

*Електронний варіант
розширеного плану-конспекту лекцій з
“Географії туризму”
(18 годин)*

Лекція №1
Географія туризму як наукова дисципліна
(2 год.)

План

1. Туризм як соціо-еколого-економічна система та об'єкт дослідження географічної науки.
2. Туристська активність людини та фактори, що її формують.
3. Туристичний потенціал території та загальна характеристика його складових елементів.

Література:

Аріон О.В. Географія туризму: навчально-методичний посібник для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Аріон, С.І. Уліганець; КНУТШ. – Київ: Обрії, 2009. – 172 с.

Бейдик О.О. Рекреативно-туристські ресурси України : методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О.О. Бейдик. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с.

Кифяк В.Ф. Організація туризму: Навчальний посібник / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги ХХІ, 2008. – 344 с.

Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник / С.П. Кузик ; МОНУ ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, Географічний ф-т. – Київ : Знання, 2011. – 271 с.

Любіцева О.О. Туристичні ресурси України / О.О.Любіцева, Є.В.Пайкова, В.І.Стафійчук. – К. Альтерпрес, 2007. – 369 с.

Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства: монографія / За ред. Г.П. Скляра. – Полтава: ПУЕТ, 2015. – 250 с.

Парфіненко, А. Ю. Парадигма туризму ХХІ століття [Текст] / А. Ю. Парфіненко, В. І. Сідоров, О. О. Любіцева // Туристичне країнознавство [Текст] : підручник / А. Ю. Парфіненко, В. І. Сідоров, О. О. Любіцева. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – Київ : Знання, 2015. – С. 45-69.

Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку [Текст] : монографія / за ред. М. О. Кизим, В. Є. Єрмаченко. – Х. : ІНЖЕК, 2012. – 472 с.

1. Туризм як соціо-еколого-економічна система та об'єкт дослідження географічної науки.

У світовій літературі не існує одностайного підходу щодо розуміння змісту туризму. Так, у найдоступнішій упродовж багатьох десятиріч науковій літературі туризм вважали видом рекреації, тобто субгалуззю. Цю чітко організовану рекреаційну систему дотепер продовжують використовувати на пострадянському просторі. Водночас українські туризмознавці все частіше розглядають туризм самостійною галуззю, а колишні субгалузі рекреації - санаторно-курортну справу та відпочинок - лікувальним і відпочинково-оздоровчим туризмом, або рекреаційним туризмом. Сама рекреація подана як функція туризму, дотична до відновлення фізичних і духовних сил, затрачених людиною в процесі трудової діяльності або під час виконання інших обов'язків. **Рекреаційна функція туризму**, пов'язана з оздоровленням людини, повинна бути пріоритетною, причому оздоровлення диференціюють на лікування та профілактику здоров'я. З останнім узгоджується більшість сучасних видів туризму. Отже, **туризм** варто розуміти як діяльність, що здійснюється за вільним вибором людини з метою відновлення фізичних і духовних сил та розвитку інтелектуальних здібностей.

Польські географи Я. Варшинська й А. Яцковський у праці "Основи географії туризму" (1978 р.) дотримуються думки, що термін "географія туризму" – дещо краще визначення, ніж "рекреаційна географія", а саму науку "Географія туризму" з її завданням і предметом дослідження вважають "міждисциплінарною та синтетичною, розміщеною на пограниччі природничих, економічних і суспільних наук, і це дає підстави трактувати її як окрему географічну дисципліну"⁸.

Окрім рекреаційної, туризм виконує культурну, соціальну, екологічну, просвітницьку, виховну й економічну функції.

Культурна функція здійснюється через ознайомлення з культурою, побутом, традиціями, способом життя СВОГО та інших народів світу. Туризм став "послом миру" в розширенні культурних і ділових контактів між народами. Водночас упродовж ХХ ст. він перетворився на феномен сучасної культури. Бажання пізнати інші народи набуває популярності серед усіх верств населення світу.

Соціальна значущість туризму підвищується завдяки оздоровленню населення, відновленню його духовних і фізичних сил, що позитивно впливає на стан здоров'я та продуктивність - людської праці.

Екологічна функція туризму особливо актуальна в сучасних умовах. З одного боку, туризм є споживачем природних ресурсів і своєю діяльністю впливає на її стан, а з іншого - в їх збереженні та раціональному використанні мають бути зацікавлені організатори туризму. Захист

туристичних ресурсів та довкілля загалом повинен стати пріоритетним напрямом розвитку туризму.

Просвітницька і виховна функції туризму поєднані між собою. Унаслідок відновлення туристичних маршрутів, які пов'язані з національно-визвольною боротьбою українського народу, історико-культурною спадщиною українського козацтва, героїчною боротьбою із різними завойовниками тощо, підвищиться інтерес до пізнання рідного краю. Це в кінцевому підсумку впливатиме на патріотичне виховання, насамперед підростаючого покоління.

У розкритті **економічного змісту** туризму та його діяльності вагоме значення має врахування мети туристичної подорожі. Адже від мотивації туризму залежатиме не лише формування туристичного попиту, а й отримання бажаних наслідків від реалізації запропонованих послуг.

Зауважуючи пропозиції Всесвітньої організації туризму (ВОТ), дослідники розглядають туризм, залежно від мети, як:

- відпочинок або рекреація* під час різноманітних відвідин, торговельних закупок, курортних, спортивних заходів, походів, азартних ігор, відпочинку в літніх таборах, шлюбних мандрівок та ін.;

- оздоровлення в оздоровницях, тобто санаторіях, пансіонатах із лікуванням та інших оздоровлювальних закладах;

- професійна поїздка з метою участі в конференціях, конгресах, ярмарках, виставках, спортивних змаганнях, фестивалях і под.;

- відвідування рідних та знайомих з метою проведення канікул і перебування в гостях, на весіллях тощо;

- релігійна мандрівка, паломництво;

- інші мотивації, зокрема участь у круїзах, чартерних рейсах, туристичних заходах під час транзиту та ін.

З економічного погляду, **туризм** – це вид споживання, за яким надання духовних і матеріальних благ у вигляді послуг і товарів виокремлює його в своєрідну сферу обслуговування. "Потреби подорожуючої людини, з огляду на масовість, сформували галузь сфери обслуговування населення. Подальше зростання запитів стимулювало розвиток галузі, а мультиплікаційний ефект та комплексний характер споживання (обслуговування) сприяли її перетворенню в індустрію туризму - міжгалузевий комплекс, спрямований на задоволення туристичних потреб населення".

У науковій літературі найпоширеніша думка: **туризм** як галузь – це сукупність підприємств сфери послуг і низки виробничих служб на спеціалізованих територіях, що постають у вигляді комплексної системи, де послуги надають заклади розміщення (готелі, мотелі, кемпінги, пансіонати,

туристичні бази, будинки відпочинку, притулки, приватні квартири або окремі будинки та ін.), харчування (ресторани, їдальні, кафе, бари та ін.), транспорту (автопідприємства, залізничні відомства, підприємства морського й річкового транспорту тощо), торгівлі (магазини, пункти прокату та ін.).

У Законі України "Про туризм" зауважується, "Туристична індустрія - це сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів".

2. Туристська активність людини та фактори, що її формують..

З-поміж ***фізико-географічних чинників*** особливе місце посідають ландшафтні ресурси та кліматичні умови, які здебільшого і визначають туристично-рекреаційне використання території, впливають на формування та розвиток туристичного господарства, вибір району відпочинку і подорожі. Виокремлення ландшафтних ресурсів туризму вимагає вивчення фізико-географічної характеристики території, передусім характеру рельєфу, здатності гідромережі для використання їх із рекреаційною метою, а мінеральних вод і грязей - для лікувально-оздоровчих цілей.

Суспільно-географічні чинники - це економіко-географічне розташування, стан соціально-економічного розвитку території, наявність населення і трудових ресурсів, розвиток дотичних до туризму галузей матеріального виробництва та розвиток інфраструктури.

Соціально-економічний стан країни може мати вирішальне значення для розвитку туризму. Це добре простежуємо на прикладі країн, які постачають туристів, і країн, які їх приймають.

Геополітичні чинники суттєво позначаються на прийнятті рішень із організації міжнародних поїздок. Тут необхідно враховувати політичну ситуацію, її стабільність, відсутність конфліктів, ставлення населення до іноземних туристів, політичну культуру й аж тоді приймати рішення про відвідування цієї чи іншої території, країни, регіону.

Туристичні потреби та їх обсяги в сучасному світі переважно зумовлені:

- підвищенням добробуту населення, суспільства;
- збільшенням тривалості вільного часу;
- зростанням загальної кількості населення;
- ментальними особливостями населення;

- природно-кліматичними умовами проживання, екологічним станом навколишнього середовища.

Таблиця 1.1.

Критерії виокремлення основних видів туризму

№	Критерії мотивацій	Основні види туризму
1	Фізіологічні:	
	- відпочинок	Відпочинковий
	- лікування й оздоровлення	Лікувально-оздоровчий
	- спорт	Спортивний
2	Психологічні:	
	- відхід від щоденної одноманітності	Розважальний
3	Культурологічні та духовні:	
	- пізнання культури народів світу	Культурно-пізнавальний
	- духовні потреби	Релігійно-паломницький
4	Професійні:	
	- розвиток та вдосконалення особистості	Діловий або економічний
	- участь у конгресах, симпозіумах, конференціях	Науковий
5	Політичні:	
	- політична діяльність	Дипломатичний
	~ участь у громадсько-політичних заходах	Майданний
6	Індивідуальні:	
	- відвідування знайомих, друзів, родинних місць;	Сентиментальний
	- відпочинок на природі	Екологічний, зелений
	- тихе "полювання" (збір ягід, грибів, рибальство)	Аматорський
	жадоба ризику	Екстремальний
	- пізнання світу через Інтернет	Віртуальний

3. Туристичний потенціал території та загальна характеристика його складових елементів.

