сходи. Серед інших пам'яток Керчі – собор Іоанна Хрестителя X-XIVст., фортеця Ені-Кале XVIII ст. З історією боротьби проти фашистських загарбників пов'язані Аджимушкайські каменоломні, про що нагадують меморіальний ансамбль “Героям Аджимушкая” та підземний музей.

Давню історію має колишня столиця Кримського ханства – м.**Бахчисарай**, головними пам'ятками якого є ханський палац та Велика ханська мечеть. У місті функціонують три музеї. З історією татар та караїмів пов'язане мертве місто Бахчисарайського району – **Чуфут-Кале**, яке свого часу теж було столицею ханства. Тут зберігся мавзолей Джаніке-Ханим XV ст. та дві караїмські кенаси. Поблизу міста розташований комплекс споруд Успенського печерного монастиря (рис. 4.5).



**Рис. 4.5. Соціально-культурний ресурсний каркас території  
Кримського туристичного району**

#### **4.2.6. Приазовський туристичний район**

До складу Приазовського туристичного району входять Херсонська та Запорізька області. Площа району – 55,7 тис. км<sup>2</sup> або 9,2 % загальної території України. В районі проживає 2978,1 тис. населення, більша частина якого (70,3%) мешкає у містах.

***Природні туристичні ресурси.*** Безперечно, найбільш цінним природним рекреаційним ресурсом району є Чорне та Азовське моря, які приваблюють в літній сезон багатьох відпочивальників. Приазов'я, так само як і Причорномор'я, відрізняється наявністю великої кількості лиманів, що використовуються в рекреаційних цілях. Важливе бальнеологічне значення мають джерела мінеральних вод, лікувальні грязі. Перспективним для використання в рекреаційних цілях є затока Сиваш.

Об'єктами природно-заповідного фонду, що є в полі постійної уваги туристів або можуть використовуватись в туристичній діяльності, є орнітологічний заказник “Великі й Малі Кучугури”, геологічні пам'ятки природи біля с. Калайтанівка Запорізької області (скелі Кристал і Кварцито́ва), ландшафтний заказник “Обитічна коса”, Кам'яна Могила, Азово-Сиваський національний природний парк, біосферні заповідники “Чорноморський” та “Асканія-Нова”.

***Соціально-культурні туристичні ресурси.*** На території сучасних Херсонської та Запорізької областей свого часу стикалися різні народи – носії різних культур та цінностей. Проте, безперервне інтенсивне господарське освоєння регіону тривало трохи більше двохсот років, що позначилось на його культурно-історичній спадщині. В районі збереглися нечисленні православні культові споруди XIX-XX ст., поодинокі садибні будівлі, адміністративні і громадські будівлі, особняки, меморіальні пам'ятки, присвячені історичним подіям XX ст.

Найбільшим містом Приазовського туристичного району є **Запоріжжя**. Його заснування пов'язане зі спорудженням в 1770-ті роки Дніпровської оборонної лінії, що простиралася між річками Дніпро і Берда. Одна з фортець

була названа на честь князя О.Голіцина Олександрівкою (з 1921 р. – Запоріжжя). Найважливішою і визначальною в історії міста подією став початок будівництва в 1927 р. Дніпрогесу. Комплекс його споруд складається з електросилової станції, дугоподібної 760-метрової залізобетонної греблі висотою 60 м і двох мостових переходів. Серед архітектурних об'єктів м. Запоріжжя виділяється величний будинок обласного театру.

Інша знакова пам'ятка Запоріжжя – острів Хортиця, що знаходиться посередині Дніпрового річища. Це найбільший гранітний острів на цій річці, який завжди захоплював мандрівників своєю величиною та красою. Свого часу острів був свідком козацької слави. У 1965 р. на Хортиці було засновано Державний історико-культурний заповідник, територія якого займає практично всю прибережну частину острова, а в 1980-ті роки споруджений музей історії українського козацтва.

Цікавими історичними об'єктами **Запорізької області** є унікальна пам'ятка загальнодержавного значення – Кам'яна Могила (**с.Терпіння**) і скіфські кургани (**с. Кам'янське**). В районі Кам'яної Могили в 1890 р. відомим російським археологом М.Веселовським були відкриті древні наскельні зображення (петрогліфи), що відносяться до різних часів – від мезоліту до кінця бронзового віку. Це видатна пам'ятка первісного мистецтва на теренах України. Серед малюнків на стелях гrotів і плитах зустрічаються зображення тварин (биків, коней, оленів, антилоп і хижих звірів), людей і геометричних фігур, що не піддаються інтерпретації. Поряд із Кам'яною Моголою знаходиться невеликий археологічний музей.

У районі с. Кам'янське розкидано близько 10 скіфських курганів (IV ст. до н.е.). У результаті розкопок двох курганів знайдено золоті прикраси. В 1906 р. на березі річки був виявлений Янчокрацький скарб (срібні і золоті прикраси, кінська зброя), який зберігається в Державному історичному музеї Москви.

Серед музеїв Запорізької області слід виділити художній музей м. **Бердянська**, основу якого склала колекція творів мистецтва, подарована

місту художником І.Бродським; а також краєзнавчі музеї Бердянська (підходи до якого нині охороняють численні половецькі кам'яні статуї), **Гуляйполя** (експозиція міститься в одному з найстаріших збережених будинків міста і розповідає про найзнаменитішого городянина – Нестора Махна) і **Мелітополя**.

Курортним містом області є **Бердянськ**. За радянських часів він мав статус курорту загальносоюзного значення. Нині на Бердянській косі та в місті знаходяться санаторії, десятки пансіонатів, будинків відпочинку.

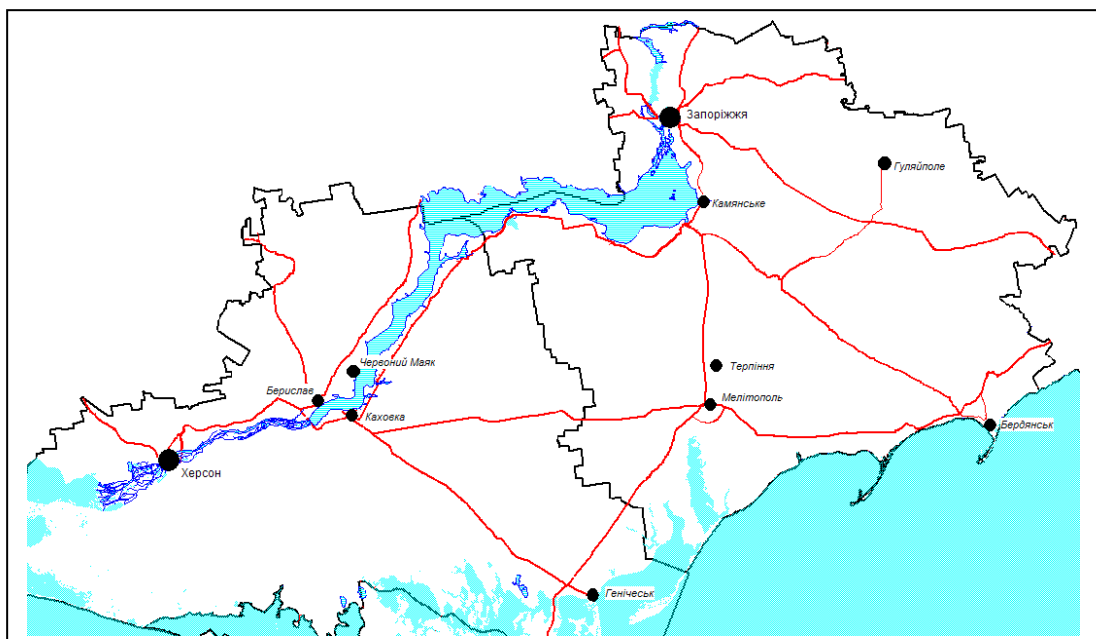
Чимало цікавих об'єктів соціально-культурної спадщини Приазовського туристичного району знаходиться в **Херсонській області**, зокрема, в її центрі – **м. Херсон**. З 1878 р. дотепер збереглися фрагменти насипаних вручну валів фортеці і врізані в них монументальні Очаківські ворота, пороховий льох і великий будинок Арсеналу. На кріпосній території зберігся один з найстаріших міських храмів (побудований на місці дерев'яної Михайлівської церкви) – Свято-Катерининський собор і дзвіниця. Найстарішим обеліском міста, що зберігся до наших часів, є пам'ятник на честь англійського громадського діяча, філантропа Дж.Говарда, який брав активну участь у боротьбі з епідемією тифу, заразився і помер 1790 р. у Херсоні. З XIX ст. у місті зберігся ряд культових, громадських і житлових споруд. З культових виділяються Святодухівський кафедральний собор поч. XIX ст., Миколаївська церква, церква Святої Олександри (XIX ст.) і церква Різдва Богородиці (поч. XX ст.). З дореволюційних часів збереглися будинок бібліотеки, кілька складських будівель і житлових будинків.

Серед культових споруд Херсонської області чи не найцікавішою є дерев'яна Введенська церква (1726 р.) (первісна назва – Воскресенська) у **м. Берислав**. Вона на півстоліття є старшою за Берислав – найрідкісніший випадок в історії української архітектури. Церква була перевезена Дніпром із запорозької фортеці Переволочної (за версією місцевих жителів – церква була змита весняною повінню і припливла по річці до міста). У церкві зберігається стародруковане Євангеліє 1695 р.

Біля с. **Червоний Маяк** у вапняках дніпровських круч до наших днів збереглися фрагменти печер, видовбаних у XVIII ст. ченцями Софронієвої пустині. На їх місці пізніше був заснований Григоріє-Бізюков (або Пропасний) чоловічий монастир, що на початку XX ст. був одним із найбагатших монастирів на півдні Російської імперії. Однак, вся створена монастирська архітектурна велич не пережила атеїстичних часів. Збереглися лише в'їзні ворота, невеликі фрагменти кам'яних стін з трьома башточками, другорядні службові приміщення і поступово відновлювана в роки незалежності України Покровська церква.

Херсонська область, зокрема, м. **Каховка**, стало в роки незалежності України місцем проведення гучного і найвідомішого в країні пісенного фестивалю під відкритим небом "Таврійські ігри", що влаштовується кожної весни на невеликому майданчику, розташованому на набережній водосховища. Каховка також відома своїми монументами та пам'ятниками – "Легендарна тачанка", "Дівчина в шинелі" тощо.

Курортним центром області є м. **Генічеськ**, через яке пролягає шлях на найдовший (майже 100 км) пляж Азовського моря, розташований на Арабатській Стрілці (рис.4.6).



**Рис 4.6. Соціально-культурний ресурсний каркас території Приазовського туристичного району**

#### **4.2.7. Донецький туристичний район**

До складу Донецького туристичного району входять Донецька та Луганська області. Площа району – 53,2 тис. км<sup>2</sup> або 8,8 % загальної території України. В районі проживає 6961 тис. населення, більша частина якого (89,1%) мешкає у містах.

***Природні туристичні ресурси.*** Поверхня району являє собою хвилясту рівнину, густо порізану річковими долинами, ярами та балками і складається з окремих кряжів, пасм, останців-куполів, кам'яних могил. Деякі з них мають висоту понад 300 м. Зустрічаються карстові форми рельєфу. Помітну роль у формуванні поверхні регіону відіграють специфічні форми рельєфу, створені людською діяльністю – терикони. Клімат району відрізняється більшою континентальністю, що проявляється у зменшенні зимових та підвищенні літніх температур. Гідрографічна мережа Донецького туристичного району густа, але представлена невеликими ріками. Найбільшою з них є Сіверський Донець з притоками: Казенний Торець, Бахмут, Лугань, Красна, Айдар, Деркул, – завдяки яким формуються чудові краєвиди. Є ріки, що безпосередньо впадають в Азовське море: Кальміус, Міус. Важливе значення для розвитку рекреаційної справи мають джерела столових та бальнеологічних мінеральних вод. Донецька область має вихід до Азовського моря.

Об'єктами природно-заповідного фонду, що можуть бути цікавими для туристів, є Луганський природний заповідник, що складається з трьох відділень: Стрільцівський та Провальський Степ, Станично-Луганське відділення, три відділення Українського степового заповідника (Хомутівський степ, Кам'яні могили, Крейдова флора), національний природний парк “Святі гори”.

***Соціально-культурні туристичні ресурси.*** Зважаючи на порівняно недавнє освоєння і заселення краю, на **Донеччині** збереглося небагато православних культових споруд, адміністративних і садибних будівель XIX-XX

ст., численні комплекси споруд кінних заводів, меморіальні пам'ятки, присвячені історичним подіям ХХ ст..

**Донецьк** є одним із найбільших міст України. Основна забудова нинішнього Донецька велася після війни. Найпримітнішою архітектурною будівлею довоєнного періоду є будинок Театру опери і балету, виконаний у стилі російського класицизму. У місті є багато пам'ятників: "Слава шахтарській праці", "Цар-Гармата" (точна копія "Цар-Гармати" з Кремля), а також персональних, зокрема Т.Г. Шевченку, державному й партійному діячеві Артему (Ф. Сергєєву), спортсмену С. Бубці, співакам А. Солов'яненку (починав оперну кар'єру в Донецьку) та Й. Кобзону (народився в Донецьку). Більшість храмів міста побудовано недавно, решта – докорінно перебудовані культові споруди ХІХ-ХХ ст. Найбільш відомими є Свято-Преображенський кафедральний собор та церква Святого Олександра Невського. Завдяки підготовці до європейського чемпіонату з футболу в місті з'явилося декілька нових споруд, серед яких – сучасний стадіон.

Взагалі, край досить багатий на культові споруди, переважно православні церкви. Найбільша кількість церков зосереджена в м. **Святогірську**. Тут у 1624 р. був побудований монастир, через півстоліття розграбований, а потім знову відновлений у ХІХ ст. Архітектурний ансамбль Святогірського Успенського монастиря складають Покровська церква із дзвіницею, Успенський собор, Миколаївська церква, монастирські стіни з вежами і павільйонами, келії і готель. Є також печерні церкви – Олексіївська, Антонія і Феодосія. В 1980 р. комплекс колишніх монастирських споруд був оголошений історико-архітектурним заповідником, а в роки незалежності України повернутий церкві. У 2004 р. на берегах Сіверського Дінця засновується третя (після Києво-Печерської і Почаївської) – Святогірська лавра православної церкви. Лавра є об'єктом паломництва православних прочан не тільки з України.



Будучи свого часу власником земель на території сучасного Святогірська, Г.Потьомкін побудував тут на одній з крейдяних гір розкішний палац і влаштував на березі мальовничого заплавного озера купальні (зараз це найвідоміше на Донбасі курортне містечко).

Із Донецькою областю пов'язана діяльність багатьох відомих людей різних епох. Зокрема, у **м. Краматорську** жили й працювали кінорежисер і кіноактор Л. Биков, співак Й Кобзон, єдиний в історії України чемпіон світу з шахів Р. Пономарьов; у **м. Слов'янську** на залізничному вокзалі в 1891р. працював ремонтником М. Горький; у **м. Маріуполі** народився видатний російський художник-пейзажист А. Куїнджі (1842-1910 рр.); у **м. Торезі** останню третину свого життя пропрацював знаменитий шахтар СРСР О. Стаханов; у **с. Нескучному** з другої половини 1850-х років і до кінця життя жив і працював М. Корф – відомий російський педагог, творець земської народної школи нового типу на Україні, автор багатьох посібників для вчителів та учнів; тут же з 1887 по 1916 рр. у літні місяці з родиною в садибі відпочивав і працював В. Немирович-Данченко – видатний діяч і реформатор російського театру, один із засновників Московського Художнього і Музичного театрів.

Подібним набором об'єктів соціально-історичних туристичних ресурсів володіє і **Луганська область**.

Найбільшим осередком, в якому сконцентрована значна частина архітектурної спадщини області, є її адміністративний центр – **м. Луганськ**. Офіційною датою його заснування вважається 1795 р., коли на гроші, що залишилися від озброєння Чорноморського флоту, Катерина II заснувала ливарний завод. Із дореволюційних часів у Луганську збереглося два розташованих по сусідству житлових будинки, зведених на початку XIX ст. В одному з них жив К. Ворошилов, в іншому – містився Луганський Раднарком. Архітектурний вигляд Луганська сформувався в повоєнні роки. Найбільш показовою спорудою першого повоєнного періоду забудови є трьохповерховий

Будинок техніки; в 1970-1980-ті рр. архітектурний стиль міської забудови Луганська змінився, з'явилися солідні будинки Російського драматичного театру, Обласного краєзнавчого музею, житлові багатоповерхові будинки.

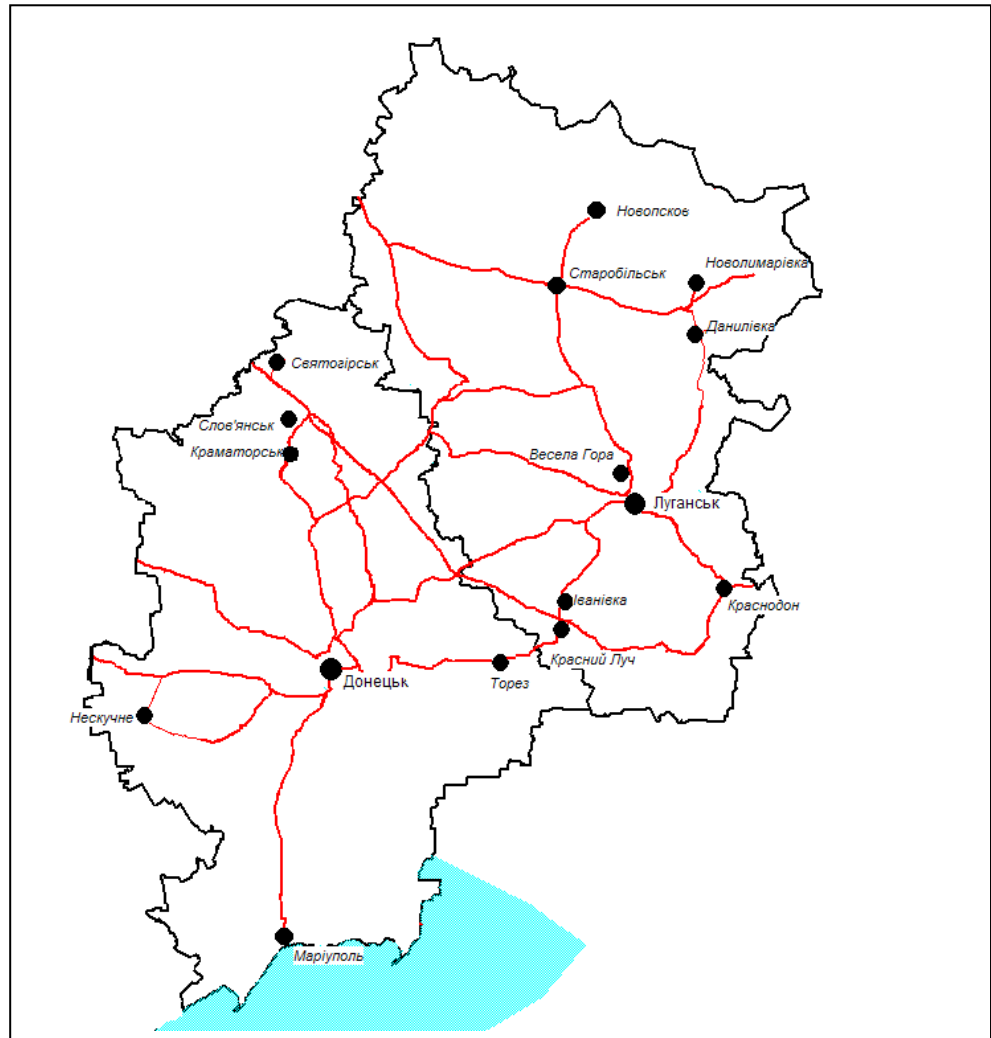
Інтерес туристів викликає скромний одноповерховий будиночок, у якому в родині лікаря народився видатний російський учений-діалектолог, письменник і лексикограф В.Даль, що прославився створенням фундаментального "Тлумачного словника живої великоруської мови". Нині в цьому будинку знаходиться літературний музей В.Даля.

На Луганщині (в м. **Старобільськ**) минуло дитинство іншого відомого російського письменника – В.Гаршина. У м. **Краснодоні** в роки Великої Вітчизняної війни діяла прославлена в романі О.Фадєєва, опері Ю.Мейтуса, кінофільмі С.Герасимова комсомольська підпільна організація "Молода гвардія".

В містах і селах області споруджено багато меморіалів, присвячених подвигу радянського народу у Великій Вітчизняній війні. Найбільш визначні з них знаходяться в містах **Красний Луч, Краснодон, Старобільськ, Луганськ, селах Іванівка, Новолимарівка, Новопсков**. У **Краснодоні та Новопскові** працюють музеї, переважна частина експозиції яких присвячена подіям війни 1941-1945 рр.

Цікавими об'єктами архітектури області є дерев'яний японський манеж – архітектурна перлина Деркульського конезаводу (с. **Данилівка**), аналогів якому немає в Україні, а також будівлі позаминулого століття, що збереглися на його території; великий садибний будинок, створений у стилі класицизму в 1772 р. (м. **Олександрівськ**); поміщицька садиба XVIII ст. в с. **Весела Гора**, виконана в тому ж класичному стилі (рис. 4.7.).

Розвинений в індустріальному плані регіон приваблює швидше не курортників і екскурсантів, а бізнесменів.



**Рис 4.7. Соціально-культурний ресурсний каркас території  
Донецького туристичного району**

#### **4.2.8. Придніпровський туристичний район**

До складу Придніпровського туристичного району входять Кіровоградська та Дніпропетровська області. Площа району – 56,5 тис. км<sup>2</sup> або 9,4 % загальної території України. В районі проживає 4514 тис. населення. Показник урбанізації – 78,1%. Характерними особливостями району є його значне господарське освоєння і наявність у зв'язку з цим значних внутрішніх потреб населення у відпочинку, близькість до Столичного туристичного району

та досить гарне транспортне сполучення з ним, наявність значних соціально-історичних рекреаційних ресурсів.

**Природні туристичні ресурси.** Рельєф Придніпровського туристичного району відрізняється різноманітністю. Правобережна його частина лежить в межах Придніпровської височини, поверхня якої представлена підвищеною пологохвилястою рівниною, сильно розчленованою долинами річок, ярами та балками. Вона поступово знижується в напрямку Дніпра і на південному сході правобережної частини Дніпропетровської області обривається до його долини крутим уступом. Подекуди по річкових долинах на поверхню виходять кристалічні породи Українського щита, утворюючи пороги та перекати. Південна правобережна частина Дніпропетровської області лежить в межах Причорноморської низовини. Більша частина лівобережної частини району представлена плоскими, злегка пагорбовими, подекуди заболоченими рівнинами Придніпровської низовини. В крайню південно-східну частину Дніпропетровської області заходять відроги Приазовської височини.

Кліматичні умови району оцінюються як помірно комфортні на півночі та комфортні на півдні для відпочинку та оздоровлення.

Основною водною артерією та гідрологічним рекреаційним ресурсом Придніпровського туристичного району є Дніпро та каскад водосховищ на ньому (Кременчуцьке, Дніпродзержинське та Каховське), береги яких несуть досить значне рекреаційне навантаження. Придніпровський туристичний район багатий на родовища мінеральних вод, які можна використовувати для організації курортно-оздоровчого відпочинку. Є родовища радонових вод.

Безперечну цінність для організації рекреаційної діяльності являють собою об'єкти природно-заповідного фонду, а особливо Дніпровсько-Орільський природний заповідник, парк Шевченка в Дніпропетровську, ландшафтний заказник "Північна Червона Балка", Криворізький ботанічний сад Дніпропетровської області; дендропарк у Веселих Боковеньках, парки-пам'ятки

садово-паркового мистецтва в Онуфріївці та Миколаївці (“Хутір Надія”), заповідне урочище біля с. Салькове Кіровоградської області.

*Соціально-культурні туристичні ресурси.* У зв’язку з порівняно недавнім освоєнням території Придніпровського туристичного району, військовим, а згодом промисловим значенням більшості поселень, його архітектурно-історичні ресурси не відрізняються великим різноманіттям і представлені адміністративними і жилими будинками XIX-XX ст., культовими спорудами XVIII-XX ст., численними пам’ятними знаками, що відзначають місця пам’ятних подій козацької доби та пізніших часів.

**Кіровоградська область.** Обласний центр розпочав свою історію із земляної фортеці, названої на честь святої покровительки правлячої імператриці Єлисавети. Невдовзі біля її стін виникло місто, назване Єлисаветградом. Дотепер від того часу збереглися фрагменти валів та чавунні гармати. Будучи довгий час центром воєнних поселень на півдні України, місто зберегло ознаку того часу: комплекс військово-адміністративних будівель XIX ст. Позаминуле століття залишило в архітектурній спадщині міста багато адміністративних та житлових будинків, серед яких будинок, де виступав перший професійний театральний колектив. Культові споруди міста представлені грецькою церквою, Спасо-Преображенським собором, Свято-Покровською церквою та синагогою. В XX ст. місту неодноразово змінювали назву і зараз воно відоме як **Кіровоград**.

У культурному плані Кіровоградщина цікава, передусім, як батьківщина українського театру, відомих драматургів і акторів. Театрознавці пов’язують зародження українського театру з 1854 роком, коли в м. **Бобринці** мандрівна театральна трупа Л. Млотковського поставила декілька спектаклів, після чого місцеві поміщики Дубровинські вирішили організувати сімейний театр, залучивши до цього свого племінника М. Кропивницького. Донині в місті збереглися повітове училище, де навчалися М. Кропивницький та І. Карпенко-Карий, будинки, в яких вони розпочинали театральну діяльність.

Багато місць в області пов'язано з ім'ям відомого українського драматурга і актора І. Тобілевича (І. Карпенка-Карого). Народився він у 1845 р. в с. **Арсенівка**, навчався в повітовому училищі в **Бобринці**, служив секретарем поліції і грав у театрі в **Єлисаветграді**, оселився в **Миколаївці** в батьківському будинку (зберігся дотепер), де написав 11 творів (в т.ч. найвідоміші – „Сто тисяч”, „Хазяїн”). Сюди приїздили М. Кропивницький, М. Заньковецька, М. Старицький, М. Садовський, П. Саксаганський, М. Садовська-Барілотті.

Кіровоградщина – батьківщина відомого радянського педагога Василя Сухомлинського (народився в с. Омельник, в с. **Павлиш** 24 роки пропрацював директором середньої школи); полководця громадянської війни В. Боженка (народився і прожив близько 20 років у с. **Бережинка**). Останнім притулком стала для героя Вітчизняної війни 1812 р. генерала М. Раєвського, його дружини, доньки та онука усипальня в с. **Розумівка**.

Музеї Кіровоградської області (музейно-природний заповідник „Батьківщина Карпенка-Карого” в с. Арсенівка; заповідник-музей „Хутір Надія” та літературно-меморіальний музей у с. Миколаївка; меморіально-педагогічний музей у с. Павлиш тощо) розповідають про життєвий шлях і творчі здобутки згаданих вище відомих людей краю.

Кіровоградщина цікава ще й тим, що за розрахунками деяких учених-картографів (зокрема В. Шевченка), на її території, в районі села Добровеличківка, знаходиться географічний центр України, про що сповіщає встановлений у 2001 р. пам'ятний знак.

**Дніпропетровська область.** Про ще одну російську імператрицю нагадувала колишня назва сучасного **Дніпропетровська** – Катеринослав. Сама імператриця, подорожуючи по новоприєднаних землях, заклала перший камінь Преображенського собору міста. Сучасниками XVIII ст. стали Потьомкінський палац, будинок канцелярії та суконна фабрика. У I половині XIX ст. були побудовані Свято-Преображенський собор, земська лікарня та будинок губернатора. Початок індустріального освоєння краю у II половині XIX ст.

зумовив появу інших будівель: вищого гірського та комерційного училищ, міської управи, театру. Місто швидко росло. У ХХ ст. з'явився ряд інших будівель адміністративного, культового, житлового, культурного та туристичного призначення.

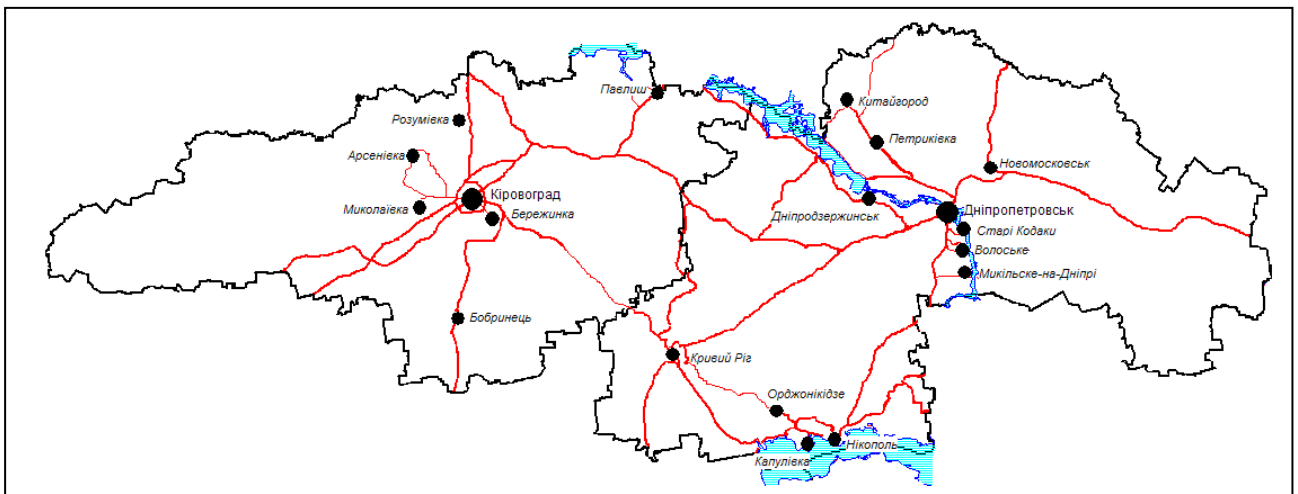
Дніпропетровщина – край давнього заселення, про що свідчать розкопки численних стоянок і поселень різних періодів. У м. **Орджонікідзе** в результаті розкопок кургану скіфського періоду „Товста могила” були виявлені всесвітньо відома знахідка українського археолога Б. Могилевського – золота пектораль, різні прикраси, зброя, кінська упряж, що зараз знаходяться в музеї Історичних коштовностей України (Києво-Печерська лавра). Археологічними пам'ятками відомі села **Старі Кодаки, Микільське-на-Дніпрі, Волоське, Капулівка**.