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.

Їх розглядають як передумови розвитку в'їзного туризму.

Лекція №2.

Методологія та методика географічних досліджень в туризмі.

(2 год.)

План

1. Сучасні наукові концепції в географії туризму.
2. Сучасні наукові моделі в географії туризму.
3. Картографічний метод та форми його використання в географії туризму.

Література:

Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник / С.П. Кузик ; МОНУ ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, Географічний ф-т. – Київ : Знання, 2011. – 271 с.

Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства: монографія / За ред. Г.П. Скляра. – Полтава: ПУЕТ, 2015. – 250 с.

Парфіненко, А. Ю. Парадигма туризму XXI століття [Текст] / А. Ю. Парфіненко, В. І. Сідоров, О. О. Любіцева // Туристичне країнознавство [Текст] : підручник / А. Ю. Парфіненко, В. І. Сідоров, О. О. Любіцева. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – Київ : Знання, 2015. – С. 45–69.

Проблеми розвитку туристичного бізнесу: монографія / за заг. редакцією Г.П. Скляра, В.Г. Шкарупи. – Полтава: ПУЕТ, 2013. – 233 с.

Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку [Текст] : монографія / за ред. М. О. Кизим, В. Є. Єрмаченко. – Х. : ІНЖЕК, 2012. – 472 с.

1. Сучасні наукові концепції в географії туризму.

1. Теорія розвитку туризму безпосередньо пов'язана з теорією стадій економічного зростання, яку розробив американський економіст-історик У. Ростоу. Згідно з його концепцією, суспільство налічує п'ять стадій зростання: традиційне суспільство; накопичення передумов для піднесення (стартова стадія); стадія піднесення; період досягнення економіко-технічної зрілості, тобто стабільності, й період масового споживання. До основних умов функціонування згаданої теорії належить мобілізація внутрішніх та іноземних інвестицій задля прискорення економічного зростання. На думку У. Ростоу, всі розвинуті країни пройшли стадію піднесення і продовжують шлях до самовдосконалення. Інші країни, зокрема ті, що розвиваються, перебувають на стадіях традиційного суспільства або дозрівання передумов для подальшого зростання. Тому в них відсутні внутрішні інвестиції, не

створено економічних передумов для інвестування територій, багатих на туристичні ресурси і придатних для розвитку масового туризму. З огляду на це, розвиток туризму й інших галузей і сфер людської діяльності у країнах, які розвиваються, і тих, що не перебувають на стадії економічного піднесення, дуже залежні від рівня інвестування зацікавлених розвинутих країн світу. Отже, розвиток туризму в країні або регіоні з переважанням туристичних ресурсів тісно пов'язаний зі стадією економічного розвитку, тобто зі стадією піднесення, коли створені сприятливі умови для мобілізації внутрішніх та іноземних інвестицій у розвиток туризму.

Теорія розвитку туризму концептуально відповідає моделі *залежного розвитку*, широко популярну на заході ще у 70-х роках ХХ ст. Її заснував відомий аргентинський економіст Р. Пребіш. Згідно зі згаданою моделлю, економічний стан однієї групи країн, які характеризуються вищим рівнем розвитку, зумовлює розвиток іншої групи менш розвинутих країн. Ці відносини залежності зводяться до того, що існують країни, де економіка може успішно розвиватися лише за умови зовнішнього впливу на них розвинутіших країн.

Відповідно до названої концепції, туризм у країнах, котрі розвиваються, може досягти відчутного успіху лише за умови, якщо у цьому будуть зацікавлені високорозвинуті країни. Таким реальним прикладом можна вважати світовий ринок туристичних послуг, що розвивається в умовах конкурентної боротьби. Структура та напрями туристичних послуг окремих країн потрапляють під впливи змін конкуренто- здатності їх турпродукта на світовому ринку.

Теорія периферії в розвитку туризму. До перших авторів теорії периферії, яка виявилася антитезою теорії центральних місць, належав німецький учений В. Крісталлер. Суть цієї теорії полягає в обґрунтуванні просторової організації розселення в пошуку певної регулярності сфери послуг. На думку вченого, учасники туристичних походів намагаються задовольнити туристичні потреби поза межами міських поселень, тобто центрами цивілізаційних зосереджень, освоюючи позаміський простір зелених зон довкола великих міст та їх агломерацій, багатий насамперед на природні туристичні ресурси. Ці ж туристи, врешті-решт, зможуть і, напевне, захочуть відвідати центри агломерацій, але радше задля покупок та з пізнавальною метою.

В. Крісталлер на прикладі країн Середземномор'я періоду 50-х років ХХ ст. довів, що найпопулярнішим і наймасовішим туристичний рух був у країнах Південної Європи, зокрема Іспанії, південній частині Італії та Франції, Греції, території яких за рівнем соціально-економічного розвитку

вважали периферією Європи (певною мірою так залишається й дотепер), а більшість найрозвинутіших країн Західної Європи як тоді, так і досі були і є центрами формування туристичних потоків.

Теорія циклів еволюції туристичного простору. На початку 80-х років ХХ ст. з'явилася ще одна теорія розвитку туристичного простору. Її розробив учений Р. Батлер. Теорія циклів еволюції туристичного простору пов'язана з розвитком туризму не лише в окремій місцевості, а й у всьому регіоні. Учений назвав шість етапів розвитку туристичного простору.

Перший – *етап розвідування*, пов'язаний із відвідуванням туристично-рекреаційних територій невеликою кількістю людей, переважно індивідуальних туристів, котрих можуть зацікавити природні ресурси або історико-культурні особливості краю, унікальні пам'ятки тощо. На розвідувальному етапі розвитку туристичного простору поодинокі відвідування території майже не впливає на місцеве господарство та життя людей.

На другому етапі – *етапі входження*, туристи значно частіше відвідують згадану місцевість. Тут уже помітні результати таких відвідин: місцеві жителі починають отримувати доходи за послуги, надані туристам (нічліг, продаж кулінарних виробів, дрібних сувенірів і под.).

Третій етап теорії циклів – *етап еволюції туристичного простору* — Р. Батлер назвав фазою розвитку, туристична діяльність на якій для окремого регіону стає галуззю спеціалізації й основним джерелом надходжень. Кількість туристів у регіоні може наближатися до кількості населення.

Четвертий етап – *фаза консолідації*. Це означає повний розквіт туристичної функції, якій притаманна оптимізація кількості туристів і домінування місцевої промисловості на ринку туристичних товарів та послуг. На цій стадії розвитку туристичні функції починають превалювати. Вони “працюють” на забезпечення найрізноманітніших потреб приїжджих, тобто туристів, котрі вибрали для відпочинку або оздоровлення саме цей регіон, а не інший. Туристична інфраструктура досягає оптимуму й відповідає господарсько- економічній доцільності.

П'ятий – *етап стагнації* (застою), що характеризується гальмуванням розвитку туристичних функцій. Зменшення напливу відпочиваючих зумовлює економічні труднощі: знижується рентабельність готельних комплексів, унеможлиблюється сплата кредитів, наданих на будівництво відповідних об'єктів та ін. У регіоні зростає соціальне напруження (злочинність, погіршуються стосунки між приїжджим і місцевим населенням).

На шостому етапі розвитку туристичного простору відбувається *занепад*

туристичних функцій, що спричиняє відчутне зменшення відвідувачів регіону. Цей процес супроводжується закриттям готелів, ресторанів та інших інфраструктурних об'єктів або їх перепрофілюванням, яке вже не стосується туризму. Врахування специфіки дії теорії циклів еволюції туристичного простору в практичній діяльності може запобігти занепаду туристичних функцій регіону.

Теорія двох туристичних секторів. Теорія двосекторної економіки як провідної теорії економічного зростання започаткована із середини 50-х років ХХ ст. Її творцем був А. Льюїс, лауреат Нобелівської премії. За цією моделлю розвиток економіки розглядають системою двох секторів: традиційного сектору з натуральним сільським господарством, яке характерне прихованим перенаселенням і високопродуктивним сектором промисловості міських територій, що поглинає надлишок робочої сили зі сільської місцевості.

Автор теорії двох секторів у сфері туризму — американський соціолог Е. Коген. На початку 70-х років ХХ ст. він поділив туристичне обслуговування на інституційовані та неінституційовані суб'єкти (сектори) господарювання. Такий спосіб господарювання найхарактерніший для Південної Європи – Італії, Греції, Хорватії й Центрально-Східної Європи – Польщі, Словаччини, Чехії, де основною рекреаційною діяльністю є туристична спеціалізація. У країнах третього світу явище двох туристичних секторів спричинене надмірною концентрацією послуг здебільшого в готельних комплексах, розміщених у великих містах, тобто в туристичних центрах. Місцева влада, отримуючи значні доходи з великих готельних комплексів, майже не цікавиться незареєстрованим малим готельним бізнесом (Філіппіни, Індонезія, Малайзія та ін.). Існування неформального сектору хоча й позбавляє державу певних доходів, але їх наявність заповнює прогалини у виробництві додаткових туристичних послуг, посилюючи цим атрактивність регіону, навіть окремо взятої країни.

2. Сучасні наукові моделі в географії туризму.

Модель сприйняття туристичного простору. Автором цієї моделі вважається Й. Міссек (1977 р.). Він обґрунтовує туристичний простір як сприйняття людини з певною культурою, стереотипом відчуття простору. На думку автора згаданої концепції, центром сприйняття простору постає місто, мешканці якого задовольняють туристичні потреби поза його межами, через поступове освоєння навколишнього середовища. Ступінь сприйняття позаміського простору залежить від особливостей природного середовища, транспортної доступності, антропогенного впливу і под.

Унаслідок віддалення від центру умовної системи рівень сприйняття простору поступово зменшується. З огляду на важливу роль транспорту, автор моделі вважає, що схема сприйняття туристичного простору має концентрично-радіальний вигляд, де враховано не лише стан туристичного господарювання, а й попит, сформований відповідно до сприйняття туристами тієї чи іншої території.