Храмове будівництво в області представлено православними церквами XVIII – XIX ст. Троїцький собор м. **Новомосковськ** (XVIII ст.) по праву вважається шедевром вітчизняного дерев'яного зодчества (зведений без жодного цвяха). З храмових споруд XVIII ст. у місті також збереглися Миколаївська церква і келії Свято-Миколаївського Самарського пустинницького чоловічого монастиря, заснованого в XVII ст. У XVIII ст. у с. **Китайгород** зведено Свято-Успенську, Миколаївську церкви й дзвіницю церкви Святої Варвари, а в с. **Петриківка** – церкву Різдва (в 1990 р. на її місці збудовано нову Рождественську церкву). XIX ст. в культовому зодчестві краю представлено Свято-Миколаївським собором (м. **Дніпродзержинськ**), а також церквою Різдва і Спасо-Преображенським собором (м. **Нікополь**).

Історію і традиції краю представлено в експозиціях численних музеїв Дніпропетровщини, серед яких на особливу увагу заслуговують історико-краєзнавчий музей м. **Кривий Ріг** і музей прикладного мистецтва с. **Петриківка**. Петриківський розпис, побудований переважно на рослинно-тваринних мотивах, відомий не лише на теренах колишнього Радянського Союзу, а й далекого зарубіжжя. Петриківка є одним із центрів української

вишивки, тут відкрито фабрику художніх виробів „Дружба”, сувеніри якої користуються неабияким попитом в усьому світі.

Дніпропетровщина стала батьківщиною та місцем початку кар’єри багатьох відомих політичних діячів сучасності (Л. Брежнєва, В. Щербицького, Л. Кучми, Ю Тимошенко та ін.), а також останнім притулком кошового отамана Запорозької Січі Івана Сірка (с. **Капулівка**). Село Капулівку в 1880 р. відвідали два відомі російські художники – І. Рєпін і В. Серов (рис. 4.8).



**Рис. 4.8. Соціально-культурний ресурсний каркас території Придніпровського туристичного району**

#### **4.2.9. Слобожанський туристичний район**

До складу Слобожанського туристичного району входять Сумська, Полтавська та Харківська області. Площа району – 84 тис. км<sup>2</sup> або 13,9 % загальної території України. В районі проживає 5610,2 тис. населення. Показник урбанізації – 71,0%. Характерними особливостями району є його прикордонне положення, достатньо високий рівень індустріального освоєння, спільні умови формування рекреаційних ресурсів, а також значний рекреаційно-ресурсний потенціал, особливо, в західній частині.

**Природні туристичні ресурси.** Територія Слобожанського туристичного району являє собою рівнину, яка в східній частині Сумської та на півночі



Харківської областей урізноманітнюється відрогами Середньоруської височини, а на південному сході Харківської області – відрогами Донецького кряжу. В районі досить розвинена яружно-балкова сітка. Кліматичні умови району можна оцінити як помірно комфортні для розвитку рекреаційної діяльності. Річкова мережа району представлена річками басейну Дніпра (Сейм, Сула, Хорол, Псел, Ворскла, Оріль) та Дону (Сіверський Донець, Оскіл). В межах району розташовані численні озера (Чехове, Журавлине, Довге), болота, водосховища (найбільші – Кременчуцьке і Дніпродзержинське на Дніпрі, а також Печенізьке на Сіверському Дінці, Червонооскільське на Осколі та Краснопавлівське на каналі Дніпро-Донбас), ставки. Гідроресурси району придатні для рекреаційного використання, і, окрім того, створюють неповторної краси ландшафти, збільшуючи рекреаційну привабливість території. В Полтавській та Харківській областях є джерела лікувальних мінеральних вод – у Миргороді, Великій Багачці, Нових Санжарах, Шишаках.

В рекреаційних цілях можуть використовуватись об'єкти природно-заповідного фонду, найбільш значущими серед яких є Деснянсько-Старогутський національний парк, парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва “Нескучне” у Тростянці, парк у Великому Бобрику, відділення “Михайлівська цілина” Українського степового заповідника Сумської області, ботанічний сад Харківського університету.

**Соціально-культурні туристичні ресурси.** На території Слобожанського туристичного району збереглися православні культові споруди XVII-XX ст., збудовані у стилі українського бароко і класицизму. Значне місце в історико-архітектурній спадщині займають цивільні споруди, представлені чудовими палацово-парковими комплексами, адміністративними і житловими будинками XVII-XX ст.

**Харківська область.** З XVII ст. ведуть свою історію історико-культурні пам'ятки другого за чисельністю населення міста України, колишньої столиці Радянської України – м. Харків. Часи, коли він був оборонним рубежем

Московської держави, пам'ятає найстаріша в місті будівля – Свято-Покровський собор, розташований на території фортеці однойменного монастиря. Згодом, з приєднанням до Російської імперії нових земель, Харків втратив своє оборонне значення і завдяки вдалому розташуванню перетворився на жвавий центр торгівлі. Місто бурхливо розвивалося, будувалися споруди культового, учбового, адміністративного, господарського та житлового призначення, найбільш колоритними з яких є: будинок Харківського колегіуму, де свого часу викладав Г.Сковорода (нині – Харківський університет), Успенський собор. Новий імпульс розвитку міста дало промислове освоєння Придніпров'я та Донбасу наприкінці ХІХ - поч. ХХ ст. Тоді ж були зведені церква св. Пантелеймона, Благовіщенський собор, Озерянська церква та багато особняків, готелів, гімназій, банків. За радянських часів у місті сформувався архітектурний ансамбль найбільшої в Європі площі – площі Свободи з типовою монументальною забудовою сталінських часів. У місті багато пам'ятників, серед яких один з найкращих в країні - пам'ятник Т.Шевченку.

Одним із найцікавіших історичних об'єктів Харківської області є залишки скіфського городища і поселення V – III ст. до н.е., а також ранньослов'янське городище (V I – VII ст.) (с. **Водяне**), які свідчать про давнє заселення території.

З Харківщиною пов'язані життя і діяльність багатьох відомих людей. Зокрема, в с. **Малижине** в 1780 р. зупинявся Г.Сковорода. З ім'ям відомого українського філософа пов'язана і назва села **Сковородинівка**, в якому Григорій Савович прожив останні роки свого життя і був похований.

У м. **Мерефа** народився кошовий отаман Запорозької Січі Іван Сірко, а в м. **Чугуєві** – відомий російський художник І. Рєпін.

Досить відомим завдяки радянському кінематографу (фільм „Весілля в Малинівці”) селищем Харківщини є **Малинівка**, розташована поблизу Чугуєва за Сіверським Дінцем.

Експозиції музеїв Харківської області присвячені історії краю, а також життєвому шляху та діяльності відомих особистостей. З-поміж останніх виділяються художньо-меморіальний музей І. Рєпіна (відкритий у рідному домі художника в **Чугуєві** до 125-річчя з дня його народження); літературно-меморіальний музей Г.Сковороди (с. **Сковородинівка**), де збереглися пам'ятні місця, пов'язані з мислителем. Особливої уваги заслуговує історико-художній музей с. **Пархомівка**, розташований у кількох залах колишнього маєтку графів Подгорічани. В експозиції музею є подарунки приватних осіб і музейних фондів СРСР. Найбільш цінними з них є малюнок П. Пікассо, натюрморт П. Сезанна, акварелі А.Іванова тощо.

Давню історію і важливе значення транспортного вузла має мальовниче місто **Ізюм**, в якому збереглися три чудові храми та збудовано меморіал в пам'ять жертв Великої Вітчизняної війни. Своїми археологічними, архітектурними пам'ятками та музеєм відоме місто **Красноград**.

Численністю і різноманітністю відзначаються палацові ансамблі й паркові садиби Харківщини. Одним із найефектніших палацових комплексів Східної України є палац (XIX ст.) с. **Шарівка** – двоповерхова будівля псевдоготичного стилю з елементами ренесансу. Стилізовані під оборонні триповерхові вежі надають палацу вигляду середньовічного замку. Збереглися також альтанка, будівлі господарського двору, будинок лісника, парадні ворота зі сторожовим будиночком, сходи, які ведуть до моста між ставками. На початку і в середині XX ст. палац було реконструйовано.

Ще більш давнім палацовим комплексом регіону є палац у с. **Старий Мерчик** (XIX ст.), архітектором якого міг бути В. Растреллі, В. Баженов чи П. Ярославський. Але на сьогодні цей цікавий архітектурний об'єкт перебуває в запустінні, більшість споруд палацового ансамблю зруйновано.

Серед інших палацових ансамблів Харківщини слід виділити: великий садибний будинок у стилі флорентійських палаців XVIII – XIX ст. у с. **Пархомівка**; поміщицьку садибу XIX ст. у м. **Люботин**; садибу початку

XX ст. у с. **Малижине**; Наталіївський маєток початку XX ст. у с. **Володимирівка**.

**Полтавська область.** Понад 800 років минуло від того часу, коли в Іпатіївському літописі було згадано поселення Лтава на р.Ворскла, і 360 – як поселення отримало статус міста, відомого як **Полтава**. Нічим не відрізняючись з-поміж інших поселень Лівобережної України, місто прогрімало на всю Європу завдяки трагічній і славіній події, що розгорталася на його теренах під час війни Росії зі Швецією – Полтавській битві. Про ці події нагадує безліч монументів і споруд, розташованих в Полтаві та на її околицях, у тому числі, й найстаріша - церква Самсона, з яким часто порівнювали Петра I після його перемоги над шведами, побудована на могилі російських солдатів. Найкрасивішими пам'ятками Полтави є: Спаська церква поч. XVIII ст., Хрестовоздвиженський монастир, Кругла площа з її оригінальною архітектурною забудовою, будинок губернського земства (нині – краєзнавчий музей). Окрім нього у місті діє ряд музеїв: художній, літературно-меморіальні І.Котляревського, П.Мирного, В.Короленка.

Територія сучасної Полтавської області почала заселятися ще в скіфські часи, про що свідчить одне з найбільших у Європі Більське городище VII – III ст. до н.е. (с. **Більськ**). Донині тут збереглися земляні вали й рови. Археологами на місці розкопок виявлені залишки наземних і підземних жител, кілька зольників з уламками ліпної кераміки, знарядь праці, кісток домашніх тварин. Знайдено некрополь Більського городища, представлений близько 1000 курганів зі зброєю, кінською зброєю, посудом, прикрасами із золота і бронзи, культовими речами тощо. Деякі науковці вважають Більськ древнім містом Гелоном (згадується Геродотом в „Історії греко-перських війн”). Залишки давньоруського городища IX – X ст. виявлено на території м. **Гадяч**.

Із Полтавщиною пов'язані життєві шляхи і творча діяльність знаних в Україні й в усьому світі людей. Одним із них є М.В. Гоголь, який народився в с. **Великі Сорочинці**, де нині знаходиться літературно-меморіальний музей

М. Гоголя. Родовий маєток письменника знаходиться в с. **Гоголеве** (раніше - Василівка). Тут Гоголь зупинявся в останні роки свого життя. У роки Великої Вітчизняної війни садибу було спалено, а пізніше – за численними історичними документами відроджено й реконструйовано. Нині в ній знаходиться заповідник-музей М. Гоголя.

Полтавщина є батьківщиною українського філософа і поета Г. Сковороди, який народився в с. **Чорнухи**. Зараз тут працює історико-краєзнавчий музей, експозиція якого нараховує близько 2000 експонатів. Меморіальна садиба Г. Сковороди є реконструйованою за історичними документами типовою садибою українського малоземельного козака XVIII ст.

У 40-их роках XIX ст. у братів В. і П. Закревських (с. **Березова Рудка**) досить часто перебував у гостях Т.Г. Шевченко. Тут ним було розпочато роботу над поемою „Кавказ”, виконано портрети Закревських.

З містом **Гадяч** пов'язані життя і творчість П. Мирного, Лесі Українки, Олени Пчілки, М. Драгоманова, про що розповідає експозиція Гадяцького краєзнавчого музею.

В м. **Миргород** жив і помер грузинський поет Д. Гурамішвілі. У місті нині працює літературно-меморіальний музей, що містить матеріали про життя і творчість поета. З Миргородом пов'язана творча діяльність відомого українського поета П. Тичини: тут в 1933 р. ним була написана відома “Пісня про трактористку”. Творчості і життєвому шляху поета присвячена експозиція краєзнавчого музею міста.

З колишнім центром чумацького промислу – селищем **Котельва** – пов'язані життєві шляхи М. Залізняка, який тут втік з-під варти по дорозі до Сибіру, керівника партизанського руху С. Ковпака, який тут народився, російського письменника М. Гнедича, перекладача гомерівської “Іліади”.

Одним із найбільш відомих діячів краю, знаних і затребуваних на теренах усього колишнього Радянського Союзу є М. Касьян (м. **Кобеляки**). Результати

застосування його методики в лікуванні хребта й суглобів є загально визнаними і приваблюють величезну кількість пацієнтів з України та інших країн світу.

Історію, культуру, традиції краю розкривають експонати численних музеїв Полтавщини. Крім названих вище, на увагу заслуговують Державний історико-краєзнавчий музей в с. **Диканька** (його картинна галерея нараховує близько 500 полотен); Державний краєзнавчий музей в м. **Кременчук** (близько 30 тис. експонатів); музей декабристів (с. **Хомутець**), розміщений у родовій садибі Муравйових-Апостолів; Державний музей-заповідник українського гончарства (с. **Опішня**) – найбільший центр гончарства в Україні.

Широко знаною Полтавщина є завдяки Сорочинському ярмарку – театральноторгівельному дійству, що відбувається в останні вихідні серпня у **Великих Сорочинцях** із 1966 р. і збирає щороку десятки тисяч чоловік.

Завдяки значенню в історичному минулому країни, архітектурним пам'яткам та зйомкам фільму “Королева бензоколонки” відоме місто **Пирятин**.

Палацове мистецтво на Полтавщині представлено ансамблями, створеними в XVIII – XIX ст. Так, у с. **Березова Рудка** зберігся двоповерховий палац, два одноповерхових флігелі, що належали родині Закревських. На території садиби побудована сімейна усипальниця Закревських із цікавою каплицею у вигляді невеликої єгипетської піраміди.

Найвеличніший на Полтавщині палац (понад 100 приміщень) було збудовано наприкінці XVIII ст. в с. **Диканька** – володінні Кочубеїв. Маєток у 1817 р. відвідав російський імператор Олександр I. На честь його було збудовано тріумфальні ворота. До наших днів від величного палацового комплексу лишилися лише церква, ворота і чотири трьохсотрічні дуби – все було зруйновано й розграбовано в роки громадянської війни.

Дерев'яний палац XVIII ст., а згодом кам'яні флігелі (XIX ст.) були зведені в володіннях Муравйових-Апостолів (с. **Хомутець**). У маєтку відбувалися зібрання декабристів за участю П. Пестеля, М. Бестужева-Рюміна,

М. Лорера та ін. Зараз палац перебуває в занедбаному стані й поступово піддається руйнуванню.

**Сумська область.** Більше ніж 350 років тому над р.Псел була зведена фортеця, призначена захищати південні рубежі Російської імперії. Її рів та вали частково збереглися, позначаючи місце, звідки веде свою історію **м.Суми**. Архітектурні пам'ятки, що збереглися, значно молодші, ніж місто. Найстарішою пам'яткою міста є Воскресенська церква поч. XVIII ст., побудована в силі українського бароко. У місті є ще декілька чудових церков та соборів, серед яких Спасо-Преображенський собор II пол. XVIII ст., розписаний В.Маковським, Іллінська та велична Троїцька церкви. В місті збереглися житлові, адміністративні будинки та особняки кінця XVIII – XIX ст. В Сумах свого часу жили і працювали Г.Сковорода, А.Чехов, О.Купрін.

Надзвичайно багатим і різноманітним на Сумщині є храмове будівництво, представлене православними церквами і соборами XVII – XIX ст. Культова архітектура всіх трьох століть представлена в містах **Глухів** (XVII ст. – Миколаївська церква; XVIII ст. – Спасо-Преображенська церква; XIX ст. – Трьох-Анастасіївська церква) і **Путивль** (XVII ст. – собор Різдва Богородиці, Спасо-Преображенський собор; XVIII ст. Хрестовоздвиженська церква-дзвіниця, церква Миколи Козацького; XVI – XIX ст. – ряд будівель Мовчанського монастиря). Церкви XVIII – XIX ст. збереглися в містах **Лебедин** (XVIII ст. – дерев'яна Воскресенська церква; XIX ст. – Вознесенська, Миколаївська та Покровська церкви) та **Охтирка** (XVIII ст. – Покровський собор, у розробці проекту якого брав В. Растреллі, Введенська церква; XIX ст. – Христорождественська церква, що вважається найкращим зразком архітектури області та Михайлівська церква, яка нагадує військову церкву, виконану в романському й візантійському архітектурному стилях), а також у с. **Великий Бобрик**, що славиться і своїм чудовим парком.

Не менш цікавою на Сумщині є цивільна архітектура. Її перлиною по праву вважається збудований у XIX ст. палац в с. **Кияниця**. Хоч нині він

перебуває в занедбаному стані, проте вражає величчю й красою зовнішнього декору. З XIX ст. в м. **Лебедин** збереглися торговельні ряди (низка одноповерхових крамниць); в с. **Низи** – одноповерховий садибний будинок, у якому впродовж близько дев'яти років кожного літа оселявся П. Чайковський (тут написана опера „Черевички”, друга і третя симфонії та ін.); в м. **Тростянець** – палац, садибний будинок (у ньому в 1864 р. жив П. Чайковський), штучний грот, інші паркові споруди й круглий двір або манеж-цирк (чи не єдина споруда подібного типу в Україні); у с. **Волокитине** – монументальні Золоті ворота (садиба, яку вони свого часу прикрашали, не збереглася).

Ще раніше, у XVIII ст., в **Глухові** було зведено Триумфальні ворота – величезний арковий тунель із бічними прибудовами, виконаний у класичному стилі з елементами бароко; а у с. **Хотінь** – розкішний палац, що до Першої світової війни по праву належав до числа найкращих садиб Південної Росії, але в 1918 р. був спалений (сьогодні від нього лишилися лише два бічні флігелі).

Із Сумщиною пов'язані долі деяких відомих особистостей. Так, у с. **Богданка** раннє дитинство провів відомий педагог К. Ушинський (нині в селі відкрито музей його імені); у с. **Гамаліївка** похований гетьман І. Скоропадський з дружиною в трапезній церкві, збудованій ним; в с. **Низи** і в м. **Тростянець** гостював П. Чайковський; в м. **Глухів** у школі підготовки співаків і музикантів для придворного хору й оркестру вчилися відомі композитори М. Березовський і Д. Бортнянський.

Історії і традиціям краю, життєвому шляху й творчості відомих людей, чия доля була пов'язана з Сумщиною, присвячені експозиції музеїв області. Крім названих вище, слід згадати краєзнавчий музей м. **Ромни**. Біля його стін зберігається величезний гранітний валун, принесений льодовиком зі Скандинавії в Україну 150 – 200 тис. років тому (рис. 4.9).

Описуючи Сумщину, не можна не згадати волокитинську порцеляну, фабрика з виробництва якої в XIX ст. конкурувала з найкращими виробниками



світу (високий рівень майстерності підтверджує виготовлення в 1857 р. величезного іконостасу зі складними елементами, фрагменти якого нині зберігаються в Софійському заповіднику Києва).



**Рис. 4.9. Соціально-культурний ресурсний каркас території Слобожанського туристичного району**

#### **4.2.10. Столичний туристичний район**

До складу Столичного туристичного району входять Київська, Черкаська та Чернігівська області. Площа району – 81,7 тис. км<sup>2</sup> або 13,5 % загальної

території України. В районі проживає 6966,9 тис. населення. Показник урбанізації – 74,4%. Включення до складу району міста Київ обумовлює особливості розвитку туристичної діяльності, що пов'язано із більшими, ніж в інших регіонах потоками як іноземних, так і вітчизняних туристів та екскурсантів, а також кращим розвитком рекреаційної та інфраструктури загального користування, наявністю значних рекреаційних потреб у місцевого населення. Характерною особливістю району є також його географічне положення на кордоні з Білоруссю та Росією. Все це, а також значний рекреаційно-ресурсний потенціал району роблять туризм та рекреацію одним з пріоритетних напрямів розвитку району.

**Природні туристичні ресурси.** Поверхня району являє собою рівнину, подекуди урізноманітнену горбами та пасмами льодовикового походження, річковими долинами, ярами і балками. Помірно-континентальний клімат з теплим літом і порівняно м'якою зимою дозволяє організовувати в районі досить широкий спектр видів рекреаційної діяльності.

Річкова мережа представлена як великими, так і малими річками, основними з яких є Дніпро та його притоки: Десна, Тетерів, Ірпінь, Рось, Тясмин, а також Снов, Сейм, Удай. Річки з чистою водою та повільною течією – цінний рекреаційний ресурс, який може використовуватись для організації водного туризму та купання у період з травня по вересень. В районі є озера, в основному, стариці в заплавах річок, яких в одній тільки Київській області нараховується понад 750. В Столичному районі 70 водосховищ, у тому числі, Київське, Канівське, Кременчуцьке.

На території Столичного туристичного району є джерела мінеральних вод, які можна використовувати для лікування та профілактики захворювань шлунково-кишкового тракту, регуляції обмінних процесів організму, виведення радіонуклідів. З донними відкладами озер пов'язані родовища лікувальних грязей, найбільш відомим з яких є Острецьке.

В туристичних цілях можуть використовуватись об'єкти природно-заповідного фонду, найбільш значущими серед яких є Київський та Менський

зоопарки, дендропарк “Олександрія” в Білій Церкві та Тростянецький дендропарк, парк Декабристів у Кам’янці та Корсунь-Шевченківський парк, Канівський природний заповідник, і звичайно, всесвітньо відомий парк “Софіївка” в Умані.

*Соціально-культурні туристичні ресурси.* На території Столичного туристичного району збереглися пам’ятки архітектури доби Київської Русі, що робить край унікальним, безліч православних та католицьких культових споруд XII-XX ст. Значне місце в історико-архітектурній спадщині займають цивільні споруди, представлені чудовими палацово-парковими комплексами, адміністративними і житловими будинками XVII-XX ст.

Безумовно, головним осередком соціально-історичних ресурсів району є м. **Київ**. За свою більше ніж тисячолітню історію (перша літописна згадка про Київ датується 862 роком) місто відіграло важливу роль у формуванні українського народу та українському державотворенні. Про це говорить одна із сформованих століттями ознак культурно-психологічної окремішності та єдності українського народу: у будь-якого українця, де б він не проживав, розвинене гостре відчуття свого територіального ядра – м. Києва. Став уже крилатим вираз літописця “Киев – мать городов русских”, що теж красномовно свідчить про його роль в історії Східної Європи.

Кожна історична епоха залишала свій відбиток на образі столиці, і тому туристам буде цікаво пройтись вулицями Києва, який по праву вважається одним з найкрасивіших міст Європи. Старовинні церкви тут сусідять з помпезними сталінськими будівлями та сучасними багатоповерхівками-свічками. Нікими свідками історичних подій, що відбувалися в Києві, стали його собори, серед яких великі православні святині: Києво-Печерська лавра та Софійський собор, а також Михайлівський золотoverхий собор, нещодавно відновлений, Андріївська церква та багато інших. В Києві багато старовинних будинків, адміністративних будівель. Окрасою міста є 2 ботанічних сади, багаточисельні парки та сквери, монументи та пам’ятні знаки. А деякі вулиці та майдани можна вважати музеями під відкритим небом. У Києві жили й творили

відомі поети й письменники: Г.Сковорода, Т.Шевченко, Леся Українка, І.Франко, Марко Вовчок, І.Нечуй-Левицький. Тут бували О.Пушкін, О.Грибоедов, М.Гоголь, М.Лєсков, Л.Толстой, А.Міцкевич, О.де Бальзак та інші.

Міста та села **Київської області** багатством своїх соціально-історичних рекреаційних ресурсів підтримують загальний тон, заданий столицею. Так, своїми пам'ятками архітектури відома **Біла Церква**. Місто на мальовничих берегах р.Рось заснував Я.Мудрий, назвавши його на честь святого, ім'я якого прийняв у хрещенні, – Юр'єв. Не переживши Батієвої навали, місто припиняє своє існування аж до середини XVI ст. Великий внесок у формування історико-архітектурної спадщини міста зробила родина Браницьких, якій певний час належало місто. Так, їхнім коштом було збудовано зимовий палац, будинок дворянського зібрання, поштова станція, торгові ряди, будинок гімназії, костел Іоанна Хрестителя, Преображенський собор. Але найвідомішою пам'яткою міста став ландшафтний парк “Олександрія”.

Одна з найбільш доленосних подій – приєднання України до Росії – відбулась у **Переяславі-Хмельницькому**, відомому своїми монастирем, колегіумом та церквами, а також музеєм народної архітектури та побуту. Чи не найбільш відомий археологічний музей країни знаходиться в **с.Трипілля**, де вперше було виявлено сліди давніх хліборобських племен, що вперше в Південно-Східній Європі почали використовувати самородну мідь, означивши тим самим початок на цих теренах мідного віку. Свого часу улюбленою резиденцією княгині Ольги було місто **Вишгород**, в якому збереглися архітектурні та археологічні пам'ятки. Однією із сторінок, записаних в історію України, може пишатися мальовниче **м.Богуслав**, у якому народилася героїня народних дум М.Богуславка та жили художник І.Сошенко й письменник І.Нечуй-Левицький. Місто відоме численними музеями та архітектурною пам'яткою XIX ст. – Троїцькою церквою.

Міста **Фастів, Кагарлик, Ржищів** та с. **Пархомівка** теж відомі своїми археологічними, архітектурними пам'ятками та музеями. Є в області і курортні

населені пункти - **Біла Церква, Ворзель, Ірпінь, Конча-Заспа, Миронівка, Пуща-Водиця.**

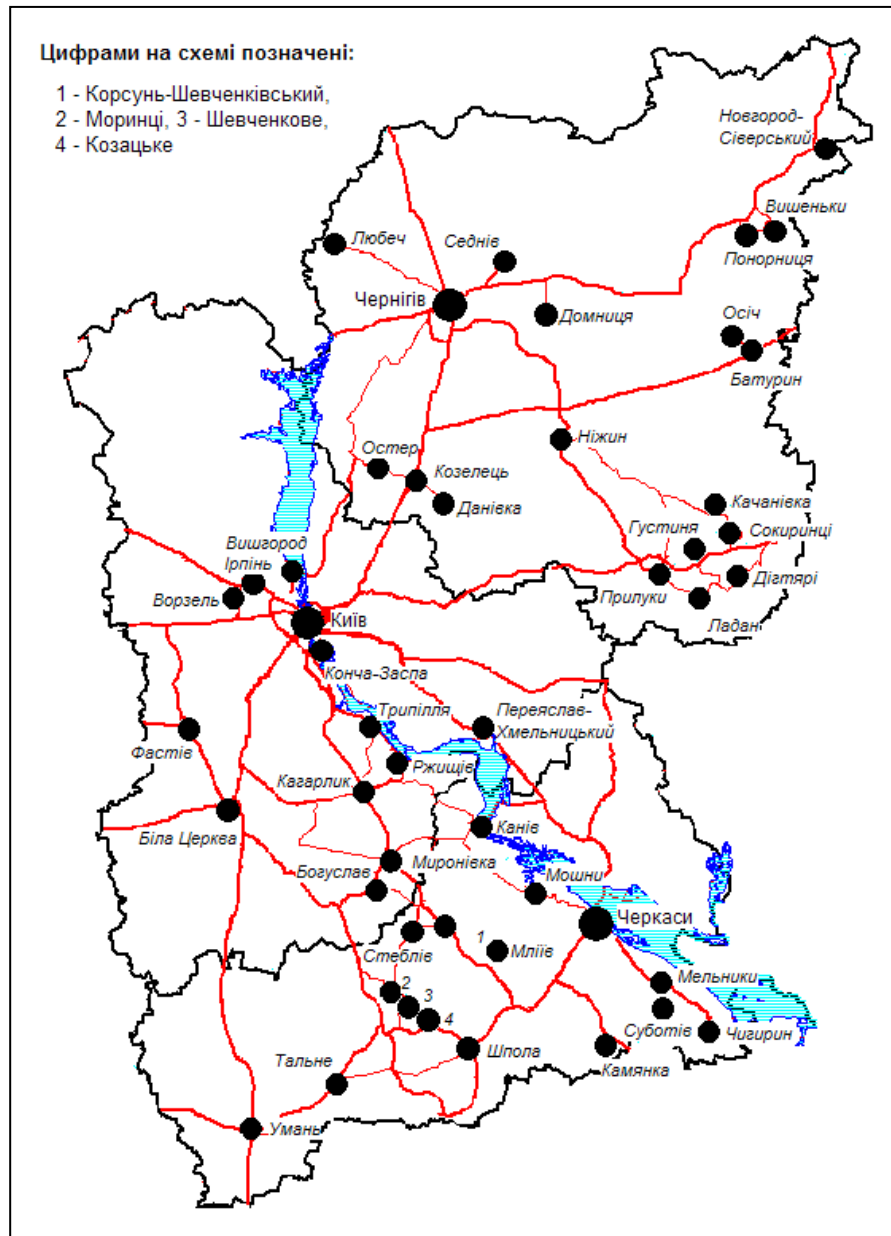
З Київщиною пов'язані життєві шляхи Б.Хмельницького, С.Палія, К.Косинського, С.Наливайка, М.Залізняка, О.Суворова, С.Муравйова-Апостола, М.Бестужева-Рюміна, Г.Державіна, О.Пушкіна, Г.Сковороди, Т.Шевченка, Марка Вовчка, І.Нечуй-Левицького, К.Стеценка, Шолом-Алейхема, І.Сошенка та багатьох інших.

Не поступається багатством соціально-культурних рекреаційних ресурсів Київській **Черкаська область**. Незважаючи на давню історію, сучасний архітектурний образ обласного центру формувався впродовж II пол. XX ст. Найбільш цікавими його спорудами є Свято-Троїцький собор, Михайлівський собор, резиденція архієпископа, Палац одруження, Будинок жалоби. Черкаська область є місцем народження і останнього притулку видатного сина українського народу – Т.Шевченка, пам'ять про якого зберігають пам'ятні знаки та музеї **Моринців, Шевченкового та Канева**. Садиба і парк у **Кам'янці** стали свідками зібрань Південного товариства декабристів, гостей О.Пушкіна та П.Чайковського, на честь яких тут було встановлено меморіальні дошки та пам'ятні знаки. Пам'ять про колишню кріпаччину зберігають подекуди занедбані палацово-паркові комплекси у с. **Козацьке, Мошни, м. Корсунь-Шевченківський, Шпола та Тальне**. Осередком діяльності відомої родини українських садоводів-помологів Симиренків було с.**Мліїв**, де зараз функціонує Мліївський музей садівництва. Пам'ять про І.Нечуя-Левицького зберігає літературно-меморіальний музей у смт **Стеблів**. Тут же споруджено пам'ятник письменнику та одному з його літературних героїв – Нимидорі. Ім'я І.Нечуя-Левицького та його героїв носять і скелі, що височать понад Россю. Свідками героїчної боротьби українського народу проти гноблення стали **Мельники (Холодний Яр), Суботів та Чигирин**. Перлиною не тільки області, але і усїєї України, що користується заслуженою увагою з боку туристів, є знаменитий Софіївський парк в **Умані**.

**Чернігівська область** теж відноситься до регіонів, найкраще забезпечених соціально-історичними рекреаційними ресурсами. Так, у м. **Чернігів** зосереджена третина усіх пам'яток домонгольського періоду, що збереглись в Україні: курган Чорна могила, Успенський собор Єлецького та Іллінська церква Троїцько-Іллінського монастирів, Антонієві печери, П'ятницька церква, Борисо-Глібський та Спасо-Преображенський собори. В наступні століття ці комплекси споруд неодноразово перебудовувались, поповнювались новими пам'ятками. XVII-XVIII ст. стало часом нового розквіту міста. Тоді було зведено комплекс споруд Троїцько-Іллінського монастиря, Катерининську церкву, будинок колегіуму, будинок Я.Лизогуба. Наступні століття продовжують формувати архітектурне обличчя міста. З'являється ряд будівель культового та громадського призначення.

Славетну історію, що застигла в архітектурних формах, має м. **Ніжин**. Серед його пам'яток Введенський, Ветхоріздвяний Георгіївський монастирі, Миколаївський собор XVII ст., Благовіщенський монастир, Всіхсвятська, Покровська, Преображенська, Хресто-Воздвиженська церкви та церква Іоанна Богослова XVIII ст., комплекс споруд поштової станції, будинок грецького магістрату та будинок гімназії вищих наук XIX ст. Не поступається Ніжину й старовинне місто **Новгород-Сіверський**, що свого часу був центром Сіверського князівства, а потім – другим після Чернігова за значенням містом краю. Туристам можна показати комплекс споруд нещодавно відновленого Спасо-Преображенського монастиря, Успенський собор XVII-XVIII ст., Триумфальну арку, зведену на честь відвідин міста Катериною II, дерев'яну Микільську церкву 18 ст., торгові ряди, будинок чоловічої гімназії, де свого часу навчався К.Ушинський, будинок Н.-Сіверського земства 19 ст. Відновила свою архітектурну спадщину колишня гетьманська столиця – смт **Батурин**, на території якого створено державний історико-культурний заповідник, до складу якого увійшли будинок Кочубея, палац Розумовського XVIII ст., Воскресенська церква XIX ст. та церковно-приходська школа. Об'єктами паломництва можуть бути монастирі сіл **Осіч, Домниця, Густиня, Данівка,**

**Понорниця, смт Ладан.** Значну кількість архітектурно-історичних пам'яток мають **Козелець, Прилуки, Остер, Любеч.** Чудові садиби та палацово-паркові комплекси збереглися у **Качанівці, Вишеньках, Сокиринцях, Дігтярях, Седневі** (рис. 4.10).



**Рис. 4.10. Соціально-культурний ресурсний каркас території  
Столичного туристичного району**

Як висновок підсумуємо, що Україна володіє значним туристично-ресурсним потенціалом, причому, він дозволяє активно використовувати для

організації різноманітних видів туристичної діяльності практично усі регіони, кожен з яких має привабливі для іноземних туристів об'єкти.

#### **4.2.11. Працересурсний туристичний потенціал організації в'їзного туризму**

Туристичний сектор як частина сфери послуг – одна з найбільш трудомістких галузей. У ній зайнятий кожен 16-й працівник у світі. Оскільки можливості механізації процесів обслуговування в туристичній сфері досить обмежені та і у більшості випадків недоцільні, значення трудових ресурсів у розвитку туристичної господарської діяльності надалі зберігатиметься. Проте, характер праці змінюється. Якщо раніше для обслуговування туристів можна було обмежитись персоналом, який наймався на сезон і виконував роботу, що не потребувала високої кваліфікації, то з розвитком продуктивних сил, зростанням культурного рівня і запитів самих відпочиваючих стала зростати необхідність і у висококваліфікованих кадрах. Ще більшою мірою це стосується організації в'їзного туризму. Сучасний фахівець, що працює в міжнародному туризмі, має володіти двома-трьома іноземними мовами, сучасними інформаційними технологіями, бути обізнаним в багатьох питаннях, що стосуються функціонування туристичної сфери, мати широкий кругозір. Окрім того, високі вимоги ставляться і до його особистих якостей, рис характеру, зовнішності, загальної ерудиції.

В Україні ведеться чотирьохрівнева підготовка фахівців у галузь туризму. 27 навчальних закладів країни ведуть підготовку молодших спеціалістів з фаху “Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах”, 75 вузів готують бакалаврів, у тому числі, 13 вузів – спеціалістів і 6 – магістрів зі спеціальностей “Туризм” та “Готельне господарство”. У 2007-2008 навчальних роках у вузах усіх рівнів акредитації навчалося 19 тис. студентів. При тому, що у 2000-2001 навчальному році в країні функціонувало лише 14 вузів 1-2 рівня акредитації, які готували молодших спеціалістів і навчалося 1,7 тис студентів. Отже, працересурсний потенціал розвитку в'їзного туризму значно зміцнився, а



професії, пов'язані з обслуговуванням туристів, швидко стають престижними і популярними.

У 2007 році у сферах, зайнятих безпосереднім обслуговуванням туристів, працювало 94,9 тис. штатних працівників, у тому числі, 11,5 тис. – працівники туристичних та екскурсійних підприємств, 47,3 тис. – працівники санаторно-курортних закладів та 36,1 тис. – працівники готелів. Найбільша кількість персоналу туристичних підприємств працювала в АР Крим, Києві, Одеській, Львівській і Донецькій областях. Найкраще забезпеченими даними працівниками виявилися АР Крим, Одеська, Житомирська, Закарпатська, Львівська та Тернопільська області. Занепокоєння викликає той факт, що серед найгірше забезпечених регіонів – області, що характеризуються інтенсивною туристичною діяльністю: м.Київ, Івано-Франківська, Херсонська, Дніпропетровська.

Щодо готельного персоналу, найбільша кількість працювала в м.Київ, АР Крим, Львівській, Донецькій і Дніпропетровській областях. Серед найкраще забезпечених – регіони з високою туристичною та діловою активністю: Івано-Франківська область, м.Севастополь, АР Крим, Чернівецька, Донецька, Миколаївська, Херсонська області. Найгірше забезпечені – Київська, Волинська, Тернопільська, Хмельницька, Одеська, Житомирська та Рівненська, серед яких є регіони з великим рекреаційно-ресурсним потенціалом.

У санаторно-курортних закладах країни в 2007 році працювало 47,3 тис. осіб. Велика кількість персоналу працювала в регіонах з розвинутою санаторно-курортною справою: АР Крим, Львівській, Закарпатській, Одеській, та Полтавській областях. Разом з тим, відчувалась нестача персоналу на Одещині, Миколаївщині, Херсонщині, Донеччині та Дніпропетровщині.

Зберігає своє значення і некваліфікована робоча сила, яка наймається на період “гарячого” сезону.

Різноманітними організаціями ведеться підготовка представників приватного сектору, що бажають займатися наданням послуг у галузі альтернативних видів туризму та екскурсійної справи, організуються тренінги та семінари, надаються інформаційно-консультативні послуги.

Таким чином, можна констатувати, що попри проблеми у забезпеченості трудовими ресурсами деяких регіонів, Україна зміцнює свій працересурсний потенціал у галузі туризму на професійній основі, удосконалює освітні стандарти, тим самим підвищуючи якість обслуговування, що має велике значення для обслуговування іноземних гостей

### 4.3. Туристично-інфраструктурний потенціал розвитку в'їзного туризму в Україні.

*Інфраструктура (від лат. infra – нижче, під; structure – будова, склад) – функціональне і територіальне поєднання галузей економіки, що обслуговують матеріальне виробництво, невиробничу сферу і безпосередньо населення<sup>6</sup>. Функціонування інфраструктури як міжгалузевого утворення пов'язане із задоволенням різноманітних потреб у послугах різних галузей і сфер економіки. В найбільш загальному плані виділяють виробничу, інституційну, науково-технічну та соціальну інфраструктури. Соціальна інфраструктура, в свою чергу, поділяється на такі сфери: житлово-комунальну, побутового обслуговування населення, роздрібну торгівлю та ресторанне господарство, транспорт і зв'язок, що обслуговують населення, освіту, культуру і мистецтво, охорону здоров'я, соціальне забезпечення.*

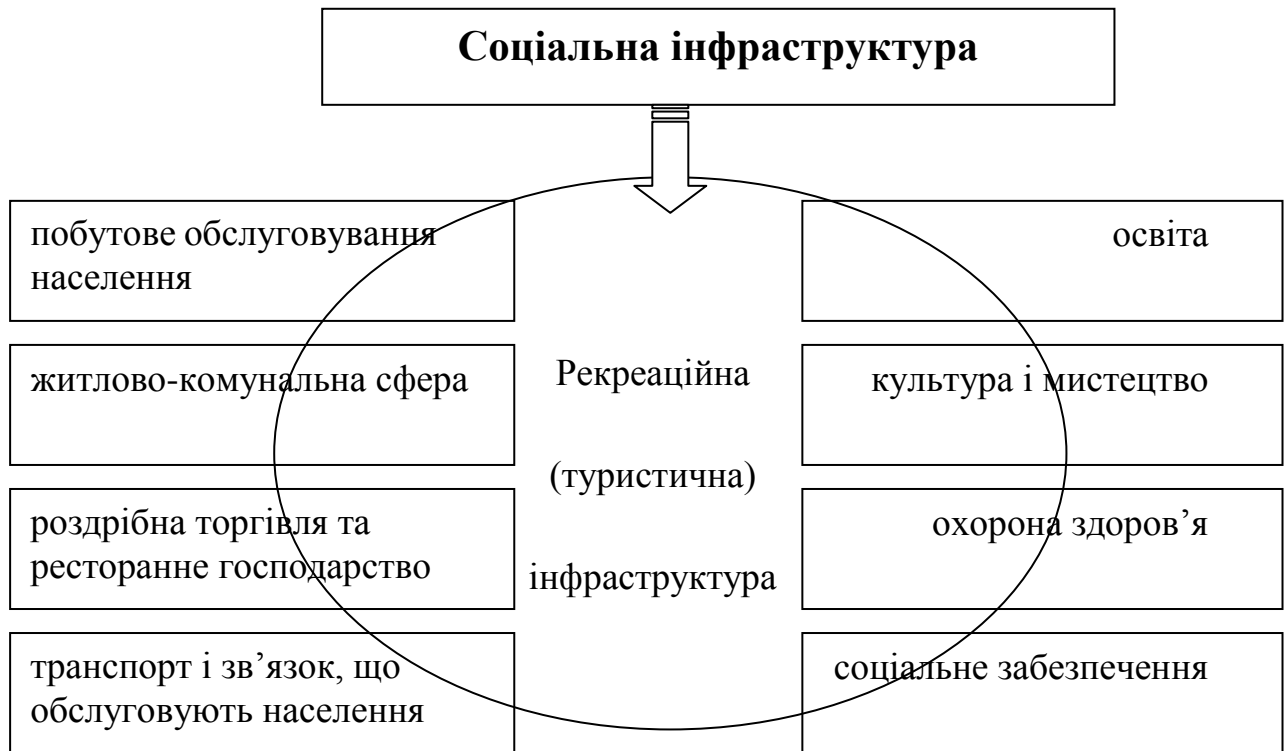
Рекреаційна (туристична) інфраструктура займає особливе, проміжне положення, оскільки теж частково охоплює вищеперераховані сфери (рис. 4.11).

Матеріально-технічну базу туристичної інфраструктури становлять об'єкти туристичного господарства. *Туристичне господарство – сукупність підприємств, установ, організацій, що виконують соціально-економічні функції, пов'язані із задоволенням туристичних потреб, незалежно від*

---

<sup>6</sup> Економічна і соціальна географія України з основами теорії [Текст] /М.М.Паламарчук, О.М.Паламарчук. – К.: Знання, 1998. – 416 с.

*місця розташування відповідних господарських одиниць, їх відомчої підпорядкованості, а також використовують для цього природний, історико-культурний, соціальний та економічний потенціал певних територій.*



**Рис. 4.11. Співвідношення понять “соціальна інфраструктура” та “рекреаційна (туристична) інфраструктура”**

До підприємств і закладів, що відіграють першочергове значення у обслуговуванні іноземних туристів, відносяться готелі та інші заклади розміщення, санаторії та пансіонати з лікуванням, заклади відпочинку, заклади ресторанного господарства, розважальна інфраструктура. Окремо можна виділити транспортну інфраструктуру. Про особливості їх розвитку в Україні мова піде в наступних підрозділах.

#### 4.3.1. Готелі та подібні до них заклади розміщення

Відповідно до міжнародної класифікації, різноманітність засобів розміщення не обмежується готелями та закладами готельного типу. Подібні послуги можуть надаватися оздоровчо-лікувальними закладами, закладами відпочинку, оздоровчими таборами, туристичними транспортними засобами (круїзні судна, туристичні потяги), кемпінговими комплексами тощо. Проте, в останніх розміщення є другорядною послугою, спеціалізуються ж вони на оздоровленні, лікуванні, організації екскурсій, відпочинку та інших видах діяльності. В останні десятиліття в умовах високої конкуренції з іншими закладами розміщення готелі теж суттєво диверсифікували набір послуг, почали з'являтися нові види готельних закладів: ризот-готелі, бутік-готелі, готелі клубного типу тощо, але основною послугою, на наданні якої вони спеціалізуються, є розміщення.

Готелі та подібні заклади залишаються основними підприємствами надання послуг розміщення іноземним громадянам в Україні. Так, в 2007 р. послугами готельних закладів скористалось 953 тис. іноземців, тоді як у санаторно-курортних та оздоровчих закладах розмістилися 412 тис. В 2007 р. іноземці склали п'яту частину обслуговуваних у готелях осіб, що принесло країні 140 млн. доларів прибутку. Це говорить про те, що готельне господарство є однією з найважливіших складових туристичної індустрії України.

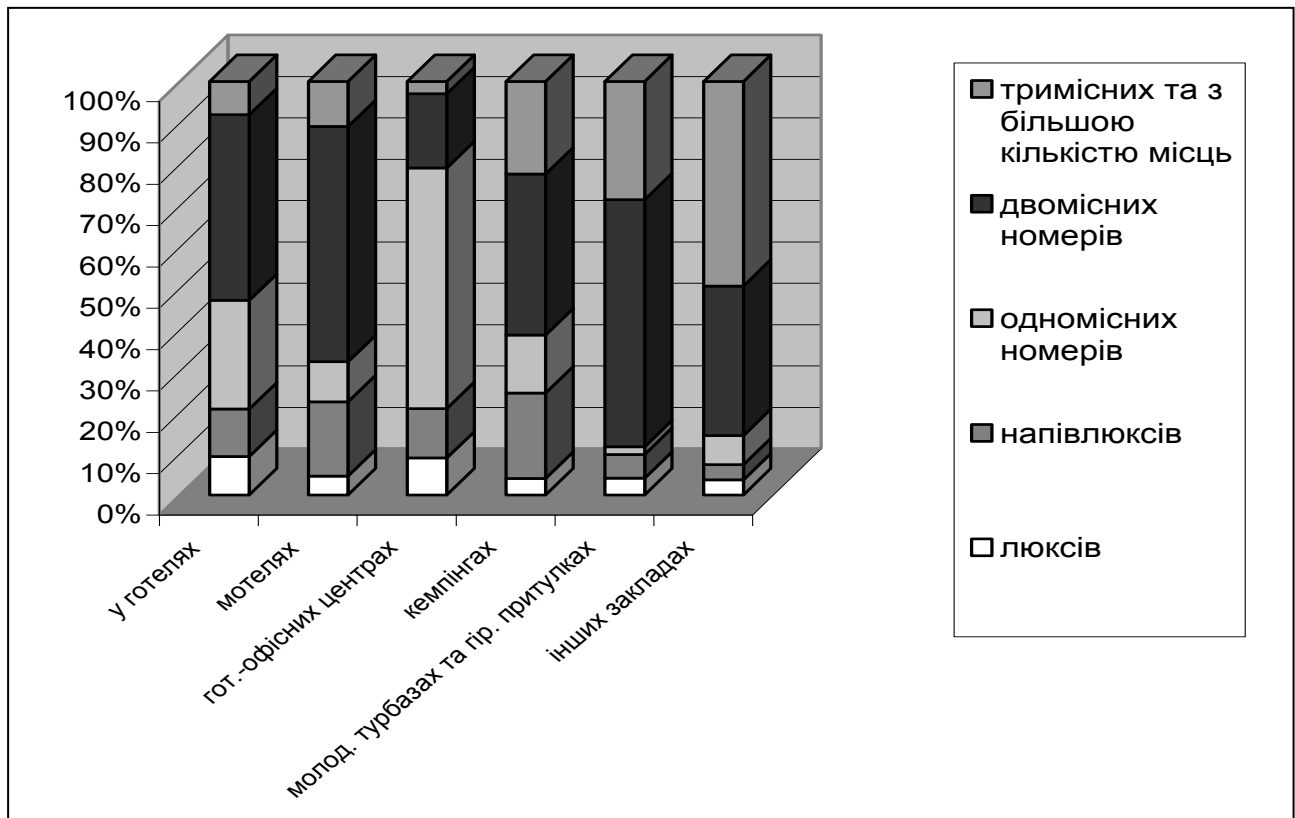
У 2007 р. в Україні налічувалось 1420<sup>7</sup> готельних підприємств на 135,2 тис. місць. Житлова площа усіх номерів (а їх того року налічувалось 51012) становила 1314 тис. м<sup>2</sup>. За типами готельні підприємства розподілялись наступним чином: 812 об'єктів або 57% їх кількості становили готелі, 42 (2,9%) - молодіжні турбази та гірські притулки, 19 (1,3%) - мотелі, 9 (0,6%) - кемпінги, решта 538 (38,8%) числились як інші альтернативні заклади готельного типу. Розподіл номерного фонду за типами готельних закладів в загальних рисах повторював це співвідношення: найбільшу частку номерів (82% їх загальної

---

<sup>7</sup> Туризм в Україні [Текст]. – К.: Держкомстат, 2008. – 217 с.

кількості) мали готелі, на молодіжні турбази і гірські притулки припадало 3,9%, на кемпінги – 1,3%, мотелі – 1,0%, решту 11,8% номерів містили інші заклади готельного типу.

З номерів загального готельного фонду найбільша частка (42%) припадала на двомісні номери. Це справедливо для усіх типів готельних закладів, окрім готельно-офісних центрів. Майже однакову частку мали одномісні (20%) та багатомісні (21%) номери. Причому, найбільшою (58%) частка одномісних номерів була в загальній кількості номерів готельно-офісних центрів. Більше ніж четверта частина номерів у готелях – одномісні. Багатомісні номери мали значну частку в інших альтернативних закладах розміщення (49%), молодіжних турбазах і гірських притулках (28,6%), кемпінгах (22,3%), що відображає специфіку їх функціонування. Досить значною була частка номерів типу “люкс” та “напівлюкс”, відповідно, 7 та 9%. Найбільшу їх частку в загальній структурі мали кемпінги, мотелі, готелі та готельно-офісні центри (рис. 4.12).



**Рис. 4.12. Розподіл номерів в готельних закладах**

За регіонами заклади готельного господарства розташовані нерівномірно (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

## Готелі та заклади готельного типу в Україні, 2007 р.

	Кількість закладів		В них номерів		Житлова площа номерів		Коефіцієнт використання місткості
	од.	%	од.	%	тис. м <sup>2</sup>	%	
<b>Україна</b>	<b>1420</b>	<b>100</b>	<b>135199</b>	<b>100</b>	<b>1314</b>	<b>100</b>	<b>0,29</b>
АРК	83	5,8	14012	10,4	134	10,2	0,26
Вінницька	23	1,6	1553	1,1	16	1,2	0,37
Волинська	28	2,0	2075	1,5	20	1,5	0,57
Дніпропетровська	107	7,5	10924	8,1	97	7,4	0,27
Донецька	70	4,9	5805	4,3	70	5,3	0,23
Житомирська	42	3,0	3627	2,7	33	2,5	0,20
Закарпатська	45	3,2	3801	2,8	38	2,9	0,28
Запорізька	32	2,3	2427	1,8	27	2,1	0,36
Ів.-Франківська	34	2,4	2899	2,1	27	2,1	0,18
Київська	35	2,5	2233	1,7	19	1,4	0,38
Кіровоградська	16	1,1	1134	0,8	9	0,7	0,23
Луганська	83	5,8	4722	3,5	44	3,3	0,20
Львівська	128	9,0	9780	7,2	91	6,9	0,21
Миколаївська	84	5,9	11235	8,3	78	5,9	0,17
Одеська	80	5,6	7425	5,5	85	6,5	0,27
Полтавська	43	3,0	2632	1,9	25	1,9	0,28
Рівненська	23	1,6	2675	2,0	24	1,8	0,21
Сумська	39	2,7	2446	1,8	21	1,6	0,21
Тернопільська	37	2,6	4298	3,2	31	2,4	0,23
Харківська	48	3,4	3360	2,5	47	3,6	0,32
Херсонська	38	2,7	4590	3,4	33	2,5	0,20
Хмельницька	27	1,9	1750	1,3	19	1,4	0,37
Черкаська	53	3,7	3960	2,9	31	2,4	0,17
Чернівецька	27	1,9	4678	3,5	33	2,5	0,17
Чернігівська	62	4,4	3486	2,6	33	2,5	0,3
м.Київ	123	8,7	16377	12,1	218	16,6	0,64
м.Севастополь	10	0,7	1295	1,0	13	1,0	0,40

Згідно даних, наведених в таблиці, у 2007 р. найбільшу кількість готелів мали Львівська область, м.Київ, Дніпропетровська, Миколаївська, Луганська області та АР Крим. Найбільший номерний фонд мали м.Київ, АР Крим, Миколаївська, Дніпропетровська та Львівська області. Найбільшу житлову площу – готелі м.Києва, АР Крим, Дніпропетровської, Львівської та Одеської областей. Ці регіони впливають на формування рейтингів туристичних районів за наявністю закладів готельного господарства (табл. 4.2).

Таблиця 4.2

**Рейтинги туристичних районів України за розвитком готельного господарства.**

Рейтинг	Кількість закладів	Кількість номерів	Житлова площа номерів
1	Столичний	Столичний	Столичний
2	Карпатський	Карпатський	Карпатський
3	Причорноморський	Причорноморський	Причорноморський
4	Донецький	Кримський	Кримський
5	Слобожанський	Придніпровський	Донецький
6	Придніпровський	Донецький	Придніпровський
7	Волинський	Слобожанський	Слобожанський
8	Кримський	Волинський	Волинський
9	Подільський	Подільський	Подільський
10	Приазовський	Приазовський	Приазовський

В них перші позиції займають Столичний, Карпатський та Причорноморський регіони, багаті природними і соціально-культурними туристичними ресурсами. Високі рейтинги Столичного регіону пов'язані ще і з його особливим статусом, та наслідками, що з цього випливають: адміністративним значенням, високим рівнем ділової активності, насиченим культурним життям тощо. Порівняно невисокі позиції Кримського району пояснюються не стільки невеликою кількістю готелів, хоча й цей факт має місце, скільки його складом, до якого входить лише одна республіка та

м. Севастополь. Досить високі рейтинги у промислово розвинених районів – Донецького й Придніпровського, що відрізняються високим рівнем ділової активності. Останні місця займають Подільський та Приазовський райони, що говорить не на користь використання їх значного соціально-культурного та природного рекреаційного потенціалу.

Коефіцієнти використання місткості українських готелів значно варіюють: від 0,64 у м.Київ, 0,57 у Волинській, 0,38 – у Київській, до 0,17 у Миколаївській, Черкаській і Чернівецькій областях. Попри сезонність, на заповнення українських готелів впливає епізодичний інтерес з боку туристів, зокрема, іноземних. Такі буми спостерігались під час фіналу конкурсу “Євробачення”, помаранчевої революції. Значний приплив іноземних туристів очікується і в зв’язку з проведенням Європейського чемпіонату з футболу у 2012 р. Подібні буми яскраво виявляють проблеми, що стоять перед українською індустрією туризму, зокрема, готельним господарством. Більшу частину часу ринок гостинності залишається ненасиченим, тоді коли під час бумів катастрофічно не вистачає місць у закладах розміщення.

І дійсно, з одного боку Україна значно відстає від європейських країн за рівнем розвитку готельного господарства (табл. 4.3).

Для порівняння не випадково було обрано саме ці країни: Франція - світовий „рекордсмен” з відвідуваності іноземними туристами, Іспанія, Німеччина теж серед європейських та світових лідерів за обсягами розвитку в’їзного туризму, Польща - найближчий сусід України - останніми роками розпочала активну діяльність з розвитку туризму. За площею території Україна випереджає ці держави, кількість населення України більша за кількість населення Іспанії і Польщі. В той час як за кількістю готелів вона поступається першій майже у 23 рази, а другій – у 3. Далеко позаду Україна і за кількістю місць у готелях. Проте, якщо взяти до уваги коефіцієнти використання місткості готелів та рівень забезпеченості місцями у готелях іноземних туристів, то виявиться, що рівень забезпеченості країни готелями відповідає потребам.



Таблиця 4.3

**Показники розвитку готельного господарства в деяких країнах  
Європи, 2006 р.**

Країни	Німеччина	Франція	Іспанія	Польща	Україна
Показники					
Кількість закладів, тис. шт.*	36,2	18,1	18,3	2,3	0,8
Кількість місць, тис. од.*	1631	1254	1615	178	74
Кількість іноземних туристів, що відвідали країну, млн. осіб**	53,3	78,0	58,0	15,7	0,29
Кількість місць у готелях на 1000 іноземних туристів, од.	31	16	28	11	25
Прибуття у готелі резидентів та нерезидентів, млн. осіб*	97,0	106,7	81,8	11,3	3,5
Загальний час перебування приїжджих у готелях, тис. людино-днів*	208,2	197,4	267,0	21,8	9,2
Коефіцієнт використання місткості	0,35	0,43	0,45	0,34	0,34

Примітка. \*За даними статистичного збірника "Туризм в Україні [Текст]. - К.: Держкомстат, 2008. – 217 с."

\*\*За матеріалами сайту [www.protourism.com.ua](http://www.protourism.com.ua)

А отже, готелі, що планується звести та реконструювати до чемпіонату (а це 143 нові готелі, у тому числі, 54 п'ятизіркових, 67 – чотирьохзіркових, 22 – тризіркових, а також 136 реконструйованих готелів) після масових заходів неминуче опиняться перед проблемою використання наявного номерного фонду. Для пом'якшення такої ситуації для забезпечення потреби в розміщенні футбольних болільників планується залучати реконструйовані студентські гуртожитки, які згодом використовуватимуться за призначенням, проте, це не вирішить проблему. В даній ситуації необхідно використати свій шанс і активізувати використання наявного туристичного потенціалу, поліпшувати умови для розвитку туризму, у тому числі, в'їзного, формувати позитивний імідж України, тим більше, що Україна планує і надалі розвивати туристичну сферу.

З метою підвищення рівня туристичного обслуговування, сприяння споживачам у свідомому виборі туристичних послуг, забезпечення рівних

можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг, забезпечення захисту прав і законних інтересів, життя, здоров'я та майна громадян, підвищення рівня екологічної безпеки об'єктам туристичної інфраструктури, у тому числі і готелям, на добровільних засадах присвоюються категорії якості та рівня обслуговування<sup>8</sup>.

На даний час в Україні нараховується 117 тризіркових, 64 чотиризіркових та 6 п'ятизіркових готелів<sup>9</sup> (табл. 4.4).