Концепція системності та модель рекреаційної системи. Концепцію системності в рекреаційній і туристичній діяльності запропонували московські вчені В. Преображенський і Л. Мухіна ще 1969 р. За їхньою версією, сукупність явищ, пов'язаних із рекреаційною діяльністю, необхідно розглядати як систему, складену з різних, але взаємопов'язаних елементів. Системність дає змогу повніше і точніше вивчати окремі елементи системи, залучені до сфери рекреаційної (туристичної) діяльності, зокрема такі її властивості, як функціональність, цілісність, ієрархічність, стійкість та динамічність.

Модель рекреаційної системи розробив В. Преображенський (1975 р.). Її розглядають як соціальну систему – складну, управляючу і частково самоуправляючу, утворену зі взаємопов'язаних підсистем – відпочиваючих, природних і культурних територіальних комплексів, технічних систем, обслуговуючого персоналу й органу управління. Дещо пізніше Н. Недашківська (1983 р.) використала цей підхід для аналізу регіонального туристичного комплексу Українських Карпат, виокремивши функціональні групи: група галузей центрального ядра (курортне, туристичне господарство); галузі виробничого обслуговування (будівництво, транспорт, сільське господарство); галузі з підготовки спеціалістів; галузі зі забезпечення потреб рекреаційного господарства (проектно-конструкторські бюро, науково-дослідні інститути, спеціалізовані органи управління)¹⁶.

Великою відвагою і науковою передбачливістю В. Преображенського є те, що центром моделі рекреаційної системи у період розквіту тоталітарного комуністичного режиму він вважав людину (відпочиваючих). Відносини з іншими підсистемами у моделі вчений розглядав як залежні від соціальних, вікових, національних, регіональних та індивідуальних особливостей групи або окремої людини стосовно інших підсистем.

З утворенням незалежних держав, після розпаду СРСР, з'явилися нові концепції розвитку рекреаційного господарства. Одна з них – *концепція “соціокультурних систем”* російського вченого Д. Ніколаєнка. Він вважає, що модель територіально-рекреаційної системи застаріла, бо відповідала потребам замкнутої радянської системи господарювання. У сучасних умовах, що склалися на пострадянському просторі й у світі, повинен

“запрацювати” новий підхід, ґрунтований на соціокультурній спільності етнотериторій. Незважаючи на всю зовнішню привабливість ця концепція, на думку львівських географів, заполітизована.

Концепція ареалу туристичної активності. Сутність концепції, розробленої Д. Гетцом (1993 р.) у тому, що в містах з розвинутою туристичною функцією туристичні послуги і більшість туристичного бізнесу сконцентровані в центральній частині міста або поблизу, у так званому середмі-сті²¹. Оптимальні умови для розвитку міського туризму (і це принципове положення) зосереджені переважно у центральній частині агломерації, де сконцентровано такі атрактивні об’єкти, як пам’ятки історії й архітектури, виставкові зали, театри та конференцзали, торговельні й харчові комплекси, різноманітні бюро, довідкові служби, готелі тощо. Їх компактне, доступне для пішоходів розташування сприяє якісному обслуговуванню відвідувачів і високій туристичній активності саме у центральній частині міста. Найяскравішим прикладом у межах України є м. Львів, центральна частина якого визнана історичним заповідником, що входить до спадщини ЮНЕСКО. Вона перенасичена туристичними фірмами, екскурсійними маршрутами, готельними об’єктами, ресторанами та кав’ярнями і належить до ареалу найвищої туристичної активності. На периферії міста (Сихівський, Південний чи Північний масиви (райони) та в інших околицях Львова) зосередженість атрактивних об’єктів значно менша.

Концепція розвитку туризму як зустрічі культур. Суть її полягає у тому, що туристичні центри є місцем зустрічі представників різних культур, носії котрих – приїждже і місцеве населення. Унаслідок такої “зустрічі” відбувається взаємне зацікавлення, пізнання, можливе взаємо-проникання культур. Однак може скластися ситуація, коли приїждже і навіть місцеве населення почуватимуться не-комфортно, а в гіршому випадку – ображеними, що може зумовити конфлікт. У такому випадку, зауважує А. Ковальчик, необхідно або минати таку місцевість, або змінювати поведінку обох сторін, аби запобігти такому непорозумінню.

Сам туризм ХХ ст. теж став явищем сучасної культури. Він дуже часто може пришвидшувати культурний обмін, що виявлятиметься у збільшенні попиту на відповідні послуги, національні товари, а інколи навіть на моду. Соціокультурне середовище туристичного простору, створене під час зустрічі представників різних культур, за сприятливих умов перебування може стати притягальною силою і сприяти збільшенню туристичних потоків. Таким прикладом може слугувати традиція на курорті Трускавець, де щоліта під відкритим небом функціонує народний хор, утворений з

відпочиваючих, представників різних національностей, котрі залюбки виконують українські народні пісні. Такі люди не лише відпочивають і лікуються, а й збагачують себе та відповідне оточення зразками пісенної культури українського народу.

Отже, питання поведінки туристів в іншому культурному середовищі, здатність до сприйняття культури і традицій місця перебування сучасна наука розглядає як засіб його популяризації та розвитку туризму.

Концепція самознищення розвитку туризму пов'язана з екологічним станом рекреаційних територій. Якщо попередня концепція більше стосується моральних засад розвитку туризму, то концепція самознищення туризму пов'язана з негативною зміною рекреаційних територій, що здійснюється внаслідок проведення масових туристично-рекреаційних занять.

Території масового відпочинку зазнають змін, які відбуваються упродовж чотирьох етапів їх освоєння. На першому етапі нову туристичну місцевість спочатку відвідують нечисленні групи, зазвичай найзаможніші туристи, котрі своїми рекреаційними заняттями майже не впливають на зміну середовища перебування, хоча, з економічного погляду, сприяють накопиченню первинного капіталу в місцевого населення, що зацікавлює підприємливих людей до розширення туристичної діяльності. На другому етапі освоєння туристичних територій відбувається подальше загосподарювання, насамперед розширення баз розміщення і чи не найголовніше – здешевлення вартості перебування. Це зумовлює зростання потоків відпочиваючих середнього достатку. Збільшується не лише кількість відпочиваючих, а й навантаження на туристично-рекреаційні території та сформовану інфраструктуру.

Пік популярності настає під час третього етапу освоєння. Він супроводжується масовим і неконтрольованим зростанням туристичних потоків, що призводить до погіршення екологічного стану таких територій і перевантаження відповідної інфраструктури.

Четвертий етап освоєння території засвідчує деградацію ресурсної бази розвитку туризму і спричиняє зменшення напливу відпочиваючих, погіршення екологічного стану, зниження життєвого рівня, а відтак – занепад туристичної діяльності.

Отже, неконтрольований розвиток туризму посилює його антропогенний тиск на рекреаційні території, призводить до самознищення туризму, де про подальший розвиток не може бути й мови. Усе це вимагає наукового обґрунтування туристично-рекреаційних навантажень і вивчення

економічної доцільності розвитку туризму.

Концепція туристичної урбанізації. Туристичні міста становлять нову та виняткову форму урбанізації, що виникли внаслідок розвитку обслуговуючих функцій з наданням переважно туристично-рекреаційних послуг. На відміну від промислових міст, заснованих в індустріальну епоху, туристичні міста є продуктом самої індустріалізації, під час якої виникла особлива потреба в оздоровленні й створенні поселень із набором міських послуг. Такі міста масово почали виникати наприкінці XIX – початку XX ст. (більшість відомих центрів туризму в Альпах: Давос, Ароза, Санкт-Моріц, Мюррен, Лейкербад у Швейцарії; Лех, Шрунс, Ланген, Зурс, Сан-Антон в Австрії; в Україні – Яремча, Ворох- та, Сколе, Славське та ін.).

3. Методи дослідження та їх використання в географії туризму.

Методи наукового дослідження поділяють на три великі групи: *філософські*, котрі є фундаментом наукового пізнання. Це загальні підходи, категорії та принципи і закони, що показують місце досліджуваного об'єкта в реальному світі (принцип об'єктивності, всезагального зв'язку і залежності, закон єдності та боротьби протилежностей, переходу кількісних показників у якісні, заперечення заперечення й ін.); *загальноосвітні* – такі засоби і прийоми, що мають універсальний характер застосування (аналіз і синтез, індукція та дедукція, узагальнення й абстрагування, порівняння й аналогія, ідеалізація та формалізація), але потребують урахування особливостей конкретних об'єктів дослідження. Так, у туризмі широко застосовують наукові методи системи географічних наук: спостереження з елементом описовості; історичний; порівняльний; картографічний; аналітико-статистичний; експедиційних досліджень; математичного моделювання; системний. У свою чергу соціальний характер туризму обумовлює використання способів і прийомів, сформованих в інших суспільних науках (балансовий, соціологічних досліджень).

До найпопулярніших загальнонаукових методів належить описовий метод, часто супроводжений використанням загальної статистики. У подібних дослідженнях широко застосовують метод статистичної оцінки (визначення функцій за результатами спостережень), метод статистичної перевірки гіпотез та ін. Статистичним методом послуговуються для аналізу соціологічних опитувань, що дає змогу методом порівняння виявити відмінності однієї соціокультурної системи від іншої. Результати таких досліджень – дуже важливий засіб обґрунтування розвитку туризму, активного відпочинку.

До третьої групи методів дослідження належать *конкретно-наукові методи*, які застосовують в окремих науках. Це, зокрема, метод польових досліджень, картографічний та ін.

У межах географії туризму, теж можна використовувати конкретні наукові методи, наприклад, метод сезонних оцінок чисельності самодіяльних туристів. Неодноразово нестача інформації про розвиток туризму, скажімо, виїзди вихідного дня, мотивації туристичних поїздок за межі держави, розвиток прикордонного туризму, змушують дослідників вдаватись до соціологічних опитувань (анкетування), що постають у вигляді міждисциплінарного методу польових досліджень.