Таблиця 4.4

**Кількість 3, 4 та 5-зіркових готелів за регіонами України**

	3-зіркові готелі	4-зіркові готелі	5-зіркові готелі
Україна	117	64	6
АРК	21	10	-
Вінницька	3	-	-
Волинська	3	2	-
Дніпропетровська	5	2	-
Донецька	2	1	1
Житомирська	-	-	-
Закарпатська	4	6	-
Запорізька	3	-	-
Ів.-Франківська	3	-	-
Київська	3	1	-
Кіровоградська	2	-	-
Луганська	4	1	-
Львівська	16	13	1
Миколаївська	3	-	-
Одеська	6	10	1
Полтавська	2	1	-
Рівненська	-	-	-
Сумська	1	-	-
Тернопільська	3	-	-
Харківська	3	2	-
Херсонська	1	-	-
Хмельницька	3	3	-
Черкаська	3	-	-
Чернівецька	2	1	-
Чернігівська	-	1	-
м.Київ	13	10	3
м.Севастополь	8	-	-

<sup>8</sup> Закон України “Про туризм” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

<sup>9</sup> За даними сайту [www.hotelresort.com.ua](http://www.hotelresort.com.ua)

Найбільше готелів, яким присвоєно вищу категорію, знаходиться у визнаних туристичних регіонах України та столиці: тризіркових – у АР Крим, Львівській області та м. Київ, чотирихзіркових – у Львівській, Одеській областях, АР Крим та м.Київ. П'ятизіркові готелі - “Донбас-Палас” у Донецьку, “Отрада” у Одесі, “Ріксос-Прикарпаття” у Трускавці, “Опера”, “Прем’єр-Палас” і “Хаят-Рідженсі” у Києві.

Разом з тим, існуюча інфраструктура туризму ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів. У більшості готелів відсутні сучасні засоби зв'язку та комунікацій, конференц-зали з відповідною аудіовізуальною технікою та технічними засобами для синхронного перекладу. З 812 українських готелів лише 256 обладнані автостоянками, 581 – ресторанами, 235 – саунами, лазнями чи басейнами.

В Україні поширюється така важлива тенденція, як створення міжнародних готельних мереж, які дозволяють просувати на світовий туристичний ринок високі стандарти обслуговування. Вже створено першу національну мережу “Прем’єр Готелз”, до складу якої входять 6 готелів, що функціонують у Києві, Львові, Мукачеві, Одесі і Харкові. В умовах практично відсутньої конкуренції на ринок готельних послуг України намагаються увійти й міжнародні мережі “Хаят”, “Маріотт”, “Хілтон”, “Шератон” та інші.

Отже, стан готельної інфраструктури поки що не відповідає туристично-ресурсному потенціалу країни і вимагає поліпшення і приведення до міжнародних стандартів, інакше, за умови покращення інвестиційного клімату і активізації туристичної діяльності, вітчизняна готельна індустрія буде витіснена значно сильнішими конкурентами.

#### **4.3.2. Санаторно-курортні заклади**

В Україні діє розгалужена система санаторно-курортних закладів, представлена санаторіями і пансіонатами з лікуванням, санаторіями-

профілакторіями, будинками, пансіонатами і базами відпочинку, дитячими оздоровчими таборами (табл. 4.5).

Таблиця 4.5

**Санаторно-курортні заклади України, 2007 р.<sup>10</sup>**

Тип закладу	Кількість закладів, об'єктів	Кількість місць, тис	Чисельність оздоровлених, тис
Санаторії	471	131	1419
з них дитячих	171	33	274
Пансіонати з лікуванням	52	12	131
Санаторії-профілакторії	269	21	236
Будинки і пансіонати відпочинку	302	64	410
Бази та інші заклади відпочинку	1969	234	1273
Заклади 1-2 денного перебування	47	4	17
Дитячі оздоровчі табори	18363	226	2043,6
з них заміських	702	184	524,9

На дані заклади покладено 2 основні функції: організація реабілітаційного та профілактичного лікування і організація рекреаційного процесу, що, передусім, полягає у розміщенні та харчуванні туристів. За цією ознакою їх можна поділити на лікувальні та оздоровчі. В Україні переважають оздоровчі санаторно-курортні заклади.

Як правило, санаторно-курортні заклади розміщуються в районах, які мають природні лікувальні ресурси (сприятливий мікроклімат, чисте повітря, бальнеологічні та пелоїдні ресурси і т.ін.). Саме такі ресурси сконцентровані на приморських та гірських територіях. Цим пояснюється безперечне лідерство АР Крим (17,8 % українських санаторно-курортних та оздоровчих закладів<sup>11</sup>), Одеської (13,5%), Херсонської (7,5), Миколаївської (5,2), Львівської (4,0) областей. Значна кількість даних закладів розташована в індустріально

<sup>10</sup> Туризм в Україні [Текст]. – К.: Держкомстат, 2008. – 217 с.

<sup>11</sup> Не включаючи дитячих оздоровчих таборів.

розвинених регіонах: Донецькому (11,8%), Дніпропетровському (5,2), Запорізькому (6,4), які мають значний попит на рекреаційні послуги. Ці ж регіони, а також Київська, Миколаївська та Харківська області мали найбільшу кількість місць в закладах даного типу.

Захворювання системи кровообігу лікують у санаторіях Євпаторії, Ялти, Святогірська, Слов'янська, Ворзеля, Хмільника, а також інших санаторно-курортних закладах, найбільша кількість яких знаходиться в Одеській та Донецькій областях і АР Крим. Основними центрами реабілітаційного та профілактичного лікування нервової системи є Одеса, Куяльник, Святогірськ, Слов'янськ, Маріуполь, Бердянськ, Кирилівка, Ялта, Саки, Хмільник, Немирів, Пуща-Водиця. Для лікування захворювань органів травлення використовують мінеральні води Прикарпаття, Закарпаття, Приазов'я, Причорномор'я. Найвідоміші курорти знаходяться у Трускавці, Моршині, Миргороді, Куяльнику, Саках, Феодосії, Слов'янську, Полянні, Сваляві. На лікуванні захворювань органів дихання спеціалізуються санаторно-курортні заклади АР Крим, Івано-Франківської, Закарпатської, Одеської, Запорізької, Донецької та Київської областей. Захворювання опорно-рухового апарату лікуються з використанням мінеральних вод та грязей. Найвідомішими курортами цього профілю є Євпаторія і Саки, Хмільник, Миргород, Черче, Шкло, Немирів, Затока, Кваси [7].

Найбільш повно наявний фонд ліжко-місць використовується у Вінницькій, Львівській, Хмельницькій, Полтавській, Тернопільській та Закарпатській областях. Значно недовикористовують свій потенціал Чернігівщина, Херсонщина, Чернівецьщина, Миколаївщина.

Найбільша кількість дитячих оздоровчих таборів розташована в Одеській, Полтавській, Черкаській, Харківській та Донецькій областях, а за кількістю місць в даних закладах виділяються АР Крим, Донецька, Запорізька, Херсонська, Одеська області. На оздоровленні іноземних дітей спеціалізуються всесвітньо відомі "Артек", "Молода Гвардія" та багато інших таборів.

Санаторно-курортне господарство належить до привабливих сфер вкладення капіталу [8]. Україна знаходиться поблизу Чехії, Угорщини й Румунії, що лідирують за рівнем розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Європі. Таких результатів вони досягли завдяки наявності потужної бази курортно-рекреаційних ресурсів, високій якості обслуговування, давнім традиціям організації в'їзного лікувально-оздоровчого туризму, цінній політиці в сфері лікувально-оздоровчих послуг. Головні з цих складників успіху Україна вже має. Це багаті бальнеологічні, пелоїдні, сприятливі кліматичні ресурси, значний досвід реабілітаційного та профілактичного лікування захворювань системи кровообігу, нервової системи, органів травлення, дихання, опорно-рухового апарату та інших. А тому, поновивши матеріально-технічну базу санаторно-курортних закладів та інфраструктуру загального користування, вона може зайняти власне місце на міжнародному ринку.

#### **4.3.3. Ресторани й інші заклади харчування**

Значення ресторанів і закладів харчування у обслуговуванні іноземних туристів не обмежується забезпеченням природної потреби людини у харчуванні. Воно виконує ряд інших важливих функцій:

- гостинності – специфіка сфери ресторанних послуг дозволяє показати гостям прихильне до них ставлення за допомогою привабливого інтер'єру, вишуканого сервірування, продуманого меню, в якому враховуються харчові уподобання та заборони іноземних гостей, та до якого включаються національні страви країн, звідки вони прибули;
- економічну – як сектор туристичної індустрії, ресторанне господарство впливає загальний її розвиток, а також сприяє збільшенню валютних надходжень в економіку;
- комунікативну – ресторан, бар, кафе – вдалі місця для невимушеного спілкування в неофіційній атмосфері;

- організації дозвілля гостей – жива музика, що є неодмінним атрибутом ресторанів вищого та люкс класів, тематичні вечірки, великі монітори, що дозволяють слідкувати за спортивними подіями – це та інше допомагає відпочити;
- культурно-пізнавальну – особливості національних кухонь є об'єктом живого інтересу з боку туристів, навіть більше, національні кулінарні традиції самі можуть бути об'єктом туризму.

Про той факт, що ресторанне господарство – важлива сфера вітчизняної економіки, свідчить те, що у 2007 році в нього було інвестовано 357,9 млн. грн, причому, цей показник дедалі зростає.

Харчування іноземних туристів може організовуватися як у ресторані готелю, так і за його межами. В 2007 році в Україні нараховувалось 742 ресторани та закладів харчування, що були структурними підрозділами готелів та інших місць тимчасового проживання, причому, останні 7 років динаміка цього показника була позитивною, а сам він з 2000 року збільшився у 1,5 рази. Проте, нинішня економічна ситуація може поставити під загрозу позитивну динаміку, оскільки ресторани при готелях не є джерелом стабільного доходу, і, як доводить світова практика, змушені заощаджувати на всьому власники готелів воліють закрити або передавати їх в оренду.

Підприємства ресторанного господарства, що не є структурними підрозділами готелів (а на обслуговуванні іноземців, здебільшого спеціалізуються ресторани, бари та кафе), поділяються на мережеві, незалежні та демократичні.

*Мережеві* ресторани характеризуються уніфікованими концепцією, пропозицією, виробничими та сервісними технологіями. Міжнародні ресторани мережі дають туристам змогу почуватися як удома, бути впевненими в якості послуг, менш забезпеченим – заощадити на витратах, а організаторам турів за короткий час забезпечити харчування великої кількості людей. Такими є “McDonalds”, KFC та інші. Але даний варіант не може

забезпечити раціонального харчування, неприйнятний для тривалого забезпечення потреби у їжі, а для деяких категорій споживачів взагалі непридатний.

*Незалежні ресторани* характеризуються унікальністю, мають власну концепцію та неповторний імідж для споживачів, які віддають перевагу персональному обслуговуванню, зацікавлені у специфічних характеристиках місця розташування, меню, сервісу, інтер'єру і управління підприємством. Незалежні ресторани іноді спеціалізуються на приготуванні страв національних кухонь. Маючи високий рівень сервісу, оригінальне меню, такі ресторани ідеальні для обслуговування іноземних туристів і здатні задовольнити найвибагливіші вимоги. Проте, можуть виникнути проблеми з пошуком прийняттого варіанту, а послуги таких ресторанів можуть виявитися не по кишені менш заможним мандрівникам.

Останніми роками в ресторанному бізнесі формується традиція створення *демократичних ресторанів*. Їх концепція знаходиться на стику масових технологій мережевих ресторанів та якісної національної кухні, що потребує індивідуального підходу. Частина демократичних ресторанів об'єднана в мережі, у яких широко представлені національні кухні – українська (“Пузата хата”, “Здоровенькі були”, “Куркуль”), японська (“Якиторія”, “Планета Суші”), італійська (“Челентано”, “Патіо-Піца”), російська (“Млинці”, “Два гуся”), східна (“Східний експрес”), латиноамериканська (“Картопляна хата”) та ін. Вони порівняно недорогі, дають змогу організувати харчування впродовж тривалого часу великої кількості людей, досить затишні для проведення дозвілля, дають туристам змогу познайомитися з особливостями національних кухонь або не змінювати звичного раціону, але не забезпечують достатнього рівня індивідуалізації сервісу, особливої святкової та вишуканої обстановки.

Усі типи ресторанів широко представлені в Україні і дають змогу обирати варіанти в організації харчування іноземних туристів. У 2007 р. вітчизняна мережа закладів ресторанного господарства нараховувала 26159 об'єктів. Найбільше ресторанних закладів функціонувало у Львівській, Донецькій,



Харківській областях, АР Крим, м.Київ. Найменше – у Чернівецькій, Херсонській, Черкаській та Кіровоградській. За кількістю місць у рестораних закладах лідирували Донецька область, м.Київ, Харківська, Львівська та Дніпропетровська області. Найнижчі рейтинги мали Херсонщина, Чернівецьчина, Черкащина, Закарпаття, Миколаївщина. Найкраще забезпеченими місцями в закладах ресторанного господарства у розрахунку на 10 тис. населення виявилися Волинська, Сумська, Вінницька, Львівська, Тернопільська та Харківська області. Найгірше – Херсонська, Черкаська, Закарпатська, Луганська та Чернівецька.

#### **4.3.4. Розважальна інфраструктура**

На наданні послуг організації дозвілля спеціалізується ряд підприємств, установ і організацій, що належать до різних галузей соціальної інфраструктури: будинки та палаци культури, клуби, концертні організації, театри, кінотеатри, музеї, бібліотеки, виставкові центри, тематичні парки, зоопарки, казино, фітнес-центри та інші. Як правило, туристичним попитом з боку іноземців користуються послуги, споживання яких не пов'язано з необхідністю досконало знати мову приймаючої сторони. Тож у в'їзному туризмі найбільше значення мають тематичні парки, казино, виставкові центри та музеї.

Тематичні парки – порівняно нова концепція розважальних об'єктів, що динамічно розвивається. В основу роботи тематичного парку покладається захоплююча тема, якій підпорядковані усі вистави і атракціони, що пропонує парк [8]. Тематичні парки користуються величезною популярністю, у тому числі, й іноземних туристів, їх мережа інтенсивно розвивається, справа приносить значні прибутки і відноситься до перспективних напрямів розвитку індустрії дозвілля. Проте, в Україні немає жодного такого парку. Успіх цієї справи в світі говорить про доцільність створення подібних об'єктів, в основу

яких могла бути покладена ідея відтворення різних епох та періодів з історії України: трипільської культури, Давньої Русі, козацької доби тощо.

В Україні немає також жодного казино міжнародного класу, подібного казино Монте-Карло, Атлантик-Сіті чи Лас-Вегаса. Тим більше, що для того, щоб таке казино приваблювало іноземних туристів, це повинен бути цілий гральний комплекс з відповідною інфраструктурою, готелями, закладами ресторанного господарства. Сам гральний бізнес в Україні часто виявляється поза законом.

Таким чином, із закладів розважальної інфраструктури в Україні найбільше значення для розвитку туризму мають музеї як інституції, що зберігають, досліджують і популяризують предмети найрізноманітнішого призначення, виконуючи про цьому пізнавальну, розвиваючу та виховну функції.

В залежності від спеціалізації виділяють природничі, історичні, художні, архітектурні, літературні, музичні, театральні та інші музеї. Їх мережа широко представлена в Україні: тут функціонує 485 подібних закладів, кількість експонатів основного фонду яких становить 11,2 млн. одиниць. Найбільший інтерес для іноземців можуть становити історичні, художні, етнографічні та природничі музеї, які репрезентують довілля та культуру держави, яку вони відвідують. В Україні їх нараховується 223. Наймасовішими ж є краєзнавчі музеї (155 закладів), які, здебільшого, мають місцеве значення. Увагу іноземців приваблюють і нетрадиційні музеї, в яких зібрані унікальні колекції, якими є, скажімо, музей писанкового розпису у Коломиї, музей пошти у Ніжині чи музей однієї вулиці у Києві.

Найбільшу кількість музеїв мають м.Київ, Кіровоградська, Полтавська, Чернігівська та Харківська області. А найбагатші музейні фонди - м.Київ, Львівська область та АР Крим (табл. 4.6).

Таблиця 4.6

## Музеї України

	Усього музеїв	у тому числі				Кількість експонатів основного фонду, тис.	У тому числі занесених до Державного реєстру національного культурного надбання, од.
		історичних	природничих	художніх	етнографічних		
Україна	458	135	4	73	9	11242,7	85809
АРК	20	2	-	4	-	845,9	-
Вінницька	25	7	-	5	-	178,0	-
Волинська	10	6	-	-	-	181,1	50
Дніпропетровська	8	2	-	1	-	474,5	139
Донецька	23	10	-	4	-	368,3	-
Житомирська	7	1	1	1	-	142,7	6
Закарпатська	8	2	-	2	1	150,7	3
Запорізька	22	3	-	3	-	347,9	-
Ів.-Франківська	17	7	-	4	1	214,9	11629
Київська	18	7	-	3	-	465,9	-
Кіровоградська	29	13	-	3	-	176,4	63
Луганська	17	6	-	1	-	403,1	-
Львівська	17	4	1	2	2	1145,2	-
Миколаївська	3	-	-	2	-	175,1	-
Одеська	13	2	-	5	-	528,2	-
Полтавська	29	1	-	5	-	475,9	-
Рівненська	11	6	-	-	-	248,2	-
Сумська	13	-	-	2	-	176,9	10111
Тернопільська	18	-	-	3	2	405,1	-
Харківська	27	4	-	4	1	431,3	-
Херсонська	6	1	-	2	-	162,1	-
Хмельницька	18	11	-	1	-	244,5	-
Черкаська	26	12	-	2	-	345,8	8184
Чернівецька	4	1	-	1	1	130,1	28
Чернігівська	28	15	-	3	-	428,2	7144
м.Київ	37	11	1	9	1	2083,1	48350
м.Севастополь	4	1	1	1	-	312,5	102

Є особлива категорія музеїв-ансамблів, що створюються на основі пам'яток архітектури, їх інтер'єрів та навколишньої території. Особливо цінні з них мають статус музеїв-заповідників. В Україні таких об'єктів понад 50. Статус національних мають заповідники "Софія Київська" та Києво-Печерський історико-культурний заповідник, що увійшли також до об'єктів

всесвітньої спадщини, Шевченківський національний заповідник у Каневі, “Чигирин” у одноіменному місті Черкаської області, “Чернігів стародавній”, “Хортиця” у Запоріжжі, “Херсонес Таврійський” у Севастополі, “Давній Галич” у м.Галич Ів.-Франківської області.

Незважаючи на те, що музейна справа в Україні набула значного рівня розвитку, для неї характерна певна традиційність і навіть консервативність. У світі виникають і успішно функціонують нові типи музеїв: культурні центри, в яких культурно-просвітницька діяльність ведеться за допомогою творів мистецтва, книг, кіно, театру, аудіовізуальних програм, екскурсій та лекцій. Відвідувачі центрів можуть не лише ознайомитись з основною експозицією та тематичними виставками, але й мати у своєму розпорядженні книги, фільми, слайди, електронні видання та інші джерела, що допомагають знайти відповіді на різноманітні питання. До нових типів музеїв відносяться інтерактивні дитячі музеї з бібліотеками, лабораторіями, кінотеатрами, різноманітними колекціями, у яких відвідувачі є не лише спостерігачами, але й активними дослідниками, а також екомuzeї, присвячені людині та її природному та культурному оточенню. На жаль, в Україні таких музеїв поки що немає.

Одним із факторів розвитку ділового в'їзного туризму є розвиток виставкової діяльності, яка відіграє важливу роль у зміцненні міжнародних зв'язків, розвитку торгівлі, запровадженні нових технологій. У 2007 році в Україні було проведено 1077 виставкових заходів (з них 14% мали статус міжнародних), у тому числі, на базі 16 виставкових центрів, що діють в країні. За масштабами виставкової діяльності виділяється м.Київ, а також Одеська, Запорізька та Дніпропетровська області. Найбільш активно іноземними гостями відвідувались виставки та ярмарки, що проводились у м.Київ, Одеській, Львівській, Запорізькій та Донецькій областях. Актуальною проблемою організації виставок та ярмарків залишається забезпечення виставковими площами та покращення інфраструктури виставкових центрів, у тому числі, і туристичної.

#### 4.3.5. Роль транспортної інфраструктури в розвитку в'їзного туризму

Бурхливий розвиток транспортних засобів та шляхів сполучення в кінці XIX на початку XX століть поряд з іншими чинниками (науково-технічна революція, наслідками якої стала зміна якісного рівня продуктивних сил; урбанізація; збільшення вільного часу; загальне зростання культурного рівня населення) став потужним поштовхом для посилення міжнародної туристичної діяльності.

З розвитком туристичної сфери транспорт став невід'ємною її складовою. За участю у задоволенні туристичних потреб транспортні засоби відносяться до первинних, вторинних і третинних підприємств рекреаційного комплексу:

- *первинні* - транспортні підприємства, що беруть безпосередню участь в обслуговуванні туристів (в залежності від використовуваних транспортних засобів виділяють автомобільний, автобусний, мотоциклетний, авіаційний, залізничний, велосипедний, водний на гребних судах, водний на моторних судах, кінний види туризму);
- *вторинні* – транспортні підприємства, що виконують внутрішні (міські) та зовнішні пасажироперевезення, але не спеціалізуються на перевезенні туристів;
- *третинні* - транспортні підприємства, що обслуговують промисловість та сільськогосподарські підприємства і тим самим опосередковано залучені в обслуговування туристів [9].

Особливості техніко-економічних характеристик транспортних засобів та їх комфортність обумовили популярність певних видів транспорту на маршрутах різної протяжності. Так, поїздки від 5-10 до 500 км здійснюються за допомогою автомобільного транспорту. У поїздки від 500 до 1000 км туристи, здебільшого вирушають залізницею. Що ж до використання авіаційного транспорту, то на відстанях менше 500 км він просто нерентабельний і активно використовується у поїздках більше 1000 км.

Взаємодія транспортного комплексу з туристичним взаємовигідна. З одного боку, за даними Мінекономіки України, 80 - 90% доходу від

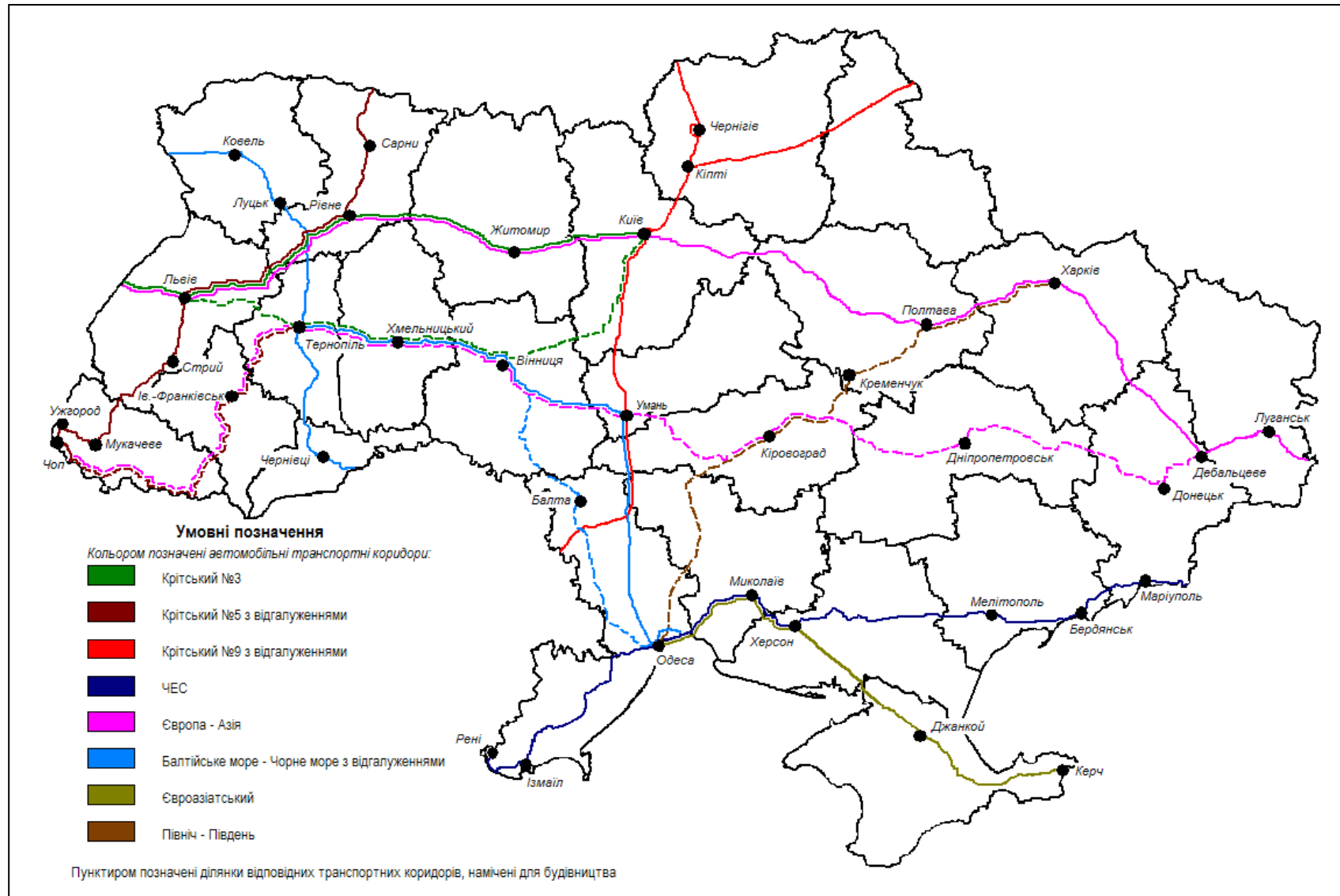
пасажирських перевезень на транспорті одержується від обслуговування туристів. З іншого - завдяки транспорту до туристичного користування залучаються периферійні ділянки рекреаційного простору [8]. А в умовах високого транзитного потенціалу, що має Україна, розвиток транспортної мережі міг би сприяти прискоренню інтеграції України в міжнародний економічний простір, а також збільшенню потоків іноземних туристів.

Україна займає вигідне транспортно-географічне положення. Через її територію здійснюється транспортний зв'язок країн СНД з країнами Центральної та Південної Європи, Близького Сходу та Африки. Крім того, налагоджені комунікації Західноєвропейських, Скандинавських та Балтійських країн з країнами Закавказзя, Центральної Азії, Далекого Сходу, Китаєм та Індією. У подальшому розвитку і укріпленні цих зв'язків зацікавлені всі учасники транспортно-комунікативних процесів. В зв'язку з цим в Європі та Азії ведеться створення системи транспортних коридорів, в якій українські магістралі відіграють важливу роль. Територією України проходять ділянки наступних міжнародних транспортних коридорів (рис. 4.13, 4.14):

- *крітський коридор N 3* – Берлін - Дрезден - Вроцлав - Львів - Київ;
- *крітський коридор N 5* – Трієст - Любляна - Будапешт (Братислава) - Львів - Рівне - Сарни - Мінськ;
- *крітський коридор N 7* – Дунайський (водний);
- *крітський коридор N 9* – Гельсінкі - Санкт-Петербург - Мінськ (Москва) - Київ - Кишинів (Одеса) - Димитровград – Александрополіс;
- *Балтійське море - Чорне море* – Гданськ - Варшава - Ковель – Одеса;
- *Європа - Азія* - Франкфурт - Краків - Львів - Дніпропетровськ - Алма-Ата (продовження коридорів N 3 і 5);
- *ЧЕС* – Анкара - Єреван - Тбілісі (Баку) - Ростов-на-Дону - Донецьк - Одеса (Кишинів) - Бухарест (Тірана) - Димитровград (Афіни) – Стамбул;
- *Євразійський* – Одеса - Тбілісі (Єреван) - Баку – Ашгабат;
- *Північ - Південь* – Харків - Полтава - Кіровоград – Одеса.



Рис. 4.13. Залізничні транспортні коридори, що проходять територію України



**Рис. 4.14. Автомобільні транспортні коридори, що проходять територією України**



Це мають бути швидкісні магістралі міжнародного класу. Їх створення повинно суттєво поліпшити транспортне обслуговування, сприяти соціально-економічному розвитку прилеглих територій і, разом з тим, відіграти значну роль у подальшому розвитку туризму. Планується вздовж транспортних коридорів, а особливо в місцях перетинання магістралей та поблизу великих населених пунктів, створити обслуговуючі комплекси, які б забезпечували ночівлю, відпочинок, технічне обслуговування подорожуючих. За даними уряду, безпосередньому впливу транспортних коридорів підлягають смуги територій завширшки 150 - 200 кілометрів [10]. А це, за умови будівництва намічених магістралей, практично вся територія України. Отже, реалізація цієї програми дозволила б прив'язати до транспортних магістралей до 90% туристичних об'єктів.

Сучасний же стан транспортної інфраструктури в Україні рядом експертів визнається незадовільним. Щоб не бути голослівними, порівняймо основні показники транспортної забезпеченості декількох європейських держав з українськими (табл.4.7)

Таблиця 4.7

### Порівняння транспортної забезпеченості деяких країн Європи

Країна	Площа, тис. км	Довжина автошляхів, тис. км	Щільність автошляхів, км/тис. км <sup>2</sup>	Довжина залізниць, тис. км	Щільність залізниць, км/тис. км <sup>2</sup>
Україна	603,7	169,4	280,6	21,7	35,9
Польща	312,6	424,0	1355,9	22,3	71,4
Франція	551,6	951,5	1749,1	29,2	53,7
Німеччина	357,0	644,5	1805,3	41,9	117,4
Іспанія	307,6	681,2	1349,5	15,3	30,3
Італія	301,2	487,7	1618,7	19,7	65,5

Порівнявши дані показники, можна визначити, що Україна має досить високий рівень забезпеченості залізницями (за цим показником вона входить в

першу десятку світу), хоча дещо відстає від Польщі, Франції і Німеччини. Рівень електрифікації залізниць теж досить високий. На жаль, щодо забезпеченості автомобільними дорогами Україна зовсім не вигідно відрізняється від даних країн: будучи трохи більшою за площею від Франції та Німеччини, Україна має, відповідно, у 5,6 та в 3,8 разів менше автодоріг. Якщо ж брати до уваги щільність автодоріг, то Україна залишається далеко позаду.

Докладно розглянемо кожен вид транспорту, що використовується в туристичних перевезеннях та забезпеченість країни магістралями для ефективного функціонування відповідних транспортних засобів.