Основними статистичними показниками, котрі використовують для географічних досліджень у туристичній діяльності, є: чисельність (кількість) туристів за одиницю часу (добу, місяць, сезон, рік і т. д.), які відвідали певний центр, регіон, країну; кількість ночівель, проведених туристами в тому чи іншому центрі, регіоні, країні за одиницю часу; кількість ліжко-місць цілорічної дії та сезонного використання; обсяг наданих туристично-рекреаційних послуг у грошовому вираженні, обсяг доходів від розвитку туризму тощо.

3-поміж головних методів дослідження, застосовуваних у географії туризму, доцільно виокремити такі, що використовують вторинну інформацію у вигляді зображення на картах і картосхемах даних переписів і под., а також методи, які ґрунтуються на первинній інформації, отриманій унаслідок анкетування, спостереження, інтерв'ювання. Водночас із тим у розвідках з географії туризму не обійтися без досліджень на місцевості, тобто польових, що охоплюють суцільний, вибірковий, маршрутний способи та "спосіб ключів". Останній передбачає дослідження типових ділянок і поширення результатів на значно більшу територію. Польові географічні розвідки передбачають підготовчий період, власне польовий і заключний, тобто камеральний, який закінчується отриманням висновків.

На думку польського вченого А. Ковальчика, до географічних досліджень у туризмі варто віднести також аналіз туристичних путівників, буклетів, рекламних оголошень, пам'яток для туристів, програм туристичних заходів і навіть описи художньої літератури. Адже всі ці складові належать до банку даних, що створює спеціальну інформацію.

Іншим способом збирання інформації, зокрема в процесі оцінки туристичної привабливості, є аналіз загальногеографічних і тематичних карт (рельєфу, клімату, фауни та флори, наявності історичних пам'яток), а також дешифрування космічних знімків.

Вагоме джерело інформації про розвиток світового туризму – банк даних

ВТО. На сайті (<http://www.unwto.org> – *World Tourism Organization*) розміщені відомості про розвиток туризму в усьому світі, регіонах та в окремих країнах, а також матеріали, присвячені проблемам розвитку туризму. Статистичні дані про розвиток туризму є і в щорічниках, які видають спеціалізовані організації ООН, особливо ЮНЕСКО.

Статистичні дані, що стосуються розвитку туризму в світі та в Україні, у вітчизняних довідниках публікують неповно – це дуже загальні показники, що дають змогу здійснювати поточний аналіз розвитку міжнародного і внутрішнього туризму, пов'язаних з Україною.

До вагомих методів дослідження в географії туризму належить картографічний. *Картографічний метод* – це систематизація й узагальнення результатів географічних досліджень у формі картографічних моделей, карт, картосхем. Саме карта відіграє важливу роль у дослідженні просторових закономірностей тих чи інших явищ. Її складання – це ще і важливий підсумок географічних досліджень. Карта в свою чергу призначена для наукового та практичного відображення явищ, об'єктів, для ілюстрації, а також навчальних цілей.

Лекція № 3

Класифікація та географічна оцінка туристичних ресурсів

(2 год.)

План

1. Підходи до визначення туристичних та туристично-рекреаційних ресурсів.
2. Підходи до класифікації туристичних ресурсів.
3. Економічна, соціальна та екологічна оцінка туристичних ресурсів.

Література:

Аріон О.В. Географія туризму: навчально-методичний посібник для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Аріон, С.І. Уліганець; КНУТШ. – Київ: Обрії, 2009. – 172 с.

Бейдик О.О. Рекреативно-туристські ресурси України : методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О.О. Бейдик. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с.

Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник / С.П. Кузик ; МОНУ ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, Географічний ф-т. – Київ : Знання, 2011. – 271 с.

Любіцева О.О. Туристичні ресурси України / О.О. Любіцева, Є.В. Пайкова, В.І. Стафійчук. – К. Альтерпрес, 2007. – 369 с.

Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства: монографія / За ред. Г.П. Скляра. – Полтава: ПУЕТ, 2015. – 250 с.

Проблеми розвитку туристичного бізнесу: монографія / за заг. редакцією Г.П. Скляра, В.Г. Шкарупи. – Полтава: ПУЕТ, 2013. – 233 с.

1. Підходи до визначення туристичних та туристично-рекреаційних ресурсів..

“Туристичні ресурси, – зазначено у Законі України “Про туризм” – сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різноманітні потреби туриста”. Дещо по-іншому запропонувала визначення терміна група російських авторів: “Туристичні ресурси – це природні, історичні, соціально-культурні й інші об’єкти, що стимулюють туристів до подорожі, здатні задовольняти потреби у відновленні та розвитку фізичних, емоційних та інтелектуальних сил людини”. Туристичний словник І. В. Зоріна і В. Квартальнова подає: “Ресурси

туристичні – природні, історичні, соціально-культурні об’єкти, з об’єктами туристичного показу включно, а також інші об’єкти, здатні задовольняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їхніх фізичних сил. Ресурси туризму доступні для ознайомлення і використання незалежно від форм власності, якщо до того не існує законодавчих обмежень. Природні й антропогенні геосистеми, тіла та явища природи, артефакти, які мають комфортні властивості й споживчу вартість для рекреаційної діяльності і можуть бути використані для організації відпочинку та оздоровлення певного контингенту людей...”

Професор О. Любіцева зазначає, що туристичні ресурси (франц. *resource* – допоміжні засоби) – це об’єкти природи, історії, культури, поточні події, явища, які можуть бути використані у процесі створення та реалізації туристичного продукту, будучи мотиваційною підставою для його вибору, наприклад, за видом, сезоном та іншими ознаками.

У процесі класифікації туристичних ресурсів більшість дослідників розподіляють їх на три складові: природні, історико-культурні, чи культурно-історичні, соціально-економічні.

Природні туристичні ресурси (ПТР) – це природні, тобто кліматичні, водні, геологічні, ґрунтові, фітолікувальні та ландшафтні, а також природно-антропогенні (національні природні парки, заповідники, пам’ятки природи та ін.), які володіють комфортними умовами і можуть бути використані для туристичної діяльності.

Історико-культурні туристичні ресурси (ІКТР) – це сукупність пам’яток матеріальної та духовної культури, які створені в процесі історичного розвитку суспільства на певній території, мають пізнавальну цінність і можуть бути використані для туристичної діяльності. Такі об’єкти приваблюють туристів незалежно від сезону, пори року, що активно впливає на стан розвитку туризму.

Кожен із видів ІКТР структурують на підвиди. Так, *пам’ятки археологи* охоплюють ареали первісного заселення, стоянки і поселення, кургани; давні городища (прості) та давні городища (складні), забезпечені лініями оборони з дитинцем.

Пам’ятки історії – це меморіальні пам’ятки, пов’язані з історичними подіями, національно-визвольними змаганнями, війнами, бойовими традиціями, та пам’ятники учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань і війн, а також відомим діячам історії.

Архітектурні пам’ятки та пам’ятки містобудування структуруються на архітектурні ансамблі, пам’ятники оборонного будівництва, сакральні споруди, народної архітектури, громадські споруди, палацо-паркові ансамблі й сучасні пам’ятки архітектури.

Мистецькі пам'ятки як вид ІКТР – це пам'ятки професійних і народних художніх промислів, а також музеї, які експонують пам'ятки образотворчого, декоративно-ужиткового та інших видів мистецтва.

До *етнографічних пам'яток* належать етнографічні музеї з відповідною експозицією, музеї народної архітектури і побуту, фольклорні пам'ятки усної та писемної творчості, яскраво виражені й добре збережені народні традиції.

2. Підходи до класифікації туристичних ресурсів

Сучасне вивчення природних ресурсів має широкий спектр підходів. Найпопулярнішими з-поміж них є технологічний (виробничий), екологічний, економічний, соціальний і географічний, а з поєднанням оцінок – еколого-економічний, економіко-географічний, соціально-географічний.

Суть технологічної оцінки, на думку вченого, зводиться до визначення технічних можливостей задля досягнення певної мети з урахуванням природних і соціально-економічних умов. Така оцінка передує економічній, пов'язаній із кількісним (грошовим) визначенням економічної ефективності й соціальної вигоди від використання природних ресурсів з метою задоволення всезростаючих суспільних потреб.

Екологічна складова у сучасних умовах, на наш погляд, повинна бути визначальною будь-якого природокористування. Тому екологічні витрати мають входити до складу виробничих витрат і впливати на собівартість продукції.

Економіко-географічна оцінка природних ресурсів пов'язана з оцінкою величини запасів цих ресурсів, потребою у них і сучасною можливістю використання, а також територіальною диференціацією, що й визначатиме місце доцільного їх застосування.

Оцінка природних туристичних ресурсів пов'язана з визначенням їхньої придатності для задоволення рекреаційно- туристичних потреб людини та просторового поширення відповідних компонентів, які можуть бути використані для активного відпочинку. Ще на початку 80-х років ХХ ст. М. Мироненко та І. Твердохлебов запропонували оцінювання природних рекреаційних ресурсів, куди, варто розуміти, входять і туристичні ресурси. Процес охоплює чотири етапи:

1. Виокремлення об'єкта оцінки – природних комплексів, їх компонентів і властивостей.
2. Виділення суб'єкта дослідження, з позиції якого здійснюється науковий пошук доцільності їх використання.

3. Формування критеріїв оцінки, що визначаються метою дослідження та властивостями суб'єкта.

4. Розробка параметрів оцінювання, шкала оцінки.

Медико-біологічний, або фізіологічний тип оцінки відображає вплив природних чинників на організм людини. Провідна роль тут належить клімату, який відображає багаторічний режим погоди певного регіону. Суть рекреаційно-туристичної оцінки клімату зводиться до вивчення залежності фізіологічного стану людини від впливу метеорологічних чинників.