**Автомобільний транспорт** - найбільш популярний в туристичних перевезеннях. Щорічно у міжнародному сполученні автомобільним транспортом перевозиться близько 2 млн. пасажирів. Таким він став завдяки своїй доступності широким верствам населення, універсальності застосування (у перевезеннях на далекі відстані, при організації трансферів, екскурсій), розвиненій мережі автомобільних комунікацій. Індивідуальні туристи при бажанні можуть орендувати легкові автомобілі для здійснення подорожі самостійно, але найчастіше в туристичних перевезеннях використовуються автобуси. Найбільш популярними в даних перевезеннях є спеціально обладнані імпортовані автобуси “Мерседес”, “Неоплан”, “Ікарус” та інші. В Україні є можливість налагодити на Львівському автобусному заводі серійне виробництво власних автобусів туристичного класу, розрахованих на тривалі подорожі, обладнані зручними кріслами з висувними столиками та підніжками, туалетом, кондиціонером, міні-баром, відеопрогравачем тощо. Разом з тим, поряд з іншими недоліками (тривале сидіння, закачування, неможливість отримати повноцінне харчування), автомобільному транспорту притаманний високий рівень аварійності.

Щодо забезпеченості України автотранспортними мережами, то, як мовилося вище, загальна довжина автодоріг в Україні становить близько 170 тис. км, у тому числі, з твердим покриттям – понад 97 %. Найбільшу довжину

автодоріг мають Харківська, Вінницька, Дніпропетровська, Полтавська та Житомирська області. Найменшу – Чернівецька, Закарпатська та Івано-Франківська. Найвищою щільністю автодоріг вирізняються Донецька, Луганська, Дніпропетровська, Львівська, Івано-Франківська, Київська області. Помітно меншими є ці показники на півночі України.

Із загальної довжини автодоріг загального користування 5% припадає на *міжнародні дороги*, що входять до Європейської мережі, 3% - на *національні* (обслуговують зв'язок столиці та адміністративних центрів областей, великих промислових і культурних центрів з міжнародними автодорогами та входять до складу національних транспортних коридорів), 4% - на *регіональні* (з'єднують столицю з обласними центрами, а також з'єднують основні міжнародні прикордонні пункти пропуску автомобільного транспорту, морські та авіаційні порти міжнародного значення, найважливіші об'єкти національного культурного надбання, курортні зони та великі промислові і культурні центри країни з магістральними дорогами)<sup>12</sup>. Разом довжина доріг державного значення становить 20,2 тис.км. Саме вони відіграють важливу роль у розвитку в'їзного туризму. Територію України перетинають такі міжнародні автомагістралі як Київ – Москва, Одеса – Київ – Санкт-Петербург, Москва – Харків – Сімферополь, Київ – Донецьк – Ростов, Київ – Львів – Польща, Київ – Одеса – Кишинів. Головними внутрішньодержавними магістралями є Київ – Одеса, Київ – Львів, Київ – Дніпропетровськ – Сімферополь, Київ – Харків, Київ – Донецьк.

Проте, ці дороги не відповідають європейським стандартам по багатьом критеріям: можливою швидкістю пересування, необхідною кількістю пунктів технічної та медичної допомоги, харчування та відпочинку, заправки паливом, телефонного зв'язку, туалетів. Лише 2,5 тис.км доріг державного значення побудовані за параметрами 1 категорії<sup>13</sup>, яка передбачає наявність 4 і більше

<sup>12</sup> За матеріалами сайту <http://uk.wikipedia.org/wiki/>

<sup>13</sup> За матеріалами сайту [www.ukravtodor.gov.ua](http://www.ukravtodor.gov.ua)

смуг руху та пересування на високій швидкості. Найбільше доріг 1 категорії в Київській області – 404 км, значно поступаються їй Дніпропетровська – 277 км, Донецька – 246 км, Житомирська – 232 км області. А деякі регіони практично не мають доріг такої якості: в Кіровоградській області їх довжина становить 1 км, в Сумській – 4 км, Чернівецькій – 16 км і Закарпатській – 17 км.

Українські швидкісні дороги благоустроєні лише 613 майданчиками стоянок і відпочинку, 91 криницею з питною водою та 304 туалетами.<sup>14</sup> 10,2% державних доріг мають чорне покриття, а 8,7% —цементобетонне. Крім того, 33% доріг державного значення не відповідають вимогам за міцністю, а 49% - за рівністю<sup>15</sup>

Для розвитку в'їзного туризму значення мають також *територіальні* та *районні* дороги. Вони з'єднують між собою обласні та районні центри, а також основні аеропорти, морські та річкові порти, залізничні вузли, курорти, об'єкти національного культурного надбання та природно-заповідного фонду, прикордонні автомобільні пункти пропуску міжнародного та міждержавного значення. Їх довжина становить, відповідно, 30,6 тис.км (18% довжини усіх автодоріг України) та 86 тис. км (50,6% українських автодоріг). Їх стан теж залишає бажати кращого.

У першу чергу, така ситуація пояснюється браком фінансових коштів, що виділяються на будівництво, ремонт та утримання автодоріг. Так, у 2007 році обсяг видатків з державного та місцевого бюджетів на утримання автомобільних доріг становив 5,56 млрд. грн., або лише 35% від потреби. За підрахунками Уряду в Україні на утримання 1 км<sup>2</sup> автодороги витрачається 5 тис. дол. США, тоді як у Росії – 12,2<sup>16</sup>.

Разом з тим, в Україні розпочалося будівництво внутрішньодержавних доріг високої якості. Здано в експлуатацію першу чергу сучасної автомагістралі

---

<sup>14</sup> Туризм в Україні [Текст]. – К.: Держкомстат, 2008.

<sup>15</sup> Огляд Державної програми розвитку дорожнього сектору України [Текст]. – К.: Державна служба автодоріг України. – 2006.

<sup>16</sup> За матеріалами сайту [www.rbc.ua/ukr/newsline/2008/07/01/](http://www.rbc.ua/ukr/newsline/2008/07/01/)

Київ – Одеса, реконструюється ряд автомагістралей, що входять до складу транспортних коридорів, що, безперечно, сприятиме розвитку в'їзного туризму.

Головним конкурентом автомобільного транспорту в групових перевезеннях є **залізничний транспорт**. Він же лідирує за перевезеннями іноземних туристів. Перевагою залізничного транспорту над іншими його видами є те, що він майже не залежить від погодних умов, на послуги встановлено більш низькі тарифи, пасажир може обирати клас вагону, існує розгалужена система знижок. В дорозі немає необхідності весь час сидіти, можна організувати повноцінне харчування у вагоні-ресторані. Залізничний транспорт більш безпечний порівняно з автомобільним.

Загальна довжина магістральних залізниць України становить 22,8 тис. км, причому, за останні 25 років цей показник практично не змінився. Середня щільність залізниць складає 37,7 км/тис. км<sup>2</sup>. Найвищою вона є в Донецькій, Луганській, Київській, Львівській, Тернопільській областях, найнижчою – у Рівненській, Чернігівській, Херсонській. В Україні електрифіковано 37 % колій, а 35 % доріг є двохколійними. Загальна довжина міжнародних залізничних коридорів, що проходять територією України, становить 3162 км, з них 92,3 % двохколійні, 77,3 % - електрифіковані.

Найважливішими залізничними магістралями України є: Київ – Москва, Москва – Харків – Севастополь, Харків – Донецьк – Ростов, Донбас – Кривий Ріг, Київ – Сімферополь, Київ – Харків, Київ – Одеса, Одеса – Львів, Київ – Львів – Чоп, Київ – Ковель – Брест. Найбільш напруженими за обсягами перевезення пасажирів та вантажів є залізниці Донбас – Кривий Ріг, Київ – Фастів – Козятин, Жмеринка – Львів, Львів – Чоп, Донбас – Харків.

В організаційному плані залізничні магістралі України розподілені між шістьма залізницями – Південно-Західною з центром у Києві, Південною – центром є Харків, Придніпровською (Дніпропетровськ), Одеською (Одеса), Донецькою (Донецьк) та Львівською (Львів).

Як вже мовилось, залізницею користуються туристи, що вирушають у путь від 500 до 1000 км. Тобто в зону впливу потрапляють центральноевропейська частина Росії, Білорусь, Прибалтійські країни, Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина, Румунія, Сербія, Болгарія, Молдова. Більшість з них – країни, з якими ведеться активний туристичний обмін. Проте, перешкодою більш інтенсивного використання залізниці у туристичному обміні з країнами Східної Європи є неоднакова ширина залізничної колії в Україні та в європейських країнах (1520 та 1435 мм відповідно). На західних кордонах країни функціонує 14 спеціально обладнаних станцій та 8 пунктів перестановки вагонів на колеса західноєвропейського зразка. Ця процедура подовжує час перебування в дорозі, що іноді стає основною причиною відмови від використання залізничного транспорту в поїзді.

Ще однією проблемою українських залізниць є старіння основних фондів. Так, загальний ступінь зносу основних фондів залізниці становить 56%, у тому числі, рухомого складу – 68%. Значна частина колій змонтована на дерев'яних шпалах, що вже прийшли в непридатність. Негайного ремонту потребують 30% колій.

Модернізація залізничної транспортної мережі передбачає збереження і реконструкцію існуючої та будівництво нової залізничної мережі з можливою швидкістю руху до 300 км/год. Такі магістралі спеціалізуються на пасажирських перевезеннях, у тому числі, міжнародних. Дві такі магістралі вже діють. Першу швидкісну лінію Київ – Харків було уведено в експлуатацію у 2002 р., а другу – Київ – Дніпропетровськ – у 2003 р. Загальна протяжність швидкісних залізничних ділянок становить на сьогодні 1028 км. Поступово модернізуються інфраструктурні об'єкти залізниці: залізничні станції, вокзали, готелі, пункти зв'язку та інші.

**Авіаційний** транспорт відіграє важливу роль у здійсненні міжнародного сполучення України, особливо на заході, сході та півдні. Щорічно зростають обсяги міжнародних пасажироперевезень, здійснених авіаційним транспортом.

Якщо в 2000 році кількість пасажирів, що користувались послугами цього виду транспорту, не перевищувала 900 тис., то в 2007 р. сягнула рівня 3,9 млн. пасажирів на рік. Специфіка цього виду транспорту (швидкість, комфортність тощо) зумовлює інтенсивний подальший його розвиток.

Середня відстань перевезень авіаційного транспорту становить 1,5 тис. км. Для повітряних перевезень України характерна велика, порівняно з іншими видами транспорту, сезонна нерівномірність: їхній обсяг зростає, починаючи з квітня й до серпня включно.

В Україні нараховується 1,5 тис. повітряних суден, які належать близько 110 авіакомпаніям. Літаки українських авіакомпаній здійснюють польоти до 36 країн світу за 105 маршрутами. 35 іноземних авіакомпаній здійснюють щотижнево 128 міжнародних регулярних рейсів у 9 міст України. В Україні функціонує 36 аеропортів, у 17 з яких є пункти міжнародного пропуску.

Найбільша кількість пасажирів відправляється аеропортами м. Києва (Бориспіль, Жуляни), Одеси, Львова, Сімферополя, Донецька, Харкова, Дніпропетровська. Київ лідирує в міжнародних пасажирських перевезеннях. Місто з'єднується десятками повітряних маршрутів з аеропортами країн Західної Європи й Близького Сходу. Регулярне міжнародне пряме авіасполучення налагоджене з м. Амстердамом, Барселоною, Берліном, Брюсселем, Віднем, Лондоном, Мадридом, Манчестером, Москвою, Мюнхеном, Парижем, Римом, Франкфуртом-на-Майні, Цюрихом та іншими. Найбільший обмін пасажирями здійснюється з Франкфуртом, Дюссельдорфом, Віднем, Лондоном, Тель-Авівом. Кількість прямих міжнародних авіаліній постійно зростає.

У весняно-літній період з метою забезпечення транспортного обслуговування додаткового потоку іноземних туристів в Україну здійснюється чартерне сполучення з Великобританією, Іспанією, Італією, країнами Скандинавії, Францією, ФРН.

Основними проблемами повітряного транспорту в Україні в контексті розвитку в'їзного туризму є застарілий парк літаків, невідповідність технічних можливостей аеропортів України сучасним міжнародним вимогам, розвиток інфраструктурних об'єктів, необхідність розширення географії міжнародних авіап перевезень в умовах жорсткої конкуренції з провідними авіакомпаніями світу.

Перевагами водних видів транспорту (морського, річкового) у обслуговуванні туристичних перевезень є: значна місткість суден, можливість організації повноцінного харчування і відпочинку туристів, високий рівень комфорту, можливість реалізації різних видів і цілей туризму (пізнавальний, навчальний, бізнес-туризм та ін.). Популярності водних видів транспорту у туристичних перевезеннях сприяє також той факт, що поблизу великих водних магістралей і зручних бухт зосереджений значний соціально-культурний рекреаційний потенціал. Це закладає передумови розвитку круїзного туризму, коли транспортний засіб стає одночасно місцем розміщення, харчування і розваг.

Недоліками водного виду транспорту як такого є висока залежність від сезону, невисока швидкість пересування, хитавиця, високі тарифи, тривале обмеження життєвого простору туристів межами судна. В Україні до них додаються застаріла матеріально-технічна база, значний ступінь фізичного та морального зносу суден. Це стримує розвиток даних видів транспорту.

Річковий транспорт не набув у країні значного поширення. Він посідає одне з останніх місць в Україні за пасажирообігом. Загальна довжина судноплавних річкових шляхів за останні роки скоротилася і становить лише 2175 км. Судноплавними в Україні є Дніпро, Дунай, Десна, Прип'ять, окремі ділянки Дністра і Південного Бугу, незначна частина Сіверського Дінця, Горині, Самари, Інгульця та деяких інших річок.

Хоча найбільшими річковими портами країни є Київ, Кременчук, Дніпропетровськ, Запоріжжя, Нікополь, Херсон, Ізмаїл, Рені, міжнародні



перевезення пасажирів за допомогою річкового транспорту здійснюються лише в Одеській області (трохи більше 20 тис. осіб на рік) та в м.Київ.

Найбільшими морськими портами України є Одеса, Іллічівськ, Південний, Херсон, Керч, Маріуполь. Організаційно вони розділені між трьома пароплавствами – Чорноморським, Азовським та Українським Дунайським.

Міжнародні пасажирські перевезення за допомогою морських суден, а це від 300 до 500 тис. осіб на рік, здійснюються в АР Крим, Запорізькій, Миколаївській та Одеській областях, містах Севастополь та Київ. По Дунаю підтримуються економічні стосунки з країнами Східної і Центральної Європи. Діють поромні переправи Іллічівськ – Варна, Іллічівськ – Поті, Одеса – Хайфа. Через канал Дунай – Майн – Рейн Україна має вихід до Північного моря. Цю можливість треба використати для розвитку річкового круїзного туризму в Україні.

**Екологічні проблеми, пов'язані з транспортом.** Але говорячи про транспорт, не можна не згадати про його шкідливу дію на навколишнє середовище – один з основних ресурсів розвитку туризму. У вихлопних газах двигунів внутрішнього згорання містяться такі забруднюючі компоненти, як оксид вуглецю, оксиди азоту, вуглеводні, в тому числі, канцерогенний бензапірен, альдегіди (акролеїни, формальдегід), сірчистий газ. Окрім того, виділяються продукти, що містять свинець, хлор, бром і фосфор. Дизельні двигуни є „постачальниками” значної кількості сажі. Так, в 2007 р. в Україні пересувними джерелами забруднення було викинуто 2566,7 тис. т, або 4,25 т/км<sup>2</sup> токсичних речовин. Стан транспортних засобів з точки зору впливу на навколишнє середовище й досі залишається незадовільним. Авіаційний транспорт негативно впливає на озоновий шар атмосфери. При його використанні постають проблеми авіаційного шуму, викидів у атмосферне повітря, а також негараздів у районах розташування аеропортів, пов'язаних з акустичним дискомфортом і джерелами іонізуючого і неіонізуючого випромінювання. Підраховано, що один легковий автомобіль щорічно поглинає

4 т кисню, викидає 800 кг оксиду вуглецю, 40 кг оксидів азоту, 200 кг вуглеводнів. Не слід забувати про шумове забруднення. Відомо, що шум дорожнього руху на позначених автострадах становить 90 дБ. Пристосовуючись до сильного шуму, організм людини витрачає велику кількість енергії, перенапружується нервова система, виникає втома, нервові і психічні розлади. У разі наявності постійного шумового фону 70 дБ виникають розлади ендокринної та нервової систем, погіршується слух.

Така ситуація неприйнятна для розвитку рекреаційної діяльності, особливо такий стан речей загрожує існуванню таких видів туризму як екологічний та сільський зелений, що починають користуватися популярністю серед іноземців.

Окрім того, з розвитком транспорту, будівництвом нових шляхів сполучення, поглинаються перспективні для розвитку туризму території, відбувається відчуження земель.

Вищевказані факти виявляють складний і суперечливий характер взаємодії транспорту та туризму. З одного боку, розвиток транспорту є запорукою інтенсивного туристичного освоєння і використання території, з іншого - завдає шкоди основному її ресурсу - навколишньому середовищу, і робить неможливим сталий розвиток рекреаційної сфери. Впливом транспорту на навколишнє середовище в контексті сталого розвитку туризму занепокоєна світова спільнота. Так, Генеральний секретар ООН на сесії Комісії зі сталого розвитку, що відбулась у 1999 р. в Нью-Йорку, в доповіді „Туризм і сталий розвиток” зазначив: „...задачею національних урядів є приділення особливої уваги... негативним екологічним наслідкам дорожнього та повітряного руху і прийняття заходів по забезпеченню того, щоб розвиток туризму спирався на використання екологічно раціональних видів транспорту.” Цей аспект не повинен залишатися поза увагою при організації в’їзного туризму.

#### 4.4. Туристичний імідж України

В сучасних умовах зростання туристичного інтересу до різних країн і народів, імідж країни відноситься до найважливіших факторів, що впливають на вибір іноземними туристами місць відпочинку. Основним питаннями, що турбують туристів в процесі визначення з країною подорожі, є як ті, що можна віднести до загального іміджу держави (культурний рівень, екологічна ситуація, криміногенна обстановка, національна та релігійна толерантність, політична та економічна стабільність), так і ті, що стосуються розвитку туристичної індустрії (наявність туристичних ресурсів та комфортність відпочинку, відповідність рівня сервісу рівню цін, безпека подорожі, цілість багажу і таке інше). Загальний імідж країни значно впливає на формування туристичного іміджу. Хоча трапляються випадки, коли саме туристичний імідж стає для країни визначальним, оскільки країна стає відомою світові через туризм. Так, наприклад, маючи безліч проблем у політичній, економічній, соціальній сферах, Єгипет, Туреччина, Таїланд та інші країни змогли сформувати позитивний туристичний імідж в очах іноземних туристів.

У більшості випадків рішення про поїздку залежить не від того, що потенційний турист володіє вичерпною інформацією про країну, а від сформованих стереотипів, інформації в засобах масової інформації, відзвітів інших туристів. Іноді вони можуть не відповідати дійсності. В таких умовах погана репутація або відсутність такої можуть звести нанівець зусилля щодо розвитку в'їзного туризму в країні. Таким чином, імідж та репутацію держави необхідно розглядати як необхідні складові її стратегічного надбання.

Це як торгова марка, бренд, якому або довіряють, або ні. Недарма останнім часом у вивченні проблем іміджу країн та практичному застосуванні отриманих результатів використовуються маркетингові технології, а сам напрям називається державний брендінг або брендінг країн. ***Брендінг країн – це цілеспрямований процес створення та постійного поширення за допомогою іноземних засобів масової інформації бренду країни. Бренд країни – це***

**комплекс думок, почуттів, асоціацій та уявлень, які виникають у людини, коли вона чує або бачить назву певної країни.** На формуванні бренду країни найбільше позначаються її впливовість у світі, соціально-економічне та політичне становище, рівень культури, інтелектуальна власність, спортивні досягнення тощо.

Більш детальне знайомство з уявленнями, що мають іноземці про Україну, дає невтішний результат. Як показало дослідження міжнародного іміджу України, проведене на основі аналізу публікацій та повідомлень впливових іноземних ЗМІ спеціалістами Українського центру економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова [11], сьогоденні уявлення про неї є досить поверховими, фрагментарними і переважно негативними.

Із країн далекого зарубіжжя більш-менш регулярно повідомлення про Україну з'являються в американських, канадських та західноєвропейських виданнях. Уявлення жителів цих держав про нашу країну формується на основі інформації про корупцію, нелегальних мігрантів, Чорнобильську проблему, співробітництво з НАТО, миротворчу діяльність, про вади української демократії, голодомор 1932-33 рр., складні взаємовідносини з Росією, значний нереалізований потенціал української науки, незахищеність прав інтелектуальної власності, а також на основі необґрунтованих звинувачень України в постачанні зброї в "гарячі точки". Іноземні бізнесмени небезпідставно вважають Україну державою з нестабільним політичним та економічним становищем, несприятливим інвестиційним кліматом, сприймають нас як ненадійного партнера на основі періодично виникаючих проблем з транзитом російського газу, приватизацією та реприватизацією підприємств, квотами на вивезення сільськогосподарської продукції та митними зборами на ввезення товарів, що постійно змінюються. Переважно негативно становище України оцінюється провідними міжнародними організаціями та міжнародними фінансовими інституціями. Думка ж про репутацію України як туристичної держави практично несформована.

Донедавна назва “Україна” багатьом пересічним громадянам країн далекого зарубіжжя була або взагалі незнайома, або ідентифікувалась через назву “Росія”, або асоціювалась з Чорнобилем, Андрієм Шевченком та братами Кличками. Події політичного та культурного життя (мається на увазі Помаранчева революція та “Євробачення” 2004, 2005), домагання українського президента визнати голодомор 1932-33 рр. геноцидом, привернули до України увагу, зробили її більш відомою у світі. Проте, нестабільна економічна і політична ситуація продовжують робити свій внесок у формування здебільшого негативного іміджу України.

В очах наших сусідів Україна виглядає значно привабливіше, хоча і вони не оминають увагою рівень корупції в країні, проблеми нелегальних мігрантів, ненадійність України як ділового партнера.

Проблематичним є формування позитивного іміджу України в очах росіян. Російські публікації, присвячені Україні, відбивають усю складність україно-російських взаємин. У більшості статей у російських ЗМІ Україна постає як держава політично й економічно залежна від Росії, проте із великими амбіціями<sup>17</sup>.

Російськими ЗМІ формується переважно непривабливий туристичний імідж України. Пов'язано це з інформаційними методами конкурентної боротьби за споживача туристичних послуг. Росіян, що здебільшого мають уявлення про туристичний потенціал України, зокрема АР Крим, і охоче проводять свої відпустки біля Чорного моря, періодично залякують страйками кримських татар, несприятливою епідеміологічною та екологічною ситуацією, економічними та соціальними проблемами, нетолерантністю місцевого населення до росіян, напруженою криміногенною обстановкою і т. ін. У більшості випадків інформація є безпідставною і пов'язаною з недобросовісною конкуренцією.

---

<sup>17</sup> Ольга Зубик. Імідж України: погляд із-за меж [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://experts.in.ua/baza/analytic/index.php>

Отже, імідж України як туристичної держави є швидше негативним. Він оцінюється за реальним станом речей, а не за її багатим потенціалом. Неспроможність держави належним чином розпорядитися останнім лише погіршує її репутацію.

Позитивний туристичний імідж можливо сформувати лише шляхом покращення загального іміджу держави. Для цього необхідно задіяти весь іміджевий потенціал нашої України, провадити продуману державну інформаційну політику, адже одним із важливих джерел інформації для зарубіжних ЗМІ виступають вітчизняні публікації, які іноді з тих чи інших причин не відповідають дійсності. Маючи на меті власні політичні або економічні цілі, вітчизняні бізнесмени, політики і журналісти випускають в інформаційний простір скандальні відомості, зовсім не думаючи, яким чином це може позначитися на іміджу країни, у тому числі, туристичному, в очах зарубіжної спільноти. Так, нещодавній скандал навколо дитячого оздоровчого центру “Артек” завдав нищівного удару по репутації цього закладу і зашкодив Україні в очах туристів як з близького, так і далекого зарубіжжя.

Важливою у цій справі є чітко спланована брендінгова кампанія, непогані умови для старту якої створює проведення в країні міжнародних масових спортивних та культурних заходів. Але передусім необхідно створити реальні підстави для створення туристичного бренду України шляхом зміцнення рекреаційно-ресурсного потенціалу та матеріально-технічної бази індустрії туризму, поліпшення інфраструктури загального користування та створення високоякісного конкурентоспроможного турпродукту.



### **Контрольні запитання і практичні завдання**

1. Розкрийте сутність поняття “туристичний потенціал території” та його значення для розвитку туризму.
2. Які особливості необхідно враховувати при оцінці туристичного потенціалу території для потреб в’їзного туризму?
3. Опишіть рекреаційно-ресурсний потенціал розвитку в’їзного туризму будь-якого з туристичних районів України.

4. На контурній карті України позначте населені пункти, в яких або поблизу яких знаходяться визначні замки, фортеці та палацово-паркові комплекси.
5. Розкрийте сутність поняття “туристична інфраструктура”, у чому її особливість?
6. Охарактеризуйте розвиток мережі закладів розміщення в Україні.
7. Користуючись нижченаведеними даними, побудуйте графік зміни кількості закладів розміщення готельного типу з 2000 по 2007 рр. Зробіть висновки щодо тенденцій розвитку готельного господарства.

Таблиця

## Кількість закладів розміщення готельного типу в Україні

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
1308	1258	1254	1218	1192	1232	1269	1420

8. Дайте характеристику розвитку мережі санаторно-курортних закладів України.
9. Користуючись даними таблиці 4.5, побудуйте колову діаграму, в якій відобразить частку різних типів санаторно-курортних закладів у їх загальній кількості. Зробіть висновки щодо структури санаторно-курортних закладів України.
10. Охарактеризуйте стан та тенденції розвитку сектору харчування туристичної індустрії України.
11. За даними таблиці здійсніть групування регіонів України за рівнем забезпеченості місцями в закладах ресторанного господарства (найбільш забезпечені, забезпечені, найменш забезпечені). Отримані результати оформіть у вигляді відповідної картосхеми.

Таблиця

## Забезпеченість регіонів місцями в закладах ресторанного господарства, у розрахунку на 10 тис. населення

Регіон	Кількість місць	Регіон	Кількість місць	Регіон	Кількість місць
Україна	361	Ів.-Франківська	298	Тернопільська	455
АРК	387	Київська	375	Харківська	430
області		Кіровоградська	365	Херсонська	219
Вінницька	542	Луганська	277	Хмельницька	284
Волинська	623	Львівська	458	Черкаська	234
Дніпропетровська	316	Миколаївська	279	Чернівецька	277
Донецька	329	Одеська	281	Чернігівська	340
Житомирська	375	Полтавська	287	міста	
Закарпатська	265	Рівненська	391	м.Київ	490
Запорізька	264	Сумська	548	м.Севастополь	328

12. Назвіть визначні музеї України. Чим вони відомі?
13. Користуючись даними рисунків 4.1 – 4.10 та 4.13 – 4.14, на контурну карту нанесіть основні транспортні коридори та населені пункти з високим рівнем туристичного потенціалу, оцініть їх віддаленість від міжнародних магістралей.
14. Які заходи, на вашу думку, необхідно вжити для покращення туристичного іміджу України?



### Рекомендована література

1. Руденко В.П. Довідник з географії природно-рекреаційного потенціалу України [Текст] / В.П.Руденко. – К.: Вища школа, 1993.
2. Івченко А.С. Вся Україна: Путівник [Текст] / А.С.Івченко. – К.: ДНВП “Картографія”, 2006. – 656 с.
3. Панкова Е.В. Туристичне краєзнавство [Текст] / Е.В.Панкова. – К.: Альтерпрес, 2003. – 351 с.
4. Україна: Туристична карта [Карта]. – К.: ДНВП “Картографія”, 2007.
5. Географічна енциклопедія України [Текст]: у 3-х тт. / Редкол: О.М.Маринич, Є.І.Стеценко та ін. - К.: Українська Радянська Енциклопедія ім. М.П.Бажана, 1990.
6. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України [Текст] / О.О.Бейдик. – К.: КНУ ім. Шевченка, 2001. – 395 с.
7. Масляк П.О. Рекреаційна географія: Навч. посіб. [Текст] / П.О.Масляк. – К.: Знання, 2008. – 343 с.
8. Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму [Текст] / І.В.Смаль. – Ніжин: Вид-во НДПУ імені Миколи Гоголя, 2004. – 264 с.
9. Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география [Текст] / Н.С.Мироненко, И.Т.Твердохлебов. – М.: Изд-во МГУ, 1981. – 208 с.
10. Концепція створення та функціонування національної мережі міжнародних транспортних коридорів в Україні. – Затверджено Постановою КМУ від 4 серпня 1997 р. № 821 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.zakon.gov.ua](http://www.zakon.gov.ua)
11. Міжнародний імідж України: міфи і реалії [Електронний ресурс]. – Режим доступу [http://razumkov.org.ua/additional/analitical\\_report\\_NSP3\\_ukr.pdf](http://razumkov.org.ua/additional/analitical_report_NSP3_ukr.pdf)



## Розділ V

# ІНФОРМАЦІЙНО-ЛОГІСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ



*Що таке інформація?*

*Що таке інформаційне забезпечення?*

*Які переваги первинної інформації?*

*Які основні джерела вторинної інформації?*

*Що таке рух?*

*Які параметри чотирьохвимірного простору вам відомі?*

### 5.1. Інформаційні технології в туризмі

Створення нових інформаційних технологій має велике значення для розвитку суспільства. Вони активно перетворюють інші технології матеріального і нематеріального виробництва, в кінцевому підсумку формуючи новий стиль роботи, спосіб життя в цілому. *Суть інформаційних технологій становлять методи і засоби формування та підтримки інформаційних потоків у системах управління об'єктами, у тому числі, підприємствами сфери туризму.*

Туристична діяльність і інформація нероздільні. Рішення про поїздку приймається, як правило, на основі інформації. Тур в момент купівлі – теж інформація. Для успішної діяльності туристичної фірми необхідно використовувати постійний потік правдивої і своєчасної інформації для прийняття важливих управлінських рішень з метою досягнення очікуваного кінцевого результату – отримання прибутку. У зв'язку з тим, що інформацією учасники туристського ринку обмінюються протягом дня, виникає необхідність у вмінні збирати, опрацьовувати її. Тому розвиток інформаційних технологій (ІТ) в туризмі має бути першочерговим, на чому і акцентовано увагу у даному розділі підручника.

Глобалізація суспільних процесів, активна інтеграція України у світову економічну систему зумовлює появу потреби використання прогресивних інформаційних систем та телекомунікаційних технологій в її інноваційному розвитку. Внаслідок входження України до світової мережі інформаційних комунікацій поступово вдосконалюються умови функціонування інформаційних систем, зокрема, розроблена державна програма інформатизації, формується нормативно-правова база, збільшується кількість підприємств інформаційної інфраструктури, поліпшується якість каналів зв'язку, урізноманітнюються технічні засоби та інформаційні технології активізації інформаційних систем.

В Україні інформаційні системи, у тому числі, у формі електронних комунікацій, є новим засобом організації туристичної сфери, тому вітчизняними науковцями вони досліджені недостатньо. Разом з тим, неспростовним фактом є те, що в нинішніх умовах використання інформаційних технологій у сфері туристичних послуг є необхідною умовою успішного просування туристичного продукту на національний та міжнародний ринок послуг. Сфера туризму вимагає застосування систем, які за найкоротший проміжок часу можуть надати відомості про доступність транспортних засобів, забезпечити швидке резервування, вирішення ряду питань в момент надання туристичних послуг. Особливо актуальним це є для операторів, що працюють у сфері в'їзного туризму, а отже, мають справу з туристичними агенціями країн, в яких поширення інформаційних технологій має тривалу історію і на даний момент розвивається більш значними темпами.

Індустрія туризму ідеально пристосована для впровадження сучасних ІТ, тому за останні десятиліття зазнала значного впливу науково-технічного прогресу. Система ІТ у туризмі охоплює інформаційні системи менеджменту, глобальні системи бронювання, мультимедіа, інтегровані комунікаційні мережі.

Серед найважливіших досягнень сфери туризму стала її *комп'ютеризація*. Персональний комп'ютер та мережа Інтернет дали змогу

створювати загальнодоступну, надзвичайно інформаційно містку, та, порівняно з іншими інформаційно-технологічними системами, дешеву й швидко інформаційну інфраструктуру, їх доступність та надійність сприяли входженню у всі сфери суспільства нових інформаційних технологій, які повною мірою забезпечили ріст продуктивності у сфері послуг.

Завдяки використанню ресурсів персонального комп'ютера та каналів зв'язку було дано перший поштовх до всесвітньої інтеграції баз даних та внутрішніх систем бронювання. На ринку туристичних послуг почали з'являтися глобальні дистриб'юторські системи - SABRE, GALILEO, GABRIEL, AMADEUS та інші, які пропонували турагентствам можливість бронювання та доступ до баз даних постачальників туристичних послуг по всьому світу. З появою та поширенням Інтернету, підвищенням комп'ютерної грамотності необхідність в установці спеціального обладнання та навчанні співробітників турагентств, що гальмувала розвиток даних систем, відпала, з'явилась можливість виходу на кінцевого споживача.

Удосконалювалося і програмне забезпечення взаємодії між туроператором та турагентом: від роботи в системі офф-лайн, в якій Інтернетом користуються лише для передачі заздалегідь заповнених заявок по електронній пошті, до роботи в режимі реального часу, коли заявки, оформлені та збережені в програмному забезпеченні турагента, автоматично потрапляють в базу даних туроператора. У випадках, коли використовується система он-лайн бронювання, після відправки заявки турагент може одразу прослідкувати її стан. Така система зручна для зв'язку туристичних підприємств, що знаходяться в різних часових поясах, економить час та ресурси турагента.

Крім глобальних дистриб'юторських систем, отримати інформацію про послуги готелів, забронювати номери можна за допомогою *публічних інформаційних порталів та власних сторінок в Інтернеті*. Інформаційні портали надають широкий спектр інформації про туристичні фірми, агентства, можливість вибору та замовлення туру, створюють належні умови для того,

щоб ознайомитися з новинами туризму, описом курортів, країн, отримати значний обсяг корисної інформації про особливості подорожі та інше. Спеціалізовані web-сторінки містять інформацію про туристичні послуги, оформлення й відправлення замовлень, оформлення документів у режимі онлайн для розрахунків традиційним шляхом з використанням стандартних засобів.

Однією з новітніх технологій є використання *електронного довідника-каталогу*, до функцій якого входить вибір туристичного продукту, автоматизованих агентств, оформлення замовлення. Висока ефективність каталогу зумовлена надзвичайно високим обсягом інформації на web-сторінках, яку презентують різними мультимедійними методами з використанням тексту, фото, звуку, відео та інших засобів. Реклама в Інтернеті доступна без обмеження в будь-який час доби широкому колу споживачів.

Інформаційно-технічна революція, яка відбулась в суспільстві, змінила характер та методи ведення бізнесу. Інформаційні системи розглядають як необхідний засіб забезпечення технологічного процесу, моделювання, моніторингу і прогнозування екологічних, економічних та інноваційних процесів на підприємствах туристичної галузі. Ефективне автоматизоване інформаційне і технологічне управління – це ключова ланка в підвищенні економічної ефективності і поліпшенні якості послуг. Тому для швидкого і безпомилкового контролю, повноцінного аналізу існуючої ситуації, швидкості і повноти обслуговування клієнта неминучим і незамінним стає *впровадження автоматизованих систем управління (АСУ)*.

В умовах жорсткої конкуренції і ринкової економіки жодна успішна туристична фірма не може повноцінно розвиватися й ефективно просуватися без сучасних АСУ. Їх цінність можна розглядати у двох площинах: 1.) у процесах, які автоматизуються; 2.) даних, які акумулюються під час роботи. Розглянемо значення кожної з них.

1. Автоматизація процесів функціонування систем дозволяє активувати виконання щоденних завдань персоналу і керівництва туристичної фірми. При цьому досягається взаємозв'язок між різними службами фірми, що значною мірою підвищує ефективність праці і дозволяє позбавитися значної кількості суттєвих помилок, отриманих під час створення продукту (послуги). Разом з тим, керівництво одержує потужний інструмент контролю розвитку туристичної фірми і фінансових потоків, а можливості зловживань персоналу скорочуються до мінімуму. В цілому, з використанням автоматизованих систем туристична фірма стає більш керованою. Керівництво, одержуючи адекватні дані щодо стану справ на даний момент і в перспективі на майбутнє, має можливість приймати коректні і своєчасні рішення.

2. Крім функцій управління, системи пропонують додаткові можливості підвищення рівня сервісу для клієнтів. Система дозволяє враховувати різноманітні побажання і переваги споживача послуг, зберігає дані по кожному клієнту, що коли-небудь користувався послугами туристичної фірми, а процес надання послуг стає безпроблемним для нього.

Загальними особливостями АСУ є автоматизація процесів планування, обліку і управління основними напрямками діяльності туристичної фірми. Тому загалом їх можна розглядати як інтегровану сукупність таких підсистем, як управління фінансами, матеріальними потоками, обслуговуванням, персоналом, збутом, маркетингом, аналізом фінансових потоків, оборотними коштами туристичної фірми і т.д.

Інформаційні технології управління з'явилися у світовій індустрії давно, на українському ринку – присутні відносно недавно. Для більшості фірм України, які займаються туристичною діяльністю (близько 60 %), впровадження АСУ є необхідним, критично важливим для успішного розвитку бізнесу. Як в усьому світі, так і в Україні їх використання стає засобом конкурентної боротьби туроператорів. Тому українська туристична індустрія

сьогодні переживає етап масштабної переорієнтації з паперово-ручного методу роботи на застосування АСУ.

Існують такі *рівні автоматизації*:

- офісна оргтехніка (телефони, факси, ксерокси);
- комп'ютери із стандартним програмним забезпеченням типу Microsoft Office;
- спеціальне програмне забезпечення – BackOffice та його зв'язок з глобальними системами бронювання;
- наявність власних Інтернет-магазинів.

У наш час професійні офісні програми претендують на повну автоматизацію бізнес-процесів туристичних фірм. На жаль, використання широкого діапазону економічно перспективних комп'ютерних програм, доступних багатьом туристичним фірмам, обмежується недостатньою підготовкою кваліфікованого персоналу, ініціативністю менеджерів. У той же час, інформаційний технологічний прогрес випереджає очікування туристичних фірм у довгостроковій адекватності впроваджених АСУ. Якщо раніше такі фірми змінювали технологічне оснащення, в середньому, кожні 5-8 років, то сьогодні цикл скоротився до 3-4 років, і ця тенденція спостерігається в наш час. Потрібно відзначити, що сам по собі факт установки сучасної системи не означає безумовного отримання віддачі від здійснених витрат. Ефективність автоматизації обумовлюється цілим комплексом скоординованих заходів щодо перегляду сформованих методів і порядку роботи, перепідготовки персоналу, розробки і перетворення інформаційно-технологічної стратегії підприємства. Тому, перш за все, керівники туристичних фірм мають усвідомити те, що для ширшого використання комп'ютерних технологій в майбутньому потрібно підвищувати рівень кваліфікації співробітників вже сьогодні. Це призведе до зростання якості обслуговування клієнтів, дозволить менеджерам швидше і точніше komponувати тур, надавати диверсифікований спектр туристичних

послуг, покращити рівень розвитку маркетингового планування, підвищити конкурентоздатність послуг на ринку сьогодення.

Результатом впровадження будь-якої АСУ в туристичному комплексі є підвищення ефективності роботи, високий рівень сервісу для клієнтів і суворий фінансовий контроль. *Системи управління продаж послуг* споживачу – це сучасний підхід до управління відділом реалізації і вирішення питань з організації і проведення заходів, що ефективно контролює діяльність комерційного відділу фірми, здійснює групові продажі, аналізує прибутковість заявок, формує цінову політику, складає контракти і контролює їх виконання, здійснює бронювання, продаж і оренду конференц-приміщень, допомагає організувати банкети. Створення пакету необхідних послуг для клієнтів при організації заходів різного характеру відбувається за лічені хвилини, при цьому користувач має доступ до необмеженої кількості категорій імен, описів, опцій.

Важливою тенденцією розвитку міжнародної туристичної індустрії останніх років стало активне *використання систем оптимізації прибутку* (систем управління тарифами). Підприємства, що активно застосовують такі системи, одержують істотну конкурентну перевагу і досягають суттєвого збільшення доходів. Ця система працює в реальному часі, аналізує отриману від системи управління туристичною фірмою інформацію (бронювання, сезонні коливання, динаміку попередніх періодів тощо), враховує специфіку сегментів ринку і проведені реконструкції по ціноутворенню та управлінню тарифами. Рекомендації стосуються як стратегії комерційної політики турфірми в середній і довгостроковій перспективі, так і щоденних дій її відділів замовлення, продажу і розміщення туристичних послуг.

АСУ туристичним комплексом функціонують як в окремих туристичних фірмах, так і в цілих мережах даної галузі, які оснащені могутнім інструментарієм по збереженню і управлінню кореспонденцією між відділом продажів туристичної фірми і клієнтами. Сучасні АСУ працюють не тільки в локальній мережі, але і мають можливість підключення до роботи в глобальній

мережі Інтернет. Перевагами таких технологій є те, що даний процес дозволяє проводити гнучку маркетингову і цінову політику, досягаючи при цьому максимальної прибутковості від кожної отриманої заявки чи пропозиції. Завдяки цьому туристична фірма має можливість створювати високоефективну стратегію продажу, що базується на аналізі тенденцій і взаємодій на ринку, контролювати умови реалізації своїх пакетів послуг (мінімальний тариф і тривалість туру, обмеження на кількість продаваних путівок різних типів, вимоги, гарантії заявок, передоплату та ін.), приводячи їх у відповідність з кон'юнктурою ринку у будь-якому географічному регіоні. У такий спосіб туристична фірма одержує максимально можливу віддачу від кожного сегменту ринку.

Автоматизація управління діяльністю туристичної фірми тісно пов'язана із *системою збору та аналізу зовнішньої поточної інформації*. Ці процеси мають комплексний характер і охоплюють усі сторони функціонування туристичної фірми і взаємин з клієнтами. Система збору зовнішньої поточної інформації, під якою розуміється набір джерел і методичних прийомів, за допомогою яких управлінці отримують інформацію з комерційного середовища, забезпечує керівників даними про останні події на ринку надання туристичних послуг. Збір інформації відбувається з книг, газет, спеціалізованих видань, розмов з клієнтами, постачальниками послуг, турагентами. Одним із способів акумулювати потрібну інформацію по пропозиціям туроператорів є поява так званих Інтернет-пейджерів, що пропонують єдину базу даних з єдиним форматом. В залежності від бажань та можливостей турагента він за певну плату може регулярно користуватися послугами одного з таких пейджерів, що відрізняються кількістю представлених операторів, оперативністю роботи, якістю даних та зручністю інтерфейса.

Туристичні фірми з достатньо високим рівнем організації вживають додаткових заходів для підвищення якості і збільшення кількості зібраної зовнішньої поточної інформації (різноманітні рейтинги, статистичні дані,



інформація про тенденції зміни туристського попиту) через заохочення турагентів, ділових партнерів та ін.

В наш час, за яскраво вираженої невизначеності, стохастичності зовнішнього середовища необхідною властивістю туристичної фірми виступає її здатність до адаптації. Висока надійність і забезпечення стійкості – один із фундаментальних принципів її функціонування. З урахуванням конкретних умов, необхідно розробляти і впроваджувати комплексні автоматизовані системи, що концентрують у собі сукупність організаційних, режимних, технічних та інших можливостей, спрямованих на досягнення достатнього рівня економічної ефективності і безпеки ведення бізнесу.

Впровадження сучасних інформаційних технологій в систему управління вимагає значних капіталовкладень. Оцінка економічної доцільності інвестицій – завдання складне, тому що метою придбання нових технологій є не лише скорочення витрат на робочу силу, але і підвищення якості і розширення асортименту послуг, скорочення термінів підготовки нових послуг і підвищення гнучкості процесу обслуговування. В силу того, що деякі з цих переваг не спричиняють прямого скорочення витрат на робочу силу, виправдати їх вибір досить складно. Крім того, стрімкий розвиток нових технологій приводить до того, що придбане устаткування внаслідок старіння втрачає функціональні якості протягом короткого проміжку часу, що робить оцінку витрат і вигод ще більш проблемним завданням.

*Позитивними* сторонами (перевагами) впровадження в практику роботи турфірми автоматизованої інформаційної системи з управління є:

- зниження тривалості операційного циклу;
- своєчасна корекція асортименту послуг, що надаються;
- скорочення витрат ресурсів та вирішення ряду інших завдань.

Розглянемо їх докладніше. Зниження тривалості операційного циклу дозволяє туристичній фірмі скоротити терміни надання послуг і створює потребу швидкого реагування на зміни попиту. Причому, збільшується

кількість послуг, що надаються туристичною фірмою, поліпшується їх якість. Однак, всі ці переваги складно оцінити, що значною мірою залежить від дій конкурентів, які практично непередбачувані. Все ж таки, незважаючи на це, їх не слід ігнорувати, бо за своєю природою такі переваги є стратегічними і надзвичайно важливими для довгострокового успіху будь-якої туристичної фірми.

Інформаційна система дозволяє у найкоротший термін виключити з асортименту послуги, які реалізуються невдало, і замінити їх новими, що дозволить отримати економічний ефект за рахунок більш точного визначення категорії клієнтів, часу і зміни смаків тощо.

Впровадження автоматизованої інформаційної системи дозволяє скоротити витрати на робочу силу приблизно на 30%, а отже, й підвищити продуктивність праці. Тобто робочий час і витрати на оплату праці з надання послуг будуть меншими за такі ж показники при використанні старого підходу. Це відкриває нові можливості для ефективного вирішення основних завдань туристичного бізнесу. Експлуатація системи дозволяє реалізувати програми ресурсозбереження шляхом зниження експлуатаційних витрат на утримання систем зв'язку, зниження енергоспоживання, уникнути пікових навантажень, збільшити продуктивність праці, поліпшити якість послуг, підвищити кваліфікацію працівників туристичної фірми. На макрорівні система інформаційних технологій дозволяє інтегрувати пропозиції туристичних продуктів та їх розподіл. На мікрорівні впровадження передових технологій призводить до більш ефективного і швидкого управління фірмою, яка надає послуги.

В роботі туристичних підприємств використовується різноманітне програмне забезпечення, що дозволяє автоматизувати роботу персоналу та керівництва турфірми. Як приклад можна навести програмне забезпечення для підприємств туристичної сфери, що розробляється компанією “Парус-Запад”:

- **“Парус-Підприємство”** - проста та зручна, потужна повнофункціональна система, що дозволяє автоматизувати усі облікові та управлінські задачі, характерні для підприємств малого та середнього бізнесу;
  - **“Парус-Консультант”** – система, в базі даних якої зібрано ряд нормативних документів, що регламентують порядок оподаткування фізичних та юридичних осіб, ведення бухгалтерського обліку, зовнішньоекономічної діяльності та стосуються інших аспектів діяльності турпідприємства;
  - **“Парус-Турагентство”** – система, що дозволяє вести деталізований облік параметрів клієнта, вести облік особистих даних, враховувати параметри квитків на різні види транспорту, здійснювати візову підтримку, формувати рахунки, угоди та платіжні документи, вести облік розрахунків з клієнтами та здійснювати інші операції;
  - **“Парус-Готель”** – система, що полегшує управління номерним фондом, автоматизує процеси бронювання, реєстрації та виїзду клієнтів, формує вартість наданих послуг, здійснює розрахунки з клієнтами, дозволяє формувати актуальну базу даних про номерний фонд, послуги, клієнтів, дозволяє роздрукувати основні форми документів, що використовуються в готельному бізнесі, а також звіти про основні аспекти діяльності готелю;
- а також системи **“Парус-Ресторан”**, **“Парус-Лікувальний заклад”**, **“Парус-Менеджмент і маркетинг”** [12].

В роботі турфірм також використовуються програмні комплекси [13]:

- **”САМО-ТурАгент”** – програма, призначена для автоматизації турагентств. Дозволяє вести базу даних по заявкам клієнтів, взаєморозрахункам з туристами та туроператорами, оформляти друковані документи. Програма дозволяє підтримувати налаштування та поповнення систем звітів, вести облік телефонних дзвінків. Взаємодіє з програмними комплексами, що підтримують формат TravelXML. Дозволяє використовувати пропозиції різних систем пошуку та бронювання;

- **“САМО-Тур-автоматизація туроператора”** – призначений для автоматизації туроператорської діяльності. Дозволяє формувати турпакет з послуг постачальників, розраховувати прайс-листи і готувати електронний та паперовий каталоги цін. Робить можливим облік проданих турів, платежів за них, взаєморозрахунків з постачальниками. При цьому ведеться контроль обмежених послуг та готується повний пакет документів для туриста. Програма містить більше ніж 200 готових форм різноманітних документів. Здійснюється обмін даними з програмними комплексами САМО-ТурАгент та SAМО-Incomming;

- **“Майстер-Тур”** - охоплює всі аспекти діяльності турфірми: від створення прайса і каталогів, до реалізації турпродукту, від розрахунку реальної собівартості до ведення взаєморозрахунків з постачальниками, від оперативного обліку до управлінського. Надає можливість доступу до інформації про кожен тур, про кожного клієнта, про кожного партнера і взаєморозрахунки; забезпечує точність у виконанні калькуляцій туру; дозволяє легко заповнювати стандартні форми документів. Використовується в роботі менеджерів при створенні та продажі туру, касирів, візового і чартерного відділів і відділу бронювання, економіста, бухгалтера, маркетолога, фінансового директора, генерального директора;

- **“Майстер-Агент”** - призначена для автоматизації діяльності туристичного агентства. Дозволяє завантажувати ціни операторів для подальшого пошуку по даті заїзду, країні, готелю і ціні. Допомогає швидко оформляти заявки, автоматично формувати і друкувати безліч документів - листи бронювання, путівки, договори і ін.;

- **“АероПринт Плюс”** - програмний комплекс, призначений для автоматизації друку авіаквитків на будь-яких бланках. Маска квитка автоматично заповнюється з систем бронювання GABRIEL, AMADEUS, СИРЕНА, WORLDSPAN, GALILEO. Дозволяє легко і наочно редагувати і додавати нові бланки, забезпечує друк різних платіжних документів,

супроводжуючих продаж авіаквитків, формує базу даних по проданих квитках і інших послугах, що дозволяє отримувати будь-які види звітності.

Одним з останніх досягнень у запровадженні інформаційних технологій в сферу туризму стало намагання створити в мережі Інтернет *єдиний інформаційний простір*, доступний як туристичним підприємствам, так і іншим організаціям, що беруть участь в забезпеченні туристичного процесу, а також і самим туристам. У зв'язку з цим створюються туристичні інформаційні системи, які відкривають безмежні можливості для взаємодії та ведення бізнесу в режимі реального часу. Так, останнім часом компанії-розробники програмного забезпечення для турфірм “Алеан”, “Арімсофт”, “Мегатек”, “Туризм.ру”, “UTS Group”, що працюють на туристичному ринку Росії, зосередили свої зусилля на створенні єдиного стандарту і формату обміну та передачі даних між різними турпідприємствами. В Україні теж створено автоматизований інформаційно-рекламний центр “Українська туристична інформаційна система”, що має вихід в Інтернет. Це – суттєвий крок у напрямку створення українського інформаційного туристичного простору та його інтеграції у світовий інформаційний туристичний простір.

Програмне забезпечення таких систем дозволяє туроператорам розміщувати свої пропозиції в єдиному інформаційному полі туристичної системи та оперативно управляти ними: виставляти нові пропозиції, змінювати ціну, призупиняти продажі. Турагентства мають можливість доступу до достовірної та актуальної інформації по турах, максимально швидко запропонувати клієнтам декілька варіантів турів на його запит, знайти найкращу для клієнта цінову пропозицію, швидко забронювати тур та отримати підтвердження, оформити туристу необхідні документи та налагодити з туроператорами зручний зв'язок з мінімальними витратами часу та грошей. Туристи теж можуть скористатися інформаційними ресурсами даних систем: отримати описову та картографічну інформацію по курортам та пам'яткам

багатьох країн, переглянути фото та відео ролики, отримати зображення та опис потрібного готелю тощо.

Однією з таких інформаційних систем є туристична система ТУРИ.ру ([www.profi.tury.ru](http://www.profi.tury.ru)), яка, окрім вищеперерахованих переваг, дає турагентам можливість раціонально організувати роботу із заявками туристів, отримувати інформацію про зміни, нововведення та події на туристичному ринку, вибрати для роботи надійного оператора, уникнути неприємностей з боку “туристів”, що спеціалізуються на шахрайстві в туристичній сфері, розмістити рекламні матеріали тощо.

Професійна версія туристичної інформаційної системи використовує програмне забезпечення “Офіс он-лайн”, пошукову систему, систему бронювання. Для підключення до професійної версії такої системи (послуги, як правило, платні) необхідно лише мати в офісі комп’ютер та доступ в Інтернет.

Вищесказане дозволяє резюмувати, що туристичний бізнес остаточно переходить на технологічні методи роботи, так як автоматизація дозволяє значно прискорити виконання багатьох завдань, що стоять перед турфірмою, економити грошові кошти, підвищити ефективність роботи як кожного туроператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому. Це прямо впливає на конкурентоздатність фірми на ринку послуг в наш час. Тому дані процеси є вкрай актуальними для українського туристичного бізнесу. Використання мережі Інтернет, Інтернет-технологій, програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів туристичного бізнесу сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання на ринку послуг в найближчий час.

## 5.2. Логістичні процеси у в'їзному туризмі

*Логістика – вид наукової і практичної діяльності, що передбачає планування, організацію, управління і контроль руху потоків в просторі та часі від місця їх виникнення до місця кінцевого споживання.*

Логістика – поняття неоднозначне і може тлумачитися не тільки як наука про різного роду потоки, але і як світогляд, який ґрунтується на ствердженні, що у повсякденному житті та в економічній діяльності нас оточують потокові поля (простори, в яких рухаються потоки), а також як уміння використовувати ці поля для підвищення ефективності роботи підприємств, груп, об'єднань у сферах виробництва, торгівлі, культури, науки, туризму та інших.

Поняття “логістика” тісно пов'язане з поняттям “потік”. *Потік – це сукупність об'єктів (елементів потоку), що сприймається як єдине ціле та існує як процес у певному проміжку часу.* Потік вимірюється в абсолютних одиницях.

Основу потоку складають три складові:

- його наповнення (елементи);
- запаси (якщо переміщення потоку розглядається в часі);
- рух.

Елементи потоків, що мають речову основу, поділяються на дві групи:

1. Живі: споживачі, відвідувачі, туристи та інші.
2. Неживі: предмети праці в технологічних процесах, у тому числі, гроші та носії інформації (листи паперів, комп'ютерні одиниці); засоби пересування (автомобілі, автобуси, поїзди, літаки і т. ін.); обсяг предметів купівлі-продажу (кг, м<sup>3</sup>, пачки, ящики, контейнери і т. ін.).

Елементи першої групи мають фізичні характеристики: вік, стать, зріст, вагу, температуру тіла, потребу в їжі, одязі, теплі, безпеці, розвагах.

До економічних характеристик елементів цієї групи відносяться кількість грошей, що була витрачена на елемент потоку в момент обліку (витрати на

обслуговування); потенційна сума грошей, яку здатен і згоден заплатити елемент за послуги, у тому числі, туристичні.

Фізичні характеристики елементів другої групи становлять: щільність, габарити, вага, теплоємність, теплопровідність, гігроскопічність, пристосованість до здійснення транспортних операцій (наявність упакування та його якість, що дозволяє витримувати температурні та ударні навантаження, запобігти проникненню вологи та пилу).

Економічну характеристику елементів цієї групи складає їх вартість на момент обліку. Ця вартість включає в себе:

- ціну купівлі;
- витрати на виконання різних видів руху – завантаження-розвантаження, перевезення, складання, зберігання та інше;
- цінову надбавку у вигляді прибутку, що хоче отримати суб'єкт управління (власник елемента потоку).

Розрізняють три різновиди потоків:

**1. Матеріальний потік** – це потік, що складається з елементів, які мають уособлену (туристи, екскурсанти, відвідувачі), речову (автомобілі, ящики, ємності, контейнери, вода, вугілля, пісок і т. ін.) і/або енергетичну основу (електроенергія).

**2. Фінансовий потік** – рух фінансових засобів між логістичною системою і зовнішнім оточенням, а також виплата заробітної плати в середині системи. Елементом фінансового потоку можуть виступати національні, іноземні та умовні грошові одиниці. У більшості економічних систем матеріальні і фінансові потоки мають, як правило, діаметрально протилежні напрямки руху.

**3. Інформаційний потік** – це потік повідомлень у речовій і документальній формах, який генерується матеріальним і фінансовим потоками в логістичній системі. Інформаційний потік циркулює як у середині логістичної системи між її елементами, так і між логістичною системою і зовнішнім оточенням.



Інформаційний потік класифікують за такими ознаками:

а) напрямком, де інформаційні потоки поділяються на:

- директивні – надходять від вищих рівнів управління до нижчих;
- інформаційно-довідкові – надходять від нижчих рівнів управління до вищих, циркулюють між елементами однакових рівнів і надходять в логістичну систему із зовнішнього оточення.

б) застосуванням, де інформаційні потоки поділяються на:

- формальні – мають документальну форму існування і стосуються подій, які відбуваються в логістичній системі;
- неформальні – мають речову форму існування і не стосуються подій, які відбуваються в логістичній системі.

**4. Комбінований потік** – це потік, що складається з 2-х різних елементів.

Це потоки:

а) матеріально-фінансові – наприклад, туристи, що в'їжджають в країну, є елементами матеріального потоку, а ввезені гроші, якими вони розплачуються за туристичні послуги, – елементи фінансового потоку;

в) матеріально-інформаційні – туристи є носіями інформації для служби маркетингу туристичної фірми, і така інформація може містити відомості про враження від подорожі, їжі, послуг; недоліки в обслуговуванні; дані щодо закордонних та вітчизняних конкурентів; ставлення до цінової політики туристичної фірми і т. ін.

Матеріальний потік, фінансовий потік та їх запаси утворюють **ресурси логістичної системи**.

Ресурси мають властивості:

1.) обмеженість у кожен даний момент часу - наприклад, туристський комплекс не вважає за необхідність тримати на складі харчоблоку значну кількість запасів майонезу, що перевищує місячну норму споживання, так як він може втратити свої смакові якості, потребує витрат при зберіганні в холодильній камері та знерухоплює обігові кошти комплексу;

2.) миттєвість відтворення (поповнення) ресурсів в будь-який момент часу через ринок (при відсутності дефіциту та наявності коштів);

3.) варіантність ресурсів – заміна одного виду ресурсів на інший з метою здешевлення послуги або внаслідок дефіциту ресурсу, якщо це не шкодить результату; наприклад, перехід автомобілів, які працюють на туристичних маршрутах, з бензинового пального на більш дешеве і екологічно чисте газове пальне.

Ресурси, які логістична система може залучити в господарській обіг у даний момент часу, називають її ресурсним потенціалом.