Психолого-естетичний тип оцінювання природних ресурсів пов'язаний із естетичним сприйняттям світу людиною. Естетична цінність території пов'язана з визначенням емоційної реакції людини на природний ландшафт.

Технологічна оцінка, відображає взаємодію людини і природного середовища через "технологію" рекреаційно-туристичної діяльності. Вона пов'язана з вивченням певного виду діяльності, тобто можливого його розвитку й інженерно-будівельного освоєння конкретної території. Суб'єктом оцінки є вся галузь, з позиції якої природний ресурс повинен володіти комфортністю, лікувальною властивістю, значними запасами, тривалим періодом експлуатації та іншими якостями.

3. Економічна, соціальна та екологічна оцінка туристичних ресурсів.

Згідно з концепцією відомого економіста К. Гофмана, основою економічної оцінки є об'єкт природокористування загалом, а відтак – одиничні природні ресурси. У свою чергу М. Нудельман таким об'єктом природокористування для економічної оцінки вважає рекреаційний, або туристичний центр, що являє собою конкретну просторово-господарську систему.

Для економічної оцінки природних рекреаційних ресурсів необхідно:

- вибрати оціночні показники та критерії;
- встановити затрати на одиницю "продукції" рекреаційного процесу;
- визначити показники диференційованої ренти рекреаційного центру та питомої диференціальної ренти від рекреаційного оздоровлення людини.

Критерієм економічної оцінки природних рекреаційних ресурсів у період доринкової економіки був питомий показник сукупного народногосподарського ефекту від рекреаційного оздоровлення.

Професор В. Руденко пропонує визначати потенціал природних рекреаційних територій через грошову оцінку вільного часу. Вартість вільного часу, за його рекомендацією, вимірюють величиною валового національного продукту, створеного зайнятим населенням за одиницю часу і

розрахованого на чисельність усього населення України, яке використовувало туристичні ресурси.

Останніми роками все більше дослідників економічної оцінки природних ресурсів дотримуються того, що не завжди доцільно застосовувати рентну концепцію. Адже сама методика розрахунку є складним процесом. Вона передбачає врахування великої кількості чинників і показників у процесі дослідження туристично-рекреаційного центру чи іншого територіального поєднання.

Водночас поза увагою вчених залишається питання економічної оцінки естетичної привабливості, визначення ефекту від відвідування природних відпочинкових об'єктів, які не володіють, скажімо, ринковим товаром, і важко визначити вартість за допомогою рентної концепції. Необхідність економічної оцінки таких ресурсів довіклля спричинене такими обставинами:

- неадекватністю відображення дефіцитності сучасних ринкових цін на природні ресурси;
- потребою обліку й екологічного аудиту ресурсів з метою запобігання негативного впливу на природні екосистеми;
- необхідністю застосування диференційованого підходу для встановлення податків, субсидій у сфері природокористування;
- потребою точнішого визначення макроекономічних параметрів із урахуванням амортизації природних систем.

Отже, неринковість більшості екологічних товарів вимагає нових підходів до оцінки природних туристичних ресурсів.

Певний інтерес викликає *метод суб'єктивного*, або як його ще називають, *метод умовного оцінювання*. Він ґрунтується на соціологічному опитуванні, де пропонують зробити споживчий вибір у ситуації гіпотетичного ринку на користь довіклля. Мета дослідження полягає у визначенні суб'єктивних оцінок, котрі близькі до тих, що виявилися б у випадку існування справжнього ринку на екологічні товари. Цю методику найчастіше використовують у розвинутих країнах світу для оцінювання суспільних благ, які уподібнюються доступу до якісної води, чистого повітря і под. Уперше метод суб'єктивного оцінювання був застосований у США в 1961 р. для оцінки вартості мисливських угідь.

Метод гедонічного ціноутворення, або метод цін задоволення (hedonic – грецького походження і означає “із задоволенням”), установлює залежність між якістю послуг довіклля (рівень шумових забруднень, чистоти повітря, мальовничості околиць) і цінами ринкових благ (скажімо, на помешкання). Таке трактування вартості дає змогу стверджувати: нечітко виражені, але

внутрішньопритаманні ціни існують для кожної властивості товару, їх можна визначити на основі ринкових цін.

Метод ноосферної (біосферної) функції, запропонований Л. Гринів, також використовують для оцінки природних туристичних ресурсів. Суть цього методу зводиться до того, що ресурси кожної наземної екосистеми як природного капіталу мають оцінювати з урахуванням критеріїв збереження її стаціонарних станів, тобто на основі функцій негентропії (міри невизначеності). Цей метод дає змогу визначити екосистемну цінність природних ресурсів. У його основу покладена запропонована теорія збалансованого розвитку екосоціосистем, побудована на законах їхнього енергетичного відтворення.

Лекція №4

Природні туристичні ресурси

(2 год.)

План

1. Географічна оцінка кліматичних ресурсів.
2. Кліматичні курорти та курортні місцевості.
3. Географічна оцінка бальнеологічних ресурсів.
4. Географічна оцінка водних туристичних ресурсів.
5. Географічна оцінка біотичних туристичних ресурсів.
6. Ландшафтні та орографічні туристичні ресурси.

Література

Аріон О.В. Географія туризму: навчально-методичний посібник для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Аріон, С.І. Уліганець; КНУТШ. – Київ: Обрії, 2009. – 172 с.

Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України : методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О.О. Бейдик. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с.

Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник / С.П. Кузик ; МОНУ ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, Географічний ф-т. – Київ : Знання, 2011. – 271 с.

Любіцева О.О. Туристичні ресурси України / О.О.Любіцева, Є.В.Пайкова, В.І.Стафійчук. – К. Альтерпрес, 2007. – 369 с.

Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства: монографія / За ред. Г.П. Скляра. – Полтава: ПУЕТ, 2015. – 250 с.

Проблеми розвитку туристичного бізнесу: монографія / за заг. редакцією Г.П. Скляра, В.Г. Шкарупи. – Полтава: ПУЕТ, 2013. – 233 с.

Смаль І.В. Туристичні ресурси світу / І.В. Смаль. – Ніжин : Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.

1. Географічна оцінка кліматичних ресурсів..

Критерієм поділу окремих видів природних туристичних ресурсів на дві групи є їх вплив на масовість, сезонність і потужність туристичних і рекреаційних потоків, які формуються під дією окремих складових природно-географічного потенціалу.

Клімат, погода, їх комфортність¹ і вплив на самопочуття людини є визначальними, а в багатьох випадках навіть лімітуючими чинниками розвитку для більшості функціональних типів територіальних рекреаційних систем, туристичних комплексів і масових видів туризму. Наприклад,

сприятливість помірного, тропічного та субтропічного клімату дозволяє розвивати практично всі види рекреаційно-туристичної діяльності. Тоді як суворість арктичних і антарктичних районів, згубність для здоров'я людини, особливо європейців, екваторіального клімату з його високими температурами та вологістю, унеможливають розвиток масового туризму в цих кліматичних поясах. Натомість, з'являється можливість запроваджувати екологічні, наукові чи екстремальні види туризму, яким притаманна незначна інтенсивність і вибірковість.

Клімат безпосередньо впливає на потужність і сезонність туристичних потоків, стає природним регулятором цінової політики в межах головних туристичних районів світу та окремих країн. Саме кліматичні особливості актуалізували одну з нагальних проблем розвитку туристичної індустрії світу - проблему пікового завантаження засобів розміщення туристів і сезонності робочих місць. "Мертвий сезон" (зимовий чи дощовий період) примушує одну частину інфраструктурних закладів тимчасово припиняти свою роботу, а іншу - у кілька разів зменшувати вартість більшості послуг. У вигаді опиняються ті країни чи їх частини, територія яких знаходиться у комфортних кліматичних і погодних умовах, де сезонні коливання головних метеорологічних характеристик мінімальні і дозволяють обслуговувати туристів протягом року. Прикладами є курорти країн Карибського басейну, іспанського острова Майорка, туніського острова Джерба тощо.

Оцінку кліматичних і погодних туристичних ресурсів слід проводити із урахуванням погодно-кліматичного комплексу, до якого належить ряд головних показників: сумарна радіація, атмосферний тиск, пересічна температура повітря (місячна і річна) та його вологість, середня кількість опадів протягом сезонів, панівні та місцеві вітри, баричні та термічні добові амплітуди, геомагнітна активність.

Усе погодно-кліматичне розмаїття за силою впливу на рекреаційні та туристичні процеси ділиться на кілька класів комфортності, які позначаються на розвитку масового туризму і регулюють його інтенсивність: комфортний, сезонно комфортний, субкомфортний і дискомфортний.

Комфортний і сезонно комфортний погодно-кліматичні комплекси створюють зони суб'єктивно приємних тепловідчуттів без ознак переохолодження чи перегріву. У межах таких зон виникають сприятливі умови для організації масових видів рекреаційно-туристичної діяльності, в першу чергу, пляжно-купального відпочинку.

2. Кліматичні курорти та курортні місцевості.

Комфортний і сезонно комфортний погодно-кліматичні комплекси у Європі формуються в межах субтропічного кліматичного поясу, який включає більшу частину Південної Європи, за винятком Паданської низовини, півночі Піренейського та Балканського півостровів. У приатлантичній частині цього поясу середземноморський клімат, якому притаманні високі середньомісячні температури літнього сезону (вище $+20^{\circ}\text{C}$), плюсові зимові температури. Влітку тут панує тропічне повітря й антициклональний стан атмосфери зі стійкою ясною сухою погодою.

У межах азійського континенту комфортні та сезонно комфортні для відпочинку умови формуються в межах субтропічного (узбережжя Малої Азії, захід Леванту, Японські острови без Хоккайдо і Рюкю, Східний Китай, південь Корейського півострова), субекваторіального (півострови Індокитай та Індостан без пустелі Тар, острів Шрі-Ланка без південно-західної частини, Філіппінські острови без південної половини острова Мінданао, південний схід Малайського архіпелагу, Південний Китай).