Кожному виду потоку (матеріальному, фінансовому, інформаційному) відповідають певні логістичні операції. **Логістична операція – це будь-яка дія з елементами потоку або з потоком, яка не підлягає подальшому розділенню (декомпозиції), в межах поставленої задачі.** На відміну від технологічної операції, логістична **не змінює якість елементів** потоків і **пов'язана з виконанням послідовності рухів над предметами праці.** Наприклад, трансфер туристів з аеропорту до готелю, їх розміщення, переміщення по території курорту, перевезення до місць проведення екскурсій тощо можна розглядати як логістичні операції; харчування, участь в анімаційних програмах, екскурсіях – технологічні операції. Окремо виділяється поняття “**послуга**”, під якою з точки зору логістики розуміється **будь-яка дія, спрямована на клієнта (власника потоку або його елемента), що є для нього безкоштовною.** Наприклад, музика або відео в автобусі під час перевезення туристів до місця екскурсії. Логістика вдається до такого поділу з метою більшої концентрації уваги і зусиль керівного складу туристичної фірми на 2-х випадках:

- 1) фірма переживає часи розквіту і фінансового підйому;
- 2) фірма зазнає збитків.

У першому випадку необхідно розвивати і удосконалювати усі три види дій. У другому – зосередитись тільки на бездоганному виконанні логістичних і

технологічних операцій, пам'ятаючи про те, що клієнт, незадоволений якістю перевезень, проживання, харчування, стане джерелом негативної інформації про фірму, зовсім забувши про те, чи була музика під час поїздки в несправному автобусі, чи ні.

Концентрація на проблемі, відокремлення головного від другорядного є запорукою успіху.

Для кожного виду потоків існують специфічні логістичні операції: для матеріальних потоків це завантаження, розвантаження, транспортування, складування, зберігання, упакування і т. ін. У інформаційному потоці до логістичних операцій належать ввімкнення – вимкнення комп'ютера, знаходження потрібної інформації та її збереження на носіях та інше (набір та роздрукування тексту є технологічними операціями). У фінансовому потоці логістичною операцією буде перевірка на ідентичність іноземної валюти, зняття готівки з банкомату, користування сейфом і т. ін.

В залежності від кількості підприємств, які охоплює логістичний потік, розрізняють:

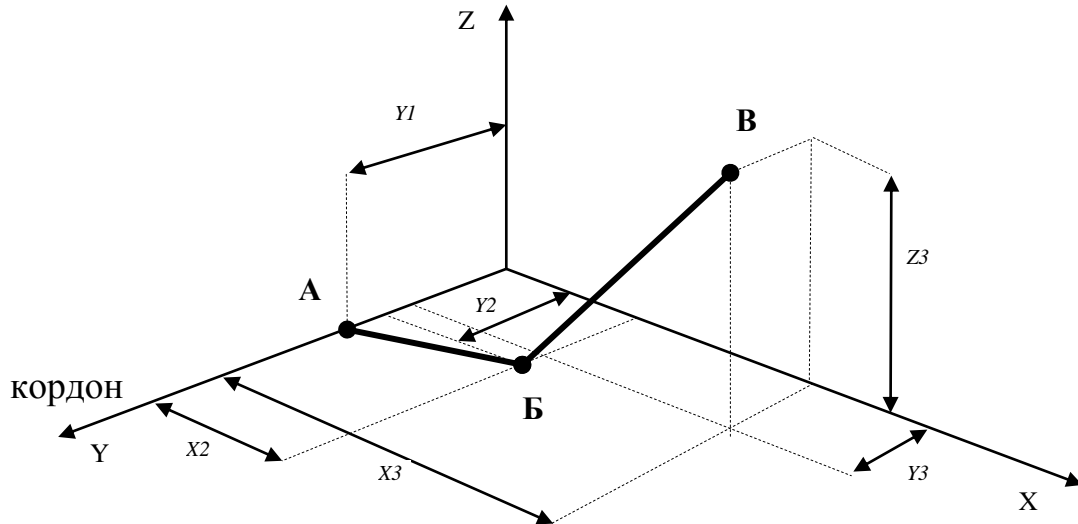
1. *Наскрізний потік* – з'єднує між собою всі підприємства від першого до «n-го».
2. *Макрологістичний потік* – проходить, як мінімум, через два підприємства і, як максимум, через «n-1» підприємство.
3. *Мікрологістичний потік* – циркулює в межах підсистем одного підприємства.

Потоки рухаються у чотирьохвимірному просторі, де четвертий вимір – час (рис. 5.1).

Рух у просторі елемента (наприклад, туристичного потоку) в напрямку А-Б-В – це одночасне подолання сил тяжіння і сил опору (транспортним засобом), яке призводить до витрат енергії (пального або електричної енергії).

Логістика повинна планувати раціональні маршрути, мінімізуючи витрати на управління переміщеннями елементів потоку. Чим більша різниця координат

$(x_3-x_0; y_3-y_0; z_3-z_0)$ , тим більшу кількість енергетичних ресурсів необхідно витратити туристичній фірмі на доставку туристів до місць надання послуг і виконання логістичних операцій.



**Рис. 5.1. Схема руху туристичних потоків у 3-х вимірному просторі**

*Умовні позначення:*

- т. А – пункт перетину туристами кордону;
- т. Б – місце розташування туристичної фірми;
- т. В – один із пунктів подорожей туристів.

Четвертий вимір простору – час – вагомий аргумент, який має вплив на тривалість доставки елементів потоку по маршрутам, а також на термін перебування елементів потоку в середині мікрологістичної системи, що сприяє утворенню запасів.

Наявність цілої системи характеристик потоків дозволяє виділити їх основні параметри, які за значенням можна поділити на основні та допоміжні.

1. Основні параметри:

- *обсяг* – кількість елементів потоку, що розглядається або управляється суб'єктом логістичних систем;
- *інтенсивність* – кількість елементів потоку, що проходять за одиницю часу через виділений відрізок руху потоку;

- *кінцевий напрямок* – орієнтація потоку в просторі в залежності від місця знаходження початкового та кінцевого пунктів маршруту – відправлення та прибуття (рис.5.1);
- *ціна елемента потоку* – вартість елемента потоку на ринку закупівель, до якої додаються витрати на виконання логістичних операцій та прибуток суб'єкта управління потоком.

## 2. Допоміжні параметри:

- *координати точок* початку і кінця руху потоку та пунктів його зупинки;
- *напрямки* на окремих ділянках руху потоку – орієнтація потоку у просторі в залежності від місця знаходження 2-х суміжних пунктів траєкторії (рис. 5.1);
- *траєкторія руху потоку* – сукупність напрямків одного потоку;
- *швидкість і час руху* – параметри, які характеризують поведінку елемента потоку на відповідному напрямку;
- *довжина шляху* – відстань між двома пунктами напрямку або будь-якими пунктами траєкторії;
- *маршрут руху потоку* – сукупність даних по пунктах, перехованих вище;
- *період руху* – відрізок часу, в якому елемент потоку переміщується у відповідному напрямку;
- *інтервал руху* – відрізок часу, в якому елемент потоку не переміщується у відповідному напрямку.

Окрім того, логістичні потоки класифікуються за ознаками:

1. Місцем знаходження (внутрішній, зовнішній);
2. Ступенем безперервності (безперервний, дискретний);
3. Ступенем стабільності (стабільний, нестабільний);
4. Ступенем складності (простий, складний, комбінований);
5. Ступенем керованості (керований, некерований).

Логістика може стати фактором підвищення ефективності роботи економічних систем, у тому числі, і туристичних комплексів, якщо її керівники враховуватимуть наступне.

### **1. Необхідність чіткого усвідомлення цілі існування в потоковому полі.**

Місія туристичної індустрії полягає в її соціальному призначенні – бути корисною суспільству, тобто, створювати турпродукт, надавати послуги, які потребує та сприймає соціум. Чітке розуміння проблем, що виникають у сфері задоволення реальних і потенційних потреб суспільства, є першим і дуже важливим кроком у діяльності туристичної фірми щодо визначення її місії та вибору мети.

Наприклад, організації готелю, що надає послуги проживання за стандартом п'яти зірок в туристському комплексі, повинно передувати усвідомлення проблеми, яка має аспекти:

- сприймання туристами із розвинутих країн туристичної подорожі не як випробування своїх фізичних можливостей терпіти дискомфорт в режимі економії фінансових засобів, а як спосіб отримання “телевізійних вражень наяву, не залишаючи свій улюблений диван”;
- низькі ціни, які пропонуються даним сегментом туристичному ринку, в порівнянні з доходами туристів;
- невеликий рівень конкуренції в даному сегменті ринку;
- планове збільшення потоку туристів із-за кордону в країну у зв'язку з проведенням на її території, наприклад, спортивних змагань.

Ці та інші ознаки даної проблеми дають можливість намітити не тільки конкретну ціль, а й скласти чіткий план дій для її досягнення. Якщо туристична фірма намагається задовольнити потреби у турпродукті в широкому діапазоні шляхом поєднання на незначних (обмежених) площах при обмежених інвестиціях потоків туристів з різними доходами і бажаннями, то результат такої діяльності, скоріш за все, буде негативним. Маркетинг дає однозначну

відповідь на такі питання і вказує на необхідність сегментування ринку послуг та зосередження уваги виключно на вигідних і перспективних напрямках.

Адекватне сприйняття дійсності керівниками туристичної фірми, усвідомлення того, що будь-який вид турпродукту навряд чи є унікальним, і в потоковому полі всі економіко-технологічні процеси здійснюються інтенсивніше, дає можливість:

- не зволікати з впровадженням ідеї (мети);
- пошуку гарантованої фінансової підтримки проекту;
- прорахунку та зниження всіх ризиків (фінансових, технологічних, організаційних);
- поступового здійснення кроків по модернізації турпроцесів, впровадження новітніх технологій в засобах пересування, зв'язку, контролю в майбутній перспективі.

## **2. Застосування системного підходу до вирішення проблем.**

Системний підхід до вирішення проблеми сприяє:

- виділенню системи за певною ознакою із зовнішнього економічного оточення;
- спрямуванню потоків на вхід та вихід системи;
- утворенню запасів в середині системи;
- дослідженню діяльності системи при впливі на неї різних факторів (взаємодія потоків, конкуренція, державні органи управління, попит, ціни, відсотки по кредитах і т. ін.);
- аналізу проблем, що виникають, враховуючи вищевказані аспекти.

Нагадаємо, що системою називається деяка цілісність, що складається з взаємозалежних частин, кожна з яких робить свій внесок у характеристику цієї цілісності.

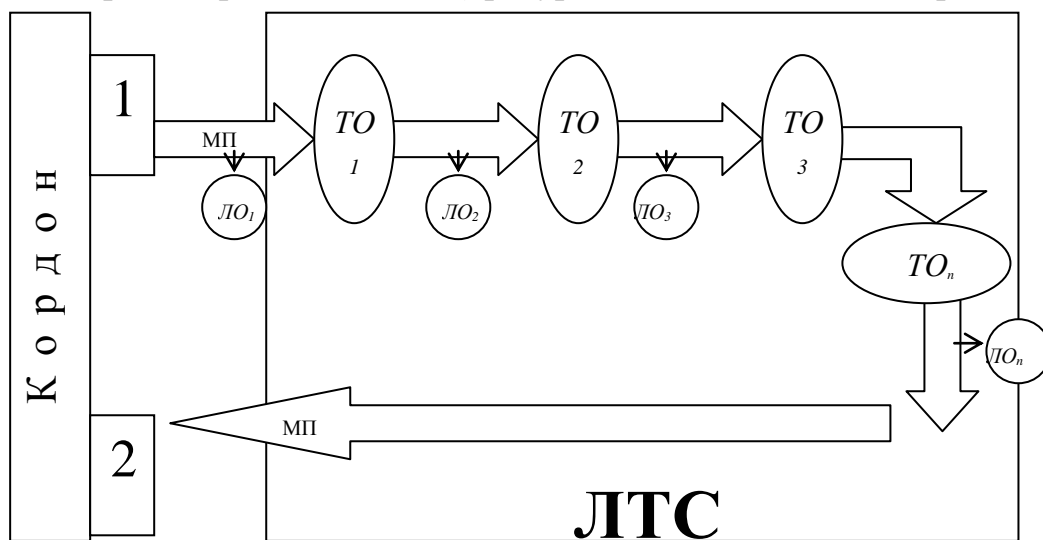
Так, туристична логістична система складається з трьох підсистем:

- постачання;
- виробництва (надання логістичних операцій і послуг);

- управління.

Між елементами системи існує безліч взаємозв'язків, наявність яких обумовлює їх функціонування як єдиного цілого, проходять різноманітні логістичні потоки, які забезпечуються виконанням цілої низки технологічних та логістичних операцій (рис.5.2).

Окрім того, у життєдіяльність відкритої системи роблять свій внесок вхідні та вихідні потоки. Вхідні потоки туристичної системи забезпечують її постачання матеріальними (паливно-мастильні матеріали, електроенергія, вода, тепло, газ, харчові продукти, комплектуючі готельного бізнесу, матеріали для будівельно-ремонтних робіт та ін.), фінансовими (інвестиції) та інформаційними (характеристики зовнішнього оточення логістичної системи, до яких відносяться державні митні, законодавчі, податкові органи; банківсько-кредитна система; транспортні і консалтингові компанії; конкуренти, природоохоронні організації та ін.) ресурсами із зовнішнього середовища.



**Рис. 5.2. Схема проходження матеріального потоку туристів через логістичну туристичну систему**

*Умовні позначення:*

*ЛТС – логістична туристична система;*

*1 – місце прибуття туристів;*

*2 – місце збору туристів для виїзду за кордон;*

*МП – матеріальний потік туристів через ЛТС*



$TO_1 \dots TO_n$  – технологічні операції;

$ЛО_1 \dots ЛО_n$  – логістичні операції на відповідних ділянках руху потоку.

Вихідні потоки забезпечують вихід у зовнішнє середовище елементів, що є результатом процесу, який відбувається всередині системи. Наприклад, з матеріальних потоків це можуть бути туристи, котрі отримали заплановані і додаткові послуги. З фінансових - розрахунки за матеріальні ресурси та послуги інших фірм, що роблять свій внесок у формування турпродукту. З інформаційних – відомості про умови закупівлі, доставки елементів матеріального потоку в систему, відзиви туристів тощо.

Сумарний (вхідний, внутрішній та вихідний) фінансовий потік повинен забезпечувати системі безперебійне функціонування, а також фінансування, в разі необхідності, проектних робіт пов'язаних:

- з розширенням системи (збільшення кількості працюючих);
- зі збільшенням потоку туристів через систему за певний період;
- з відкриттям нових маршрутів;
- з наданням нових видів обслуговування;
- з підвищенням якості обслуговування;
- з переорієнтацією діяльності на нові напрямки (диверсифікація туристичної діяльності).

Більш повну картину розуміння туристичної логістичної системи та її зовнішнього оточення надає рисунок 5.3, згідно якого можна виділити дві зони. Функціонування кожної з них забезпечується окремими напрямами логістики.

Зони I і II – частина простору логістичної системи і зовнішнього оточення, де здійснює свої функції туристична фірма.

У зоні I діє *заготівельна логістика* – це її напрям, який займається організацією та управлінням потоками в підсистемі постачання.

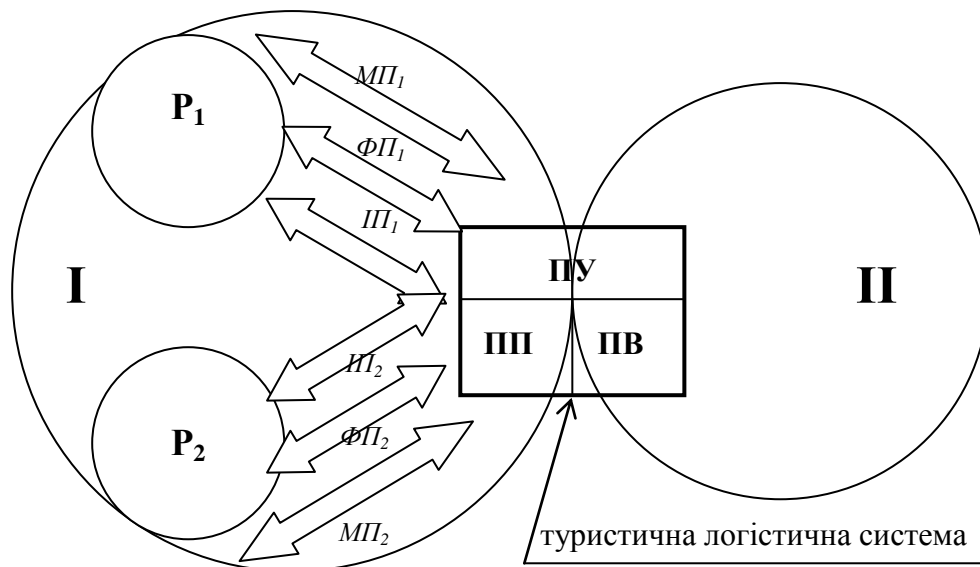
У зоні II діє *логістика виробничих процесів* – напрям логістики, що вивчає питання упорядкування технологічних процесів, наприклад, доставку клієнтів у логістичну систему та за її межі; приготування їжі; отримання розваг; облаштування сну та інше.

У зонах I і II одночасно діють наступні напрями логістики:

*транспортна логістика* – забезпечує переміщення елементів потоків у просторі;

*логістика запасів* – обґрунтовує ефективне управління запасами потоків в логістичній системі;

*інформаційна логістика* – організує інформаційні канали, керує комунікаційними мережами, контролює якість та параметри інформаційного потоку.



**Рис. 5.3. Схема туристичної логістичної системи і зони функціонування складових частин логістики**

*Умовні позначення:*

$P_1$  і  $P_2$  – ринок закупок і ринок клієнтів;

ПУ, ПП, ПВ – підсистеми управління, постачання, виробництва;

ПІ, ФП, МП – інформаційні, фінансові і матеріальні потоки;

I, II – зони, де функціонують складові частини логістики.

При системному підході обов'язкова наявність 3-х складових:

1. Об'єкт досліджень і/або управління – сама система, утворена з елементів;
2. Суб'єкт досліджень і/або управління – це менеджер-логістик;
3. Задача, яка визначає вибір елемента системи та встановлює відносини суб'єкта до об'єкту.

Для прикладу розглянемо систему постачання матеріальних ресурсів у ресторан туристського комплексу. На підприємстві виникли проблеми з постачанням ресурсів, наприклад, продуктів харчування. Причинами збою роботи підсистеми постачання можуть бути:

- недопостачання запланованих обсягів;
- порушення термінів постачання;
- невідповідність якості продуктів нормам стандартів та контрактів;
- коливання цін;
- відмова від постачання або небажання продовжувати дію угод та ін.

Для виправлення ситуації комерційний директор відводить певний період часу керівнику відділу (підсистеми) постачання, котрий, в свою чергу, ставить завдання перед менеджером-логістиком вказаного відділу: проаналізувати діяльність суб'єктів – постачальників та сформулювати пропозиції щодо покращення забезпечення ресторану продуктами у необхідних обсягах, асортименті та у визначені терміни.

Суб'єкт досліджень (менеджер-логістик) повинен мати в своєму розпорядженні пакет даних про:

- номенклатуру матеріальних ресурсів;
- обсяги постачання та їх інтенсивність;
- час і місце постачання;
- якість продуктів харчування;
- ціни, які були до виникнення даної проблеми;

- копії контрактів на постачання, де вказані юридичні адреси, номери телефонів, прізвища (реквізити);
- час і кошти, які відводяться на вирішення проблеми;
- перелік повноважень для ведення переговорів.

Менеджер-логістик виокремлює із зовнішнього оточення потрібну систему. Підставою для цього може бути одна з трьох основних ознак:

1. *Підпорядкованість* - коли елементами системи можуть виступати, наприклад, дочірні фірми великого підприємства;
2. *Спільність території і/або функцій*. У даному випадку виокремлення відбулось за функцією “постачання матеріальних ресурсів”;
3. *Процес*. Прикладом може бути система ресторанного підприємства, де функціонують холодний та гарячий виробничі цехи, що спеціалізуються на виконанні різних процесів.

Елементами системи будуть виступати юридичні і фізичні особи, які постачали або могли б постачати у майбутньому продукти харчування у ресторан. На даному етапі досліджень основною умовою виступає доступність і достатність ресурсів у майбутніх контрагентів, а також можливість здійснювати з ними комунікації.

Ще одним потоком, за допомогою якого можливе удосконалення роботи системи, є фінансовий потік. В даному випадку – це пропозиція суб’єкта досліджень елементам системи, в разі необхідності, фінансової допомоги в межах його повноважень. Така потреба може виникнути, наприклад, при недостатній кількості обігових коштів у постачальника для здійснення ним виробничої діяльності, що і призвело до збоїв у постачанні.

### **3. Можливість перетворення туристичної фірми в макрокомплекс.**

Логістичні системи характеризуються *стійкістю*, яка буває:

- *першого роду* - коли система повертається в першопочатковий стан після припинення дії на неї зовнішніх сил збурення (конкуренти, державні

регулятивні органи, збільшення або зменшення обсягів обслуговування клієнтів і т. ін.);

- *другого роду* - передбачає перехід системи на новий рівень свого розвитку або припинення економічного функціонування.

Більшість систем на певному етапі своєї діяльності мають стійкість другого роду. Перехід на вищий рівень розвитку може бути здійснений за рахунок таких заходів як:

- укрупнення підрозділів фірми;
- розширення зони впливу фірми на ринку туристичних послуг;
- відкриття нових маршрутів;
- поява нових і ексклюзивних видів послуг і т. ін.

Здійснення таких заходів у діяльності туристичної фірми, як правило, може бути викликане бажанням підвищити як економічну безпеку фірми, так і ефективність її роботи. Підвищення ефективності роботи може відбутися також за рахунок включення мікрологістичних потоків туристичної фірми в макрологістичний ланцюжок інших підприємств туристичної індустрії (створення туристичних кластерів), що сприятиме комплексному обслуговуванню клієнтів.

#### **4. Застосування логістичних положень, принципів, правил.**

Ефективне управління логістичними потоками передбачає дотримання основних принципів логістики.

1. *Інтеграції* – передбачає об'єднання простих потоків у складні для зменшення витрат на управління потоком. Наприклад, автотранспортна фірма виконує перевезення туристів з аеропорту до курортного містечка, де функціонує декілька готелів. Готелі, розташовані в курортному містечку, не мають свого транспорту і користуються послугами перевізника. Транспортна фірма буде намагатись об'єднати прості потоки (з аеропорту до кожного готелю зокрема) в складний (інтегрований) з метою заповнення транспортного засобу до повної пасажиромісткості, що

дозволить їй зекономити на витратах пального, і, в кінцевому результаті, встановити невисокі тарифи на перевезення.

2. *Синхронізації* – обумовлює упорядкування руху потоків у часі, наприклад, узгодження в розкладі часу прильоту літака та прибуття в аеропорт автобуса, який здійснить трансфер туристів до місця призначення.
3. *Оптимізації* – встановлює оптимальну кількість запасів у логістичній системі.
4. *Односпрямованості* – визначає перевагу односпрямованого руху над багатовекторним.

Існує шість правил, яких необхідно дотримуватись при управлінні потоками.

1. *Правило потоку*, коли один потік виокремлюється із багатьох у відповідності із задачами, які стоять перед менеджером або дослідником логістичної системи. Наприклад, у туристському комплексі створено відділ постачання, в якому окремий менеджер забезпечує надходження матеріальних ресурсів до системи (харчових продуктів, інвентарю та обладнання, витратних матеріалів, комплектів білизни тощо). Тому даний працівник відділу постачання повинен володіти різноманітною інформацією. Щодо харчових продуктів це будуть дані, що стосуються ринків закупівель (точок виникнення потоку); цін; фізико-хімічних характеристик продуктів (в межах його компетенції); якості і відповідності елементів постачання стандартам і нормативним документам; обсягу запасів і поставок; термінів зберігання; умов постачання і т.д. Цей спеціаліст повинен також забезпечити даний матеріальний потік системи, не створюючи зайвих запасів та не допускаючи дефіциту ресурсу.

2. *Правило кількості потоку* – акцентує увагу на обсязі потоку, так як його надлишок у вигляді запасів може призвести до зайвих витрат на їх зберігання і до іммобілізації коштів у запасах, а дефіцит потоку – навіть до зупинки економічної діяльності системи туристичної фірми. Наприклад, відділ

постачання вирішив збільшити запаси продуктів на випадок збільшення обсягу матеріальних потоків туристів. Збільшення потоку не відбулось, і це призвело до знерухомлення частини обігових коштів, збільшення витрат на утримання запасів (збільшення споживання електричної енергії холодильним обладнанням), погіршення умов зберігання, збільшення втрат при зберіганні, залучення додаткових складських площ під запаси, уповільнення оборотності товарів, ускладнення їх обліку.

*3. Правило якості потоку* – передбачає виконання двох умов:

- визначення якості вихідного продукту. Наприклад, при приготуванні їжі важливо зробити якість вихідного продукту на “5 балів”, використавши сировину на “3 бали”, і економічно не вигідно робити навпаки;
- контролю параметрів елементів вхідного та вихідного потоків. У разі їх невідповідності нормам контрактів, терміново повідомляти про це постачальників (вхідний потік) і споживачів (вихідний потік), вживаючи заходи по усуненню недоліків.

*4. Правило місця* - передбачає, що у менеджера, що керує потоком, є достовірна і своєчасна інформація про параметри переміщення потоку у просторі.

*5. Правило часу* – передбачає, що у менеджера, що керує потоком, є достовірна і своєчасна інформація про параметри переміщення потоку у часі. Наприклад, менеджер відділу постачання очікує о 14 год. прибуття вантажного автомобіля на туристичну фірму. До цього моменту він повинен виконати певний комплекс логістичних операцій в інформаційному потоці: зателефонувати на склад і впевнитись у тому, що комірник знаходиться на своєму робочому місці; попередити комірника про прибуття машини; замовити на складі автозавантажувач і вантажників, якщо на складі відсутні техніка і обслуговуючий персонал; подбати про чай (каву) для водія, а якщо необхідно, то і про виділення місця в готелі для нього; дізнатися у постачальника про час

виїзду машини або про її місце знаходження, номер автомобіля, канал зв'язку з водієм, маршрут, пункти зупинки та ін.

6. *Правило витрат* - визначає, що витрати на організацію і управління потоком необхідно робити мінімальними, а на інформаційних витратах при плануванні руху економити не варто. Наприклад, економічно вигідно використовувати малогабаритні автобуси на маршрутах з нестабільним пасажиропотоком, але при підписанні вигідної фінансової угоди нерозумно заощаджувати на відрядженні, яке дасть чітку відповідь на питання, чи існує дана фірма за вказаною адресою.

Для управління туристичною логістичною системою на підприємствах туріндустрії може бути створена служба логістики як складова частина блоку управління. Завданням такої служби має бути збір і аналіз відповідної внутрішньої та зовнішньої інформації (релевантних ендо- та екзогенних інформаційних потоків), надання рекомендацій керівному складу блоку управління – директору, його заступникам та іншим керівникам – щодо безпосереднього управління матеріальним та фінансовим потоками.

Працівники служби логістики повинні мати повноваження на запит та отримання будь-якої інформації від елементів туристичної системи.

Крім того, вони збирають і аналізують зовнішню інформацію, яка може містити відомості про:

- кон'юнктуру туристичного закордонного ринку та товарів, що використовуються в туристичній діяльності (ціни, кредитні ставки, конкуренти, попит та пропозиція і т. ін.);
- тенденцію розвитку ринків;
- інфраструктуру туристичного комплексу (характеристики доріг, мостів, мотелів, фінансових установ і т. ін.);
- криміногенну ситуацію в регіоні та інше.



Створення такої служби потребує від керівництва значних коштів і певних зусиль по налагодженню комунікацій між логістиками і іншими елементами туристичної фірми. При невеликих масштабах діяльності фірми функції служби логістики може виконувати логістик-менеджер, основною задачею, якого буде диспетчеризація логістичних процесів.



### Контрольні запитання і практичні завдання

1. Які можливості для розвитку туризму відкриває застосування Інтернет-технологій?
2. Охарактеризуйте систему автоматизації управління в туризмі.
3. Створіть власний макет головної сторінки web-сайту туристичної фірми, що спеціалізується на організації в'їзного туризму в Україні.
4. Що таке логістика? Яку роль вона відіграє в процесі управління туристичною фірмою?
5. Розкрийте сутність поняття “логістичний потік”.
6. Яку роль відіграють ресурси в логістичній системі?
7. Що таке логістична операція? Чим вона відрізняється від технологічної операції?
8. Яка роль логістики у підвищенні ефективності роботи туристичних фірм?
9. Коли необхідно застосовувати системний підхід у логістиці?
10. Дайте визначення системи. У чому полягає різниця між системою і логістичною системою?
11. З яких підсистем складається логістична туристична система?
12. Які ознаки дозволяють виокремити систему із зовнішнього економічного середовища?
13. На яких принципах базується ефективно управління логістичними потоками?
14. Яких правил треба дотримуватись при управлінні логістичними потоками?
15. Які функції виконує служба логістики в туристичній фірмі?



### Рекомендована література

1. Буряк Л.Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: Навч.-метод. посібник для самост. вивчення дисципліни [Текст] / Л.Д.Буряк; Київський національний економічний ун-т. – К.: КНЕУ, 2002.
2. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Навч.-метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни [Текст] / А.В. Войчак; Київський національний економічний ун-т. – К.: КНЕУ, 2000.
3. Герасименко В.Г. Основи туристичного бізнесу [Текст] / В.Г.Герасименко. - Одеса: Чорномор'я, 1997.
4. Карпов А.В. Психологія менеджмента: Учеб. пособие для студ. вузов [Текст] / А.В.Карпов. – М.: Гардарики, 2003.

5. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: Навч. посіб. для студ. екон. спец. вузів [Текст] / В.А.Карпов, В.Р.Кучеренко. – К.: Знання, 2001.
6. Ветитнев А.М. Маркетинг санаторно-курортных услуг [Текст] / А.М.Ветитнев. – М.: Изд-во «Медицина», 2001.
7. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг [Текст] / Н.А.Восколович – М.: Теис, 2002.
8. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. [Текст] / Ф.Котлер, Дж.Боуэн, Дж.Мейкенз – М.: ЮНИТИ, 2003.
9. Худо В.В. Інформаційні технології в управлінні туризмом [Текст] / В.В.Худо. – Трускавець, 2000. – С. 161-166.
10. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме [Текст] / В.Г.Гуляев. – М.: ПРИОР, 1999. – 144с.
11. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник [Текст] / М.П.Мальська, Н.В.Антонюк, Н.М.Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
12. Сайт компанії “Парус” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.parus.ua](http://www.parus.ua)
13. Компьютерные программы для автоматизации туристических фирм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tours.ru/soft/>
14. Аникин Б.А. Логистика: Учебн. пособ. [Текст] / Б.А.Аникин. – М.: Инфра, 2003. – 350 с.
15. Миротин Л.Б. Логистика: Учебн. пособ. [Текст] / Л.Б. Миротин. - М.: Инфра, 2003. – 196 с.
16. Неруш Ю.М. Логистика: Учебн. пособ. [Текст] / Ю.М. Неруш. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 386 с.