На території Америки комфортні і сезонно комфортні погодно-кліматичні комплекси приурочені до субтропічного кліматичного поясу в межах західного та східного узбереж Північної та Південної Америки, до субекваторіального поясу в межах східних схилів Гвіанського плоскогір'я, більшої частини Бразильського плоскогір'я, до тропічного поясу - Карибський басейн, Центральна Америка.

На африканському континенті ареали з комфортними і сезонно комфортними умовами для відпочинку сформувалися на середземноморському, південно-східному та південному узбережжі, де переважає субтропічний і тропічний клімат.

Австралійський континент не є винятком із загального правила - на південно-східному і південно-західному узбережжі, які лежать в межах субтропіків і тропіків, сформувалися комфортні та сезонні комфортні умови для рекреаційно-туристичної діяльності.

Нова Зеландія й Океанія майже повністю розташовані в межах комфортних і сезонно комфортних погодно-кліматичних умов, що створює передумови для цілорічного функціонування інфраструктурних об'єктів.

3. Географічна оцінка бальнеологічних ресурсів.

Геологічні або бальнеологічні ресурси широко використовуються в рекреаційно-туристичній діяльності. Мінеральні і термальні води, лікувальні грязі, бішофіт є природною основою для розвитку оздоровчо-лікувального туризму, який поширений у північноамериканських країнах, в Австралії, Ізраїлі, у більшості європейських країнах, у тому числі і в

Україні.

Використання бальнеологічних ресурсів передбачає наявність певних традицій, культури їх медико-рекреаційного споживання, достатнього рівня розвитку медицини і медичних технологій. Відсутність цих соціальних складників загальної культури відпочинку та медичного обслуговування обумовлює низький рівень використання бальнеологічних ресурсів на африканському континенті, у багатьох азійських державах, незважаючи на те, що надра даних регіонів містять значні запаси відповідної сировини.

4. Географічна оцінка водних туристичних ресурсів.

Гідрографічні об'єкти у поєднанні із комфортними погоднокліматичними умовами перетворилися у визначальний чинник розвитку рекреаційно-туристичних процесів. Океани та моря, озера, великі та малі річки, водосховища стали головними "коридорами" росту для багатьох територіальних рекреаційних систем.

Головною складовою частиною водних рекреаційно-туристичних ресурсів нині стали морські й океанічні узбережжя з м'яким кліматом⁴ і зручними пляжами, що перетворило їх на рекреаційно-туристичні мегаструктури планетарного масштабу - "узбережжя теплих морів", у межах яких концентрується до 80 % загального обсягу туристичних потоків світу.

"Узбережжя теплих морів" включають кілька туристично-рекреаційних районів світового значення: Середземноморський басейн, Карибський басейн, Каліфорнійське узбережжя Північної Америки, південно-східне узбережжя Австралії й Океанія. Швидкими темпами росте роль узбережжя країн Південно-Східної Азії та Південної Африки.

Озера приваблюють туристів і як місця пляжно-купального відпочинку з елементами водного туризму, і як об'єкти споглядання. Прикладом першого напрямку використання приозерних природних комплексів є Балатон (Угорщина), Озерний округ (Велика Британія), Мазурський приозерний край (Польща), Шацькі озера (Україна), другого - Байкал (Росія), Тітікака (кордон Перу та Болівії), Іскандеркуль (Таджикистан).

Річки давна виконують дуже важливу роль у житті людини. Це - природні оборонні рубежі, транспортні артерії, джерела енергії, прісної води й риби, традиційні місця відпочинку. Остання функція набуває дедалі більшої ваги у сьогоdnішньому світі.

Річки стають стрижнями опорного рекреаційно-туристичного каркасу цілих країн і окремих регіонів. Яскравими прикладами є Україна, де Дніпро і його притоки перетворилися на головні "коридори" росту багатьох обласних рекреаційних систем, Бразилія, де Амазонка стала магістральною

віссю туристичного освоєння глибинних районів країни. Міссісіпі та її басейн - один із головних внутрішніх туристично-рекреаційних районів США.

5. Географічна оцінка біотичних туристичних ресурсів.

Природні туристичні ресурси другого порядку (біотичні) мають значний вплив на розвиток як масового, так і альтернативного, особливо екологічного й наукового, туризму. Значну роль окремі види ресурсів другого порядку відіграють у формуванні екстремальних видів туризму.

Особлива роль у розвитку та еволюції рекреаційно-туристичної діяльності належить лісовим ресурсам помірному, тропічного й субекваторіального поясів.

Ліси помірному поясу, насамперед соснові, поліпшують якість повітря, наповнюють його ефірними оліями, алкалоїдами, фітонцидами і вбивають хвороботворні бактерії. Такі лісові масиви стають основою для функціонування оздоровчих закладів і місцями масового відпочинку населення. Для більшості європейських країн, особливо для Німеччини, Австрії, скандинавських держав, Польщі, України, Росії ліси є потужним природним рекреаційно-туристичним ресурсом.

Тропічні та субекваторіальні ліси – джерело надзвичайного біо-логічного різноманіття у планетарному масштабі. Їхня роль у розвитку туризму стрімко зростає протягом останніх 20-30 років. Причина криється в активному розвитку екологічного туризму, який у Бразилії, Індії, Індонезії, Лаосі й інших країнах цих географічних поясів приходить на зміну лісозаготівлі.

6. Ландшафтні та орографічні туристичні ресурси.

Ландшафт як природне оточення рекреаційно-туристичної діяльності, формує рівень сприйнятливості для відпочинку й естетичності відчуттів, які його супроводжують. Перевагу отримують ті країни та регіони, які володіють ландшафтною мозаїчністю і поєднанням на обмежених територіях пляжних прибережних і прируслових, гірських, лісових, приозерних місцевостей у різних комбінаціях.

Ландшафт і як середовище, в якому відбуваються рекреаційно-туристичні процеси, і як об'єкт споглядання - різновид культурного ландшафту. Навіть у випадку, коли ландшафт "дикий" і незайманий людиною, але включений до туристичної діяльності для спостереження і споглядання, він стає культурним. Через систему причинно-наслідкових

зв'язків, такий ландшафт впливає на людину, її свідомість, сприйняття довкілля та подальшу суспільно-корисну діяльність, а сама людина, лише споглядаючи, залучає таку геосистему до власного культурного кола.

Серед різноманіття рекреаційно-туристичних ландшафтів як середовища, в якому відбуваються рекреаційні процеси, виділяються кілька типів (лікувально-оздоровчі, спортивно-туристичні та інші) та видів, таких як бальнеологічні, підводні коралові, сакральні тощо (рис. 1.4).



Рис. 1. Функціональні типи та види рекреаційно-туристичних ландшафтів

До країн із потужними і різноманітними ландшафтними рекреаційно-туристичними ресурсами належить більшість країн Європи: Франція, Німеччина, Велика Британія, Італія, Греція, Австрія, Швейцарія, Україна, Угорщина, Іспанія, Румунія, Польща, Норвегія. Серед інших держав виділяються Мексика, Куба, Таїланд, Південно-Африканська Республіка, Кенія та багато інших країн світу. Надзвичайно багатими ландшафтними ресурсами володіють США, Росія, Китай, Австралія, Канада, Індія, Бразилія, але, через великі площі, вони розкидані територією цих держав.

Ландшафт, що перетворюється на об'єкт туристського споглядання, належить до естетично привабливих, унікальних природних комплексів, де на перший план виходить один із його виняткових за візуальним сприйняттям складників: рельєф, загальний характер поверхневих і підземних вод, рослинні і тваринні формації тощо. Це можуть бути каньйони, незаймані ділянки лісів, карсти, водоспади, провалля, кратери вулканів, гірські схили, окремі скелі чи вершини, коралові споруди та інші природні об'єкти.

Велике значення для туризму та рекреації має рельєф. Орографічні ресурси, у першу чергу, нерівності земної поверхні, а особливо наявність складчастих споруд, сприяють розвитку окремих напрямків рекреаційно-туристичної діяльності, пов'язаних зі спуском чи підйомом: гірськолижний і

пішохідний туризм, альпінізм, скелелазіння, даунхіл, дельтапланеризм тощо. На інтенсивність туристичного використання гірських споруд впливає не стільки їх привабливість чи доступність, скільки рівень освоєння прилеглих територій і близькість до споживчого ринку. Прикладами є Альпи, Карпати, Піренеї, Балканські гори, які стали "домашніми" для європейців. Ця закономірність не спрацьовує для екстремальних видів туризму, де відстань, доступність і освоєння прилеглих районів відходять на другий план.

Карстові печери, пляжі, коралові рифи, відслонення гірських порід та інші привабливі геоморфологічні об'єкти - підґрунтя для розвою пляжно-купального, екологічного, наукового, екстремального і пізнавального туризму.

Лекція №5

Культурно-історичні ресурси туризму

(2 год.)

План

1. Культурна спадщина як ресурс туризму.
2. Пам'ятки історії та культури.
3. Етнічні та етнографічні ресурси.
4. Сучасні види культурно-історичних ресурсів.

Література:

Аріон О.В. Географія туризму: навчально-методичний посібник для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Аріон, С.І. Уліганець; КНУТШ. – Київ: Обрії, 2009. – 172 с.

Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України : методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О.О. Бейдик. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с.

Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник / С.П. Кузик ; МОНУ ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, Географічний ф-т. – Київ : Знання, 2011. – 271 с.

Любіцева О.О. Туристичні ресурси України / О.О.Любіцева, Є.В.Пайкова, В.І.Стафійчук. – К. Альтерпрес, 2007. – 369 с.

Проблеми розвитку туристичного бізнесу: монографія / за заг. редакцією Г.П. Скляра, В.Г. Шкарупи. – Полтава: ПУЕТ, 2013. – 233 с.

Смаль І.В. Туристичні ресурси світу / І.В. Смаль. – Ніжин : Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.

1. Культурна спадщина як ресурс туризму.

Пам'ятки історії та культури мають характеризуватися за такими ознаками:

- 1) матеріальністю» (чи втілена пам'ятка в матеріальний об'єкт);
- 2) ступенем збереженості;
- 3) формою, призначенням і використанням,
- 4) хронологією;
- 5) значенням (цінністю).
- 6) зв'язком з історичними подіями та з життям окремих ви них осіб.
- 7) будівельним матеріалом (для капітальних будівель);
- 8) наявністю укріплень та їхнім типом (для комплексів споруд і зокрема, для стародавніх або зниклих населених місць).

- 9) наявністю капітальних житлових будівель (для населених місць);
- 10) соціально-економічною характеристикою (для населених місць);
- 11) конфесійною належністю (для сакральних та поховальних споруд, для історичних подій у релігійному житті);
- 12) типом історичної події (для пам'ятників і пам'ятних місць);
- 13) родом діяльності особи (для пам'ятних місць);
- 14) архітектурним стилем.

За кожною з цих ознак розроблено класифікацію, яка викладається нижче (за допомогою «дерев» або простого переліку).

2. Пам'ятки історії та культури.

1. Класифікація пам'яток за "матеріальністю":

2. Класифікація за ступенем збереженості замінює традиційний поділ пам'яток на архітектурні та археологічні. Відмова від цих різновидів пояснюється тим, що немає чіткого критерію, за яким перші відрізняються від других (наприклад: руїни середньовічного замку це пам'ятка архітектури чи археології?). І це зумовлено тим що множини об'єктів, які вивчаються археологами, з одного боку, та архітекторами. І іншого, мають точку перетину. У той же час зрозуміло, що використання понять "пам'ятка археології (археологічне джерело)" та "пам'ятка архітектури" зручне і немає потреби відмовлятися від їх вживання, коли не йдеться про визначення чіткої межі між ними. Пам'ятки:

- незруйновані (такі, що збереглися у початковому або перебудованому вигляді і мають такий стан, що якби були б перенесені у час свого створення, то змогли б без капітального ремонту використовуватися за початковим призначенням);

- зруйновані і відновлені або відтворені наново (так звані «новоробн зруйновані і не відновлені:

- із значними залишками (руїни стін, підмурки тощо), доступними для огляду (значними вважаємо такі, що можуть дати уявлення принаймні про план споруди); _без значних залишків, доступних для огляду: , позначені на місцевості; . не позначені на місцевості.

3. Класифікація за формою, призначенням та використанням:

Пам'ятки:

1. окремі споруди:

капітальні будівлі:

- житлові;
- громадські;
- виробничі;

- господарські;
- оборонні;
- сакральні; храм, дім для молитви; каплиця; дзвіниця; поховальні;
- інші споруди (значна їх частина підпадає під поняття «малі архітектурні форми»):

4. Класифікація за хронологією. «Власне пам'ятка» характеризується часом її спорудження. Оскільки однією з найважливіших ознак поруди є її архітектурне обличчя, то межі між періодами проведені так, що враховано домінування на території України того чи іншого істецького стилю. Таких періодів виділено вісім:

- 1) архаїка (до 1000 р. до н.е.);
- 2) залізна доба й античність (1000 р. до н.е. - 527 р.);
- 3) доба візантійсько-давньоруського стилю (527-1240 рр.);
- 4) доба готики і ренесансу (1240-1650 рр.);
- 5) доба бароко (1650-1780 рр.);
- 6) доба класицизму (1780-1850 рр.);
- 7) доба еkleктики й модерну (1850-1917 рр.);
- 8) радянська й пострадянська доба (після 1917 р.).

Пам'ятні місця характеризуються часом, коли відбувалися відповідні історичні події. Оскільки для них має значення не домінування архітектурного стилю, а суспільно-політична обстановка, то для пам'ятних місць (а також для стародавніх населених пунктів) розроблено окрему періодизацію:

- 1) архаїка (до 1000 р. до н.е.);
- 2) кіммерійсько-скіфсько-сарматська доба (1000 р. до н.е. - 238р.);
- 3) доба великого переселення народів і давніх слов'ян (238-800 рр.);
- 4) доба Київської Русі (800-1240 рр.);
- 5) доба монголо-татарського, литовською і польського панування (1240-1648 рр.);
- 6) козацька доба (період визвольної війни і козацької держави) (1648-1775рр)
- 7) доба панування Російської і Австро-Угорської імперій (1775-1917рр.);
- 8) революція і громадянська війна (1917-1921 рр.);
- 9) міжвоєнна доба (1921-1939 рр.);
- 10) друга світова війна (1939-1945 рр.);
- 11) післявоєнна доба (1945-1991 рр.);
- 12) незалежна Україна (з 1991 р.).

5. Класифікація за значенням (цінністю). Пам'ятка може мати всесвітнє (внесена у перелік ЮНЕСКО), європейське, загальнонаціональне

(державне), регіональне (обласне) або місцеве значення, яке визначається відповідними критеріями, методами, методиками.

6. Класифікація за будівельним матеріалом (для капітальних будівель): дерево, цегла або камінь, бетон.

7. Класифікація за наявністю укріплень та їхнім типом (для комплексів споруд).

8. Класифікація за наявністю капітальних житлових будівель (для населених місць).

9. Класифікація за соціально-економічною характеристикою і населених місць з капітальними будівлями) Виділяються торговельно-ремісничі поселення, замки і садиби, монастирі, фортеці і військові поселення, сільські поселення, концтабори.

10. Класифікація за конфесійною належністю.

11. Класифікація за типом історичної події (для пам'ятників та пам'ятних місць).

12. Класифікація за родом діяльності особи, з якою пов'язане пам'ятне місце. Традиційно виділяють політичних та державних діячів, героїв війни та праці, літераторів, митців, науковців.

13. Класифікація за архітектурним стилем.

3. Етнічні та етнографічні ресурси.

Пам'ятки народної архітектури (до них належать житлово-господарські й церковні будівлі) часто використовують у туристичній справі. Оригінальністю, вишуканістю форм і надзвичайною привабливістю вони урізноманітнюють архітектурний ландшафт довкілля. Традиційно народне будівництво дійшло до нас у численних пам'ятках дерев'яної архітектури, що локалізується здебільшого у сільській місцевості.

Найпопулярніший вид народної архітектури – традиційне житло, зокрема хата. Це затишна, білена ззовні та всередині будівля, крита солом'ю. Вона є етнографічною ознакою українського народу.

З-поміж господарських споруд, які можуть бути пам'ятками народної архітектури, вирізняються клуні (обмолочували збіжжя), хліви (утримували худобу), комори (зберігали запаси зерна), ужиткові речі тощо. Такі споруди найпоширеніші у середній і південній частині України.

Найоригінальнішим і найпривабливішим видом народної архітектури в Україні є дерев'яні церкви (їх вважають шедевром світового зодчества), а також дзвіниці, каплиці, і навіть плебанії (місце проживання церковнослужителів).

У запропонованій шкалі оцінок пам'яток народної архітектури взято до

уваги широкий діапазон їхньої наявності та рівня привабливості – від окремих будівель з елементами народної архітектури, які оцінюються балом, до групи будівель і цілих поселень у вигляді музеїв під відкритим небом (скансени) з найвищим оціночним балом.

Громадські споруди, до яких належать народні школи, народні доми, корчми, а також господарські виробничі споруди (водяні млини, вітряки, перші гідроелектростанції та ін.), можуть практично застосовуватись і сьогодні. Здебільшого їх вважають привабливими об'єктами туристичного огляду. Відтак найвищим балом оцінено добре збережені пам'ятки громадських споруд.

Популярні серед туристів виробни майстрів. Найповніше вони експонуються в музеях, які часто відвідують ті, хто відпочиває. Водночас туристи дуже зацікавлені у придбанні художніх виробів ручного виготовлення.

4. Сучасні види культурно-історичних ресурсів.

Оцінення сучасних пам'яток архітектури (окремі житлові, виробничі, культурні, освітянські, спортивні й інші споруди або їх групи) зводиться до рівня використання найновіших технічних засобів у будівництві та стан їхньої атрактивності в сучасному архітектурно-ландшафтному середовищі.

Лекція №6

Географія рекреаційних видів туризму

(2год.)

План

1. Географічна характеристика купально-пляжного туризму.
2. Географічна характеристика лікувально-оздоровчого туризму.
3. Географічна характеристика розважального туризму.
4. Географічна характеристика круїзного туризму.

Література:

Аріон О.В. Географія туризму: навчально-методичний посібник для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Аріон, С.І. Уліганець; КНУТШ. – Київ: Обрії, 2009. – 172 с.

Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України : методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О.О. Бейдик. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с.

Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник / С.П. Кузик ; МОНУ ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, Географічний ф-т. – Київ : Знання, 2011. – 271 с.

Любіцева О.О. Туристичні ресурси України / О.О.Любіцева, С.В.Пайкова, В.І.Стафійчук. – К. Альтерпрес, 2007. – 369 с.

Масляк П.О. Рекреаційна географія : навч. посіб. / П.О. Масляк. – К. : Знання, 2008. – 343 с.

Проблеми розвитку туристичного бізнесу: монографія / за заг. редакцією Г.П. Скляра, В.Г. Шкарупи. – Полтава: ПУЕТ, 2013. – 233 с.

Смаль І.В. Туристичні ресурси світу / І.В. Смаль. – Ніжин : Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.

1. Географічна характеристика купально-пляжного туризму..