## Предметний покажчик

- Автоматизовані системи управління 298-303  
 Агрорекреаційний туризм 185  
 Альтернативні види туризму 172
- Балійська декларація 63  
 Блок місць 122-129, 132-134  
     строго фіксований 123  
     вільно фіксований 123  
     твердий 123  
     м'який 123  
 Безвідкличне бронювання 126-127  
 Бренд країни 189-190  
 Брендінг країн 289
- Ваучер 68, 103, 145-146, 149-150  
 Види сніданків 160-161  
 Види інформаційних потоків 310-311  
 Віза 72  
 В'їзний міжнародний туризм 8  
 ВТО 38-40
- Гаазька декларація 62  
 Географічне положення як фактор розвитку в'їзного туризму 32  
 Глибина номенклатури в'їзних турів 24  
 Глобальні дистриб'юторські системи 297  
 Гомогенні туристичні ресурси 193  
 Гостьовий цикл 153-154
- Державна служба туризму і курортів 51  
 Державне регулювання в'їзного туризму 46  
 Державний кордон 70  
 Договір агентський 150-151  
 Договір на екскурсійне обслуговування 103, 119, 145, 149-150  
 Договір на туристичне обслуговування 103, 145-149  
 Додаткові туристично-екскурсійні послуги 100, 103-104  
 Договір страхування 152  
 Дороги 281  
     міжнародні 281  
     національні 281  
     районні 282  
     регіональні 281  
     територіальні 282
- Екотуризм 186, 188  
 Екскурсія 111, 115-117  
 Екстремальний туризм 173, 182-184  
 Електронний довідник-каталог 298
- Елотмент 125
- Єдиний інформаційний простір 306
- Загальна декларація прав людини 36, 61  
 Заготівельна логістика 319  
 Закон України "Про туризм" 56, 65-67, 146, 151, 169, 179, 189  
 Загальне законодавство в галузі туризму 66
- Інкамінг 8  
 Інформаційна логістика 320  
 Інформаційний потік 310  
 Інформаційні технології 295-296, 299, 306  
 Інфраструктура 193, 256
- Капітал в туризмі 28  
 Комбінований потік 311  
 Комісійна винагорода (комісія) 128  
 Комітмент 122-124  
 Комплекс послуг на маршруті 102-103  
 Контрольний текст екскурсії 116
- Логістика 308  
 Логістика виробничих процесів 319  
 Логістика запасів 320  
 Логістична операція 312-313, 317  
 Людський капітал в туризмі 31
- Макрологістичний потік 313  
 Манільська декларація 62  
 Матеріальний потік 310  
 Методи обслуговування в ресторанах 162  
 Митна справа 76  
 Митний кодекс 76  
 Митний контроль 76  
 Митний кордон 76  
 Мікрологістичний потік 313  
 Міжнародна готельна конвенція 64  
 Міжнародні правові акти в галузі туризму 61
- Напрями туристичної політики України 43  
 Наскрізний потік 313  
 Нормативно-правові акти в галузі туризму 60:  
     загальні 60  
     законодавчі 60  
     конституційні 60  
     матеріальні 60  
     підзаконні 60

- процесуальні 60  
спеціальні 60
- Організація харчування груп іноземних туристів 163  
Організація харчування індивідуальних іноземних туристів 164  
Оренда готелю 120-122
- Паломництво 174-177  
Параметри логістичних потоків 314-315  
Портфель екскурсорова 117  
Потік 309  
Послуга в логістиці 312  
Правила управління потоками 324-326  
Принципи логістики 323-324  
Принципи розвитку в'їзного туризму 23  
Пріоритетне бронювання 129  
Програмне забезпечення турфірм 300, 304-308  
Проектування екскурсії 115-116  
Проектування турпоходу 115  
Проектування турпродукту 111-115  
Пункт пропуску через державний кордон 71
- Рада з питань туризму 49  
Рівень цін як фактор розвитку в'їзного туризму 33  
Рівні туристичного продукту 105:  
національний 105  
регіональний 105  
Регіональні туристичні організації 37-38  
Режим пропуску через державний кордон 71  
Релігійний туризм 173-179  
Ресторани демократичні 270  
Ресторани мережеві 269  
Ресторани незалежні 270  
Ресурси логістичної системи 311  
Розробка маршруту подорожі 113
- Сертифікація та категоризація послуг готелів 166-171  
Сеульська декларація 64  
Системний підхід 317-320  
Сільський туризм 184-187  
Соціальна інфраструктура 256-257  
Соціально-психологічні фактори розвитку в'їзного туризму 34  
Спеціальне законодавство в галузі туризму 67-69  
Спортивний туризм 179-182  
Статут ВТО 61  
Стійкість логістичної системи 322  
Стратегії розвитку в'їзного туризму 20-23:  
стратегія радіального розвитку 20  
стратегія рекреаційного районування 22
- стратегія транспортного коридору 21  
точкова стратегія 22
- Ticket stock 136  
Тематичні парки 271  
Технологічна карта туристської подорожі 116  
Технологічна карта екскурсії 116  
Технологічна операція 312  
Товари туристського призначення 103  
Транспортна логістика 320  
Транспортні коридори 276-278  
Транспортні підприємства в туризмі 275:  
первинні 275  
вторинні 275  
третинні 275  
Трансфер 102, 112, 141-142, 154-156  
Тур 100, 112  
Туристична логістична система 317-319  
Туристична подорож 111  
Туристична політика держави 43  
Туристична послуга 106, 112  
Туристична путівка 103, 180  
Туристична стратегія 45  
Туристична тактика 45  
Туристична траса 116  
Туристичне господарство 256  
Туристичний пакет 100  
Туристичний потенціал території 191-193  
Туристичний похід 111  
Туристичний продукт 100, 104-107  
Туристичний центр 100  
Туристичні ресурси 25  
природні 25  
природно-антропогенні 26  
антропогенні 26  
Туристський потяг 138-141  
Туроператор 107  
Туроператорська діяльність 107
- Фактори виробництва 25  
Фінансовий потік 310, 319
- Хартія туризму 40
- Цілі державного регулювання в'їзного туризму 46  
Ціна стойки готелю 120
- Чартер 131, 133-137
- Ширина номенклатури в'їзних турів 24

## Додаток А

назва туристичного підприємства, яке обслуговує маршрут

## ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА

туристичної подорожі за маршрутом \_\_\_\_\_ на 20\_\_ р.  
назва маршруту

1. Основні показники маршруту \_\_\_\_\_  
 Вид маршруту \_\_\_\_\_  
 Категорія складності \_\_\_\_\_  
 Протяжність маршруту (км) \_\_\_\_\_  
 у т.ч. пішки (на лижах) \_\_\_\_\_  
 Тривалість подорожі (діб) \_\_\_\_\_  
 Кількість туристичних груп \_\_\_\_\_  
 Кількість туристів у групі \_\_\_\_\_  
 Всього туристів на маршруті \_\_\_\_\_  
 Всього людино-днів обслуговування \_\_\_\_\_  
 Початок обслуговування на маршруті першої групи \_\_\_\_\_  
 Початок обслуговування на маршруті останньої групи \_\_\_\_\_  
 Закінчення обслуговування на маршруті останньої групи \_\_\_\_\_  
 Вартість путівки \_\_\_\_\_

Місяць	Кількість туристів в місяць	Графік заїздів туристичних груп за місяцями	Кількість груп в місяць
01 Січень			
02 Лютий			
03 Березень			
04 Квітень			
05 Травень			
06 Червень			
07 Липень			
08 Серпень			
09 Вересень			
10 Жовтень			
11 Листопад			
12 Грудень			
Всього за маршрутом			

2. Адреса туристичного підприємства, з якого починається подорож





## ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЛИСТОК до путівки туристичної подорожі

---

найменування подорожі

### Обов'язкова інформація

1. Вказівка виду і типу туристичної подорожі, основного змісту програми обслуговування в подорожі, протяжність і тривалість всього маршруту і його похідної частини, категорійності походів.
2. Опис траси подорожі – пунктів перебування, тривалості перебування і умови розміщення в кожному пункті обслуговування (тип споруди, кількість місць у номері, його санітарно-гігієнічне обладнання).
3. Короткий опис району подорожі (пам'ятки, особливості рельєфу місцевості і т.п.), програми обслуговування в кожному пункті подорожі (у відповідності з технологічною картою туристичної подорожі).
4. Перелік послуг, які надаються за додаткову оплату.
5. Наявність і коротка характеристика спортивних споруд і майданчиків, автостоянок, пасажирських канатних доріг, водоймищ, пляжів, атракціонів, дитячих гральних майданчиків (кімнат), бібліотек, кінозал і т.д.
6. Адреса туристичного підприємства, в якому розпочинається туристична подорож, і проїзд до нього.

### Приблизний перелік додаткової інформації

1. Інформація про вікові обмеження, прийняття батьків з дітьми, сімейних.
2. Спеціальна інформація для туристичних подорожей з походом.
3. Інша інформація і рекомендації.

*Примітка: доцільно відмічати, що «особам, які потребують лікування і постійного лікарняного догляду, мандрувати за туристичних маршрутом не рекомендується»*



## Додаток Д

## Структура та основний зміст звіту про проведення експедиційного обстеження маршруту туристичного походу

1. Звіт про проведення експедиційного обстеження маршруту туристичного походу є інформаційною основою проектування нової туристичної подорожі, яка включає похід.

2. Текстова частина звіту може містити наступні розділи:

2.1 Довідкові відомості про район походу: які особливості району походу визначають тактичні та технічні рішення при підготовці і проведенні походу.

2.2 Відомості про похід: містять докладні дані про маршрут походу, його протяжність і тривалість, перелік його окремих етапів з різноманітними способами пересування.

2.3 Організація походу, в тому числі, обґрунтування вибору саме даного маршруту.

2.4 Графік руху і технічний опис походу.

Особливу увагу приділяють опису заходів із забезпечення безпеки, можливим екстремальним ситуаціям, засобам орієнтування в умовах обмеженої видимості.

2.5 Підсумки походу, висновки і рекомендації.

Найбільш характерні особливості району, походу, яким чином полегшити проходження маршруту походу, зробити його більш безпечним і цікавим.

2.6 Список літератури, перелік використаних туристичних звітів та інших джерел інформації при підготовці походу і складанні звіту.

2.7 Додатки:

- списки особистого і групового спорядження, рекомендації з комплектування спорядження й інвентарю;

- раціон харчування в поході, інформація про можливі поповнення продуктів на шляху;

- маса продуктів і спорядження на групу і на одного учасника;

- кошторис витрат на похід;

- розклад роботи транспорту, вузлів зв'язку, розміщення пунктів медичної допомоги;

- фотографії (замальовки) до звіту – повинні характеризувати складні ділянки маршруту походу, природу і визначні пам'ятки району. Фотографії слід пронумерувати і підписати, зазначивши об'єкти зйомки;

- оглядова мапа району походу з нанесеним на ній маршрутом, його запасними варіантами, зазначеними напрямком руху, місцями ночівлі, перешкодами та орієнтирами, місцями зйомок основних фотографій. Мапу доповнюють ескізами (кроками) найбільш важких ділянок походу з вказівкою шляхів їх подолання.

3. Оформлення звіту.

Звіт повинен мати машинописне виконання (через 1,5 інтервали), бути переплетеним і пронумерованим разом із додатками. Загальний обсяг звіту, як правило, до 100 стор., у тому числі, тексту – до 50 стор. Звіт повинен мати титульний аркуш із заголовком, зміст із переліком всіх розділів, фотографій, карт (схем). Із внутрішньої сторони обкладинки (на форзаці) приклеюють конверт для мап і документів.

## ПАСПОРТ ТРАСИ ПОХОДУ

1. Назва туристичного підприємства \_\_\_\_\_  
 Вид туризму \_\_\_\_\_, траса походу \_\_\_\_\_

назва основних географічних пунктів

Протяжність \_\_\_\_\_ км, тривалість \_\_\_\_\_ діб.

Кількість туристів в одній групі \_\_\_\_\_ осіб.

Період роботи з \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_.

Паспорт складено в 20\_\_\_\_ р. в \_\_\_\_\_ прим.

Зміни внесено в 20\_\_\_\_ р. на стор. \_\_\_\_\_.

в 20\_\_\_\_ р. на стор. \_\_\_\_\_.

в 20\_\_\_\_ р. на стор. \_\_\_\_\_.

Примірники паспорту направлено:

1. - \_\_\_\_\_
2. - \_\_\_\_\_
3. - \_\_\_\_\_
4. - \_\_\_\_\_
5. - \_\_\_\_\_

2. План проходження траси походу:

День шляху	Ділянки траси	Км	Спосіб пересування
1-й			
2-й			
3-й			
....			
<i>n</i> -ий			

Всього з активним способом пересування \_\_\_\_\_ км.

3. Схема траси походу (допускається вклеювання топографічних видань, мап і схем масштабом не меншим за 1:200 000 з обзначенням траси походу).

### Умовні позначення:

- траса походу - \_\_\_\_\_
- запасні варіанти траси - \_\_\_\_\_
- місця ночівлі - \_\_\_\_\_
- притулки - \_\_\_\_\_
- місця укриттів - \_\_\_\_\_
- пункти медичної допомоги - \_\_\_\_\_
- пункти зв'язку (вказати вид зв'язку) - \_\_\_\_\_

Коротка характеристика траси походу \_\_\_\_\_

---



---



---



---



---

Опис важких ділянок траси походу.

---



---



---



---



---

4. Відомості про клімат в районі траси походу (заповнюють лише на період роботи даного маршруту)

Відомості	Місяці	Червень 06	Липень 07	Серпень 08	Вересень 09
Температура	середня				
	мінімальна				
	максимальна				
Швидкість вітру, м/с	середня				
	максимальна				
Середня кількість опадів					

5. Можливі стихійні явища і дії групи при їх виникненні.

---



---



---



---



---

6. Вимоги до передпохідної підготовки туристів.

---



---



---



---



---

### Теоретичні і практичні заняття на турбазі

№ п/п	Тема	Кількість годин занять	Форма проведення
1.			
2.			
...			
<i>n.</i>			

7. Рекомендації до тексту інформаційного листка до путівки.

До тексту путівки вносяться рекомендації, які стосуються туристського спорядження, одягу, взуття і т.д. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

8. Туристське спорядження для проходження траси:

а) те, що надається туристичним підприємством згідно путівки, в т.ч.:

- групове (на \_\_\_\_ туристів і одного інструктора) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

б) особисте (на \_\_\_\_ туристів) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

б) надається за додаткову оплату \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

9. Благоустрій траси походу:

Маркування \_\_\_\_\_

Притулки, місця ночівлі та укриттів, благоустрій траси \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Директор підприємства \_\_\_\_\_

Ст. інструктор \_\_\_\_\_

«ПОГОДЖЕНО» \_\_\_\_\_

(підписи погоджувальних організацій)

### **Вказівки зі складання паспорту:**

1. Паспорт складають окремо на трасу кожного основного або тренувального походу тривалістю більше 1 доби.
2. Паспорт складає те туристичне підприємство, де розпочинається похід.
3. Відомості про клімат і можливі стихійні лиха в районі подорожі заносять згідно даних спостережень гідрометеослужби.
4. Паспорт направляють кожному туристичному підприємству, яке приймає участь в обслуговуванні туристів на трасі походу.
5. Зміни, які виникли в процесі експлуатації траси походу, повинні бути в місячний термін внесені до всіх примірників паспорту. За необхідності замінюють окремі аркуші або складають новий паспорт.

Додаток Ж

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Керівник туристичного підприємства

\_\_\_\_\_

підпис \_\_\_\_\_ ІПП  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ року  
М.П

### ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА ЕКСКУРСІЇ

Тема екскурсії \_\_\_\_\_

Тривалість (год.) \_\_\_\_\_

Протяжність (км) \_\_\_\_\_

Автор-розробник \_\_\_\_\_

автор, колектив авторів, підприємство

Зміст екскурсії \_\_\_\_\_

Маршрут екскурсії \_\_\_\_\_

В т.ч. варіанти маршруту (літній, зимовий) \_\_\_\_\_

Ділянки (етапи) переміщення за маршрутом від місця збору екскурсантів до останнього пункту на конкретній ділянці маршруту	Місця зупинок	Об'єкти показу	Тривалість огляду	Основний зміст інформації	Вказівки з організації*	Методичні вказівки**

\* вказуються кращі точки, ракурси огляду об'єктів показу, виходи екскурсантів із автобусу, конкретні моменти надання інформації.

\*\* вказівки зі створення певного емоційно-психологічного настрою екскурсантів, з використання конкретних методичних прийомів ведення екскурсії.

**Додаток К**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Керівник туристичного підприємства

підпис \_\_\_\_\_ ПП  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

М.П

**ПОГОДЖЕНО**  
Представник Державтоінспекції

підпис \_\_\_\_\_ ПП  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

М.П

**Схема маршруту транспортної екскурсії**

Маршрут екскурсії \_\_\_\_\_

Перелік об'єктів показу \_\_\_\_\_

Тривалість (год.) \_\_\_\_\_

Протяжність (км) \_\_\_\_\_

**Схема маршруту**

(графічне зображення ділянок переміщення, місць зупинок з позначенням тривалості (хв.) і протяжності (км))

**Розшифровка схеми маршруту**

1. Перелік географічних точок слідування за маршрутом.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Перелік зупинок.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. Позначення місця початку екскурсії.

\_\_\_\_\_

## Додаток Л

## Вимоги до готелів різних категорій

Вимога	Категорія готелю				
	*	**	***	****	*****
<b>I Облаштування території, зовнішні елементи благоустрою</b>					
Вивіска:					
1) із зовнішнім освітленням або що світиться;	0	0			
2) що світиться з емблемою.			0	0	0
Вхід до готелю:					
1) безпосередньо до вестибюля, де міститься служба приймання, захищений від потрапляння холодного повітря;	0	0	0	0	0
2) окремий службовий вхід;			0	0	0
3) вхід для гостей з дашком над дверима або з подвійними дверима, що відчиняються автоматично;			0		
4) вхід для гостей з повітряно-теплогою завіскою та дашком на шляху від автомобіля.				0	0
Вхід до ресторану (кафе, бару):					
1) з готелю;		0	0	0	0
2) окремий вхід з вулиці до об'єкта ресторанного господарства (не стосується закладів ресторанного господарства, розташованих на поверхах, вище другого);			0	0	0
Автостоянка:					
1) автостоянка біля готелю або на відстані не більше ніж 400 м від нього з урахуванням особливостей забудови району. Кількість місць не менша ніж 20 % від кількості номерів, для мотелів — 100 %;	0	0	0		
2) автостоянка з охороною або гараж з основними видами технічного обслуговування автомобілів. Кількість місць не менша ніж 25 % від кількості номерів, для мотелів — 100 %.				0	0
Декоративне і (або) огорожувальне озеленення території (крім готелів, розташованих у суцільній міській забудові)		0	0	0	0
<b>II Громадські приміщення</b>					
Устаткування та меблі відповідають функціональному призначенню приміщення		0	0	0	0
Зона приймання (рецепція):					
1) з мінімальною площею (м <sup>2</sup> ), якщо кількість номерів менша ніж	10	20	20	30	50
2) додаткова площа (м <sup>2</sup> ) на кожний номер понад норму	0,2	0,3	0,5	0,8	1,0
Служба приймання та зона відпочинку:					
1) меблі (крісла, дивани, стільці, столи, журнальні столики); спеціальний покриття підлоги: граніт, мозаїка, оздоблювальна плитка;	0	0	0	0	0
2) меблі гарнітурні для відпочинку; оздоблення підлоги та стін зі штучних або натуральних матеріалів; декоративне озеленення; оформлення інтер'єру приміщення декоративними елементами, картинами або іншими художніми творами, які гармонують з обстановкою; освітлювальні прилади, які гармонують із загальним стилем приміщення та забезпечують достатнє освітлення (не менше ніж 10 Вт/м <sup>2</sup> );			0	0	



3) меблі для відпочинку гарнітурні, виготовлені на замовлення, виняткового дизайну; оздоблення підлоги та стін із натуральних матеріалів найвищої якості; живі квіти та декоративні рослини; декоративні елементи оформлення інтер'єру та картини в авторському виконанні, що відповідають загальному стилю приміщення; освітлювальні прилади виняткового дизайну на індивідуальне замовлення, які гармонують із загальним стилем приміщення та забезпечують достатнє освітлення (не менше ніж 10 Вт/м <sup>2</sup> ).					0
Килими або килимовий покрив у зонах відпочинку та коридорах	0	0	0	0	0
Сейф для зберігання цінностей туристів у зоні приймання	0	0	0	0	0
Інформаційні та рекламні матеріали, зокрема, іноземними мовами, в зоні приймання або у холах на поверхах			0	0	0
Реєстрація з використанням сучасного технічного устаткування (якщо кількість номерів більша ніж 30)				0	0
Холи (салони) на поверхах			0	0	0
Приміщення або частина приміщення для перегляду телепередач	0	0			
<b>III Загальне технічне устаткування</b>					
Аварійне освітлення (ліхтарі, акумулятори) або централізоване аварійне енергопостачання	0	0			
Стаціонарний генератор, що забезпечує освітлення громадських та житлових приміщень і роботу ліфтів протягом не менше ніж 24 год (у місцевості, де неможливо забезпечити централізоване аварійне енергопостачання), або централізоване аварійне енергопостачання			0		
Стаціонарний генератор, що забезпечує освітлення громадських та житлових приміщень і роботу ліфтів, холодильних установок, кухонного устаткування, обробки та подавання води протягом не менше ніж 24 год (у місцевості, де неможливо забезпечити централізоване аварійне енергопостачання), або централізоване аварійне енергопостачання				0	0
Резервуар для запасу води щонайменше ніж на добу у районах з можливими перебоями у водопостачанні	0	0	0	0	0
Резервна система гарячого водопостачання на час аварії чи профілактичних робіт			0	0	0
Кондиціонування приміщень спільного використання (вестибюль, приміщення для культурних або ділових заходів):					
1) кондиціонування або інші системи чи устаткування, яке забезпечує заміну повітря та дотримання температури від 18 °С до 22 °С і вологості від 45 % до 60 %;			0		
2) кондиціонування				0	0
Кондиціонування житлових приміщень:					
1) кондиціонування або інші системи чи устаткування, які забезпечують заміну повітря та дотримання температури від 18 °С до 22 °С і вологості від 45 % до 60 %;				0	
2) кондиціонування					0
Вентиляція санвузлів	0	0	0	0	0
Опалення:					
1) опалювання громадських і житлових приміщень окремими приладами або центральне опалення;	0	0			

2) центральне опалення;			o	o	o
3) з термостатом для індивідуального регулювання температури (в нових та реконструйованих будинках);				o	o
4) підігрівання підлоги у ванній кімнаті;					o
Пасажирський ліфт або ескалатор у будинках (вимога не обов'язкова за наявності документального підтвердження щодо неможливості встановлювання ліфта з технічних причин. У такому випадку потрібно безплатно доставляти багаж у номери):					
1) більше чотирьох поверхів;	o	o			
2) більше трьох поверхів;			o		
3) більше двох поверхів;				o	
4) більше одного поверху.					o
Час очікування:					
— 30 с.				o	o
— 45 с.			o		
Цілодобова робота ліфта або ескалатора	o	o	o	o	o
Вантажний ліфт (якщо кількість номерів більша ніж 30)				o	o
Не менше одного ліфта на кожні 60 номерів (в нових та реконструйованих готелях)				o	o
Телефонний зв'язок:					
1) телефон в рецепції, доступний для гостей;	o	o	o	o	o
2) міський телефон на поверсі за відсутності телефонів у номерах;	o	o			
3) міський телефон в усіх номерах;			o		
4) прямий телефон з міською, міжміською, міжнародною мережею в усіх номерах;				o	o
5) у багатокімнатних номерах — у кожній кімнаті;				o	o
6) у багатокімнатних номерах — у санвузлах;					o
7) телефони колективного користування у вестибюлі в кабіні або під акустичним ковпаком — міський, міжміський, міжнародний.	o	o	o	o	o
<b>IV Номерний фонд</b>					
Місць в одно-, двомісних номерах не менше ніж	60 %	80 %	100%	100 %	100%
Житлова площа однокімнатних номерів (без площі санвузла, коридора та балкона) в м <sup>2</sup> :					
1) одномісні;	8	9	10	12	14
2) двомісні;	10	12	14	15	16
3) тримісні;	14	16			
4) чотиримісні;	16	18			
5) для номерів, в яких кількість ліжок більше чотирьох, до площі чотиримісного номера додається на кожного наступного гостя 4,5 м <sup>2</sup>	o	o			
6) допущено відхилення не більше ніж на 10 % житлової площі номерів, за умови збільшеної площі інших частин номера (лоджія, коридор тощо) і (або) підвищеної функціональності меблів.	o	o	o		
Багатокімнатні номери			o		

Багатокімнатні номери, які повинні мати щонайменше: вітальню площею не менше ніж 16 м <sup>2</sup> , спальню із санвузлом (ванна, душ, умивальник, унітаз), коридор з додатковим туалетом. Кількість — не менша ніж 5 % від загальної кількості номерів				o	o
Звукоізоляція номерів на рівні 35 дБА	o	o	o		
Усі номери з підвищеною звукоізоляцією дверей та вікон, яка забезпечує захист від вуличного шуму	o	o	o		
Усі номери з особливою звукоізоляцією стін, дверей та вікон, яка повністю запобігає проникненню стороннього шуму з вулиці та готельних приміщень				o	o
<b>V Технічна оснащеність номерів</b>					
<b>Двері та замки:</b>					
1) замок;	o	o	o		
2) із внутрішнім запобіжником;	o	o	o		
3) замок підвищеної секретності;				o	o
4) вічко у дверях.				o	o
Охоронна сигналізація чи електронні засоби контролю за безпекою номера				o	o
<b>Освітлення:</b>					
1) загальне освітлення кімнати;	o	o			
2) світильник біля кожного ліжка;	o	o			
3) лампа, яка освітлює робоче місце (стіл);			o	o	o
4) вимикач дистанційного керування загального освітлення біля узголів'я ліжка (в нових та реконструйованих готелях)					o
<b>Електричні розетки:</b>					
1) із зазначенням напруги;	o	o			
2) не менше двох на кімнату;	o	o			
3) у санвузлі;	o	o			
4) для під'єднання до Інтернету;				o	o
5) різнопазові				o	o
<b>Телевізор:</b>					
1) на прохання гостя;	o	o			
2) кольоровий у кожному номері;			o	o	o
3) з прийманням програм основних телекомпаній світу і готельного відеоканалу, з дистанційним керуванням				o	o
Радіоприймачі або інша можливість приймання радіопрограм в усіх номерах	o	o			
Холодильник у багатокімнатних та одномісних номерах			o	o	o
Міні-бар або холодильник в усіх номерах				o	o
Міні-бар				o	o
Міні-сейф у кожному номері або сейф з індивідуальними відділками у службі приймання				o	o
Міні-сейф у кожному номері					o
<b>VI Оснащеність номерів меблями та інвентарем</b>					
<b>Ліжко (мінімальні розміри):</b>					
1) односпальне 80 см x 190 см;	o	o			
2) односпальне 90 см x 200 см;			o	o	o
3) двоспальне 140 см x 190 см;	o	o	o		

4) двоспальне 160 см x 200 см;				0	0
5) дитяче або розкладне ліжко (на прохання)	0	0	0	0	0
Комплект постільних речей і білизни:	0	0	0	0	0
— матрац з намотрацником;	0	0	0	0	0
— дві подушки;	0	0	0	0	0
— ковдра, додаткова ковдра, покривало на ліжко;	0	0	0	0	0
— простирадло, підковдра, наволочки.	0	0	0	0	0
Килимок біля кожного ліжка за відсутності килима або килимового покриву підлоги	0	0	0		
Килим або килимовий покрив підлоги				0	0
Тумбочка (столік) біля кожного спального місця	0	0	0	0	0
Вішалка для верхнього одягу і головних уборів	0	0	0	0	0
Шафа, вбудована шафа або ніша для одягу з полицками і плічками (не менше ніж 3 шт./місце)	0	0			
Шафа з полицками, вішалкою та плічками (не менше ніж 5 шт./місце)			0	0	0
Стільці або інші меблі для сидіння (один предмет на кожного гостя, але не менше двох на номер)	0	0	0		
Крісло для відпочинку (щонайменше два на номер) або м'який диван				0	0
Стіл або письмовий стіл	0	0	0		
Письмовий стіл зі стільцем або робочим кріслом I				0	0
Журнальний столик				0	0
Поличка (підставка) для багажу	0	0	0	0	0
Цупкі завіски (або жалюзі), що затемнюють приміщення	0	0	0	0	0
Прозорі завіски (або жалюзі)	0	0	0	0	0
Дзеркало:					
— у кімнаті, додатково до дзеркала у ванній кімнаті або над умивальником;	0	0	0	0	0
— щонайменше одне великого розміру або у повний зріст				0	0
Швацький набір (голка, нитки)			0	0	0
Щітки: для одягу, для взуття	0	0	0	0	0
Склянки на кожного гостя	0	0	0		
Набір посуду для питної води, чаю та міні-бару				0	0
Вода мінеральна або столова, 0,2 л на гостя щоденно				0	0
Попільничка	0	0	0	0	0
Ключ скомбінований (для відкривання пляшок)	0	0	0	0	0
Інформаційні матеріали у номері	0	0	0	0	0