Купально-пляжний туризм – це вид туризму, який передбачає відпочинок на узбережжі морів, океанів, річок, озер тощо з метою відновлення фізичних та духовних сили людини та поєднує два основних фактори – це наявність пляжів та відповідного клімату для купання, сонячних ванн тощо. Пляжно-купальний туризм є одним із наймасовіших напрямів і тісно пов'язаний з іншими видами туризму, але переважно він ними доповнюється. Купальні-пляжний відпочинок є одним з найбільш популярних у світі. Три чверті туристів бажають проводити відпустку поблизу води - на річках, озерах, морському узбережжі або в морській

подорожі. Найбільш привабливими залишаються морські узбережжя, як складова частина формули пасивного відпочинку, відомої як «три S»: море-сонце-пляж (Sea-Sun- Sand). Для 70% туристів, які прибувають до Іспанії, Греції, Таїланд, Австралію і ряд інших країн, основним мотивом є відпочинок біля моря. Для острівних держав і територій (Кіпр, Гаваї, Куба, Бермуди, Мальдіви та багато ін) купальні-пляжний відпочинок іноземних туристів став вельми прибутковою галуззю господарства.

Відпочинок на воді та біля води включає різні рекреаційні заняття: купання, сонячні ванни, прогулянки по узбережжю, спортивні ігри на березі (наприклад, пляжний волейбол), серфінг і віндсерфінг, катання на човнах, катерах, водних лижах і велосипедах, підводне плавання, риболовля та ін У приморських рекреаційних районах створена потужна туристична індустрія.

Лікувальний ефект приморського клімату і таласотерапії, високий рівень обслуговування перетворили приморські території багатьох країн у курорти світового значення. Привабливість купальні-пляжного відпочинку призвело до створення на узбережжях морів, річок та озер дач, вілл, бунгало для тимчасового відпочинку, будівель системи таймшер, наметових містечок, кемпінгів, трейлерів. У той же час серед відправляються до моря чимало тих, хто подорожує «дикуном».

В даний час більшість середземноморських країн інтенсивно використовують свої острівні і прибережні території для розвитку купальні-пляжного відпочинку. Найбільш відвідвані з них – острови Капрі і Іскья поблизу Неаполя (Італія), Адриатичне узбережжя Хорватії (курорт Дубровнік), південне узбережжя Туреччини (курорт Анталія), Мальта, Кіпр (курорт Лімасол), узбережжя Тунісу (курорт Сус). Найбільше іноземних туристів з метою відпочинку на узбережжі приїжджає в Іспанію, їх приваблюють пляжі Піренейського півострова, курорти на Балеарських (острів Мальорка, Менорка, Форментера, Ібіца) і Канарських (острів Тенеріфе) островах, при цьому острівні курорти користуються більшою популярністю. Найвідоміші курорти Португалії знаходяться на острові Мадейра.

У ХХ в. зріс попит на купально-пляжний відпочинок в американців, що зумовило швидкий розвиток курортних зон в Новому Світі: Майамі, Санта-Круз, Сан-Дієго (США), Акапулько, Канкун (Мексика), Багамські та Бермудські острови, острівні держави Карибського басейну - Барбадос, Ямайка, Куба, Пуерто-Ріко.

Популярні серед іноземних туристів райони прибережного туризму сформувалися на Близькому Сході - курорти на узбережжях Червоного моря Хургада і Шерм-Еш-Шейх(Єгипет) і Перської затоки - Дубай, Абу-Дабі, Шарджа (Об'єднані Арабські Емірати).

В останні десятиліття швидше за все розвивалися приморські райони в екваторіальній і тропічній зонах, майже не схильних до кліматичної сезонності: Сейшельські і Мальдівські острови, Маврикій. Всесвітню популярність отримали узбережжя Південно-Східної Азії: курорт Паттайя, острови Пхукет і Самуй (Таїланд), Балі (Індонезія), Пінанг (Малайзія), Хайнань (Китай). На Гавайських островах посеред Тихого океану американці створили курортну зону з сучасною індустрією розміщення та розваг, приймаючи щорічно більше 6 млн туристів. Гаваї - батьківщина серфінгу та улюблене місце серфінгістів з різних країн.

Прекрасними пляжами величезної протяжності, часто складеними білим, блискучим на сонці кораловим піском, славиться східне узбережжя Австралії. Найбільш відомі тут курорти Голд-Коуст (Золотий Берег), Брісбен, Кернс.

2. Географічна характеристика лікувально-оздоровчого туризму.

У світовій практиці розрізняють переважно чотири типи курортів: бальнеологічні; грязьові; кліматичні; змішані. Якщо бальнеологічні використовують головно природні мінеральні води зі застосуванням їх для зовнішнього (ванни) і внутрішнього споживання (пиття, інгаляції та ін.), а грязьові курорти прив'язані до лікувальних родовищ, – то кліматичні курорти застосовують лісові, гірські, приморські ресурси і дуже різноманітні, як і сам клімат у використанні їх із лікувально-профілактичною метою. Від цих ресурсів залежить профіль курорту. Змішані курорти використовують одночасно декілька природних лікувальних чинників, що дає змогу розширювати горизонти спеціалізації курортів і саме цим приваблювати молодих туристів і відпочиваючих.

На європейському ринку лікувального туризму найвідоміші курорти Німеччини, Австрії, Швейцарії, Чехії, Словаччини. Все популярнішими стають курорти Угорщини, Польщі, Болгарії, Румунії, Хорватії, Словенії. Лікувальний туризм розвивається також у країнах Балтики, в Україні, Російській Федерації.

У Німеччині налічується понад 500 різноманітних курортів і курортних місцевостей. Вони розташовані на території всієї країни, але найбільше їх зосереджено в Альпах, в долині Рейну та Майну, середній і верхній течії Везеру, Саксонській Швейцарії, на узбережжі Балтійського та Північного морів. Відомі курорти світової слави Баден-Баден (його ще називають “літня столиця Європи”), Вісбаден, а також Аахен, Вісбаден, а також Баден-Кронінген, Обер-стдорф, Баренвайлер, Баден-Шанрау та ін.

Австрія належить до найпопулярніших туристичних країн світу. Лікувальний туризм дуже розвинутий в Альпах, які займають більшу частину країни. Найвідоміші бальнеологічні курорти Бад-Гайстайн у долині р. Гайстайн (земля Зальцбург), а також Бад-Кляйнкрхайм, знаний також як гірськолижний. У Верхній Австрії розташований курорт Бадхаль. Він використовує для лікування йодисту ропу з природних джерел. Популярний у Європі бальнеологічний курорт Бад-Глейхенберг, а також курорт Баден, розташований на східній окраїні Віденського лісу, що має репутацію оздоровчого курорту.

Швейцарія має десятки гірських, кліматичних і бальнеологічних курортів, рівномірно розміщених на території країни. Найбільші та найстаріші бальнеологічні курорти – Баден, Бад-Рагац, гірсьокліматичні – Ароза, Давос,

Санкт-Моріц, Церматт і відомий фітотерапевтичний центр Кран-Монтана.

У *Чехії* найвідоміша чеська оздоровниця в Карлових Варах. Курортне лікування тут розпочалося ще в XV ст. Неподалік розташовані також знамениті курорти Франтішкове Лазне та Маріанське Лазне. У районі Рудних гір розташовані десятки кліматичних і бальнеологічних курортів (Бад-Ельстер, Бад-Бранбах із родоновими ваннами, Бад- Шандаута та інші). Усі вони належать до найвідоміших і найстаріших курортів світу.

На території *Словаччини* всесвітню славу мають бальнеологічні курорти в П'єштяни, Смордаки, а також Тренчан- ске-Теплице (південний захід Словаччини). До кліматичних курортів у Високих Татрах зараховують гірськоступовий центр Штрбське-Плесо, а також курорти Татранська Ломніца, Старий-Смоковец, Новий-Смоковец, Горний-Смоковец, де лікують хронічні бронхіти й алергічні застуди. Важливий район лікувального туризму — Східна Словаччина. З-поміж бальнеологічних і кліматичних курортів виокремлюються Вишне Ружбахи і Штос.

3. Географічна характеристика розважального туризму..

Розваги в туристській поїздці можуть бути пов'язані з відвідуванням різних заходів (спортивні змагання, фестивалі, конкурси, шоу, карнавали) та установ (Магазини, басейни, кінотеатри, тематичні парки і парки атракціонів, казино).

В даний час розваги перетворилися з світовою індустрією з величезними, швидкозростаючими доходами. Особливе місце в цій індустрії займають тематичні парки. В даний час в багатьох європейських країнах створені

тематичні парки, але справжній розквіт вони отримали в США, звідки і стали розповсюджуватися по всьому світу.

Центри розваг, організованих у формі тематичного парку, розвиваються в США, Франції, Іспанії, Нідерландах, Данії, Німеччини, Великобританії, Японії, Китаї, Австралії. Популярність тематичних парків зростає. За рік парки США відвідує понад 90 млн осіб, а доходи досягають майже 3 млрд доларів. Європейські тематичні парки беруть на рік близько 60 млн гостей (доходи - 1,8 млрд дол.) За рік Європейський Діснейленд приймає відвідувачів в 2 рази більше, ніж Лувр і Ейфелева вежа.

Притягальну силу для туристів володіють установи грального бізнесу, такі як казино. У світі відкрито багато казино, але столицею грального бізнесу по праву вважається Лас-Вегас (США, штат Невада). Щорічно цей місто посеред пустелі відвідує близько 30 млн чоловік. Славу центрів азартних ігор і розваг здобули американські міста Атлантик-Сіті (штат Нью-Джерсі) і Маямі (штат Флорида). На Європейському континенті «великої грою» відомий Монте-Карло (Монако).

Розваги в туристській поїздки можуть бути пов'язані з відвідуванням різних заходів (спортивні змагання, фестивалі, конкурси, шоу, карнавали) та установ (Магазини, басейни, кінотеатри, тематичні парки і парки атракціонів, казино).

В даний час розваги перетворилися з світовою індустрією з величезними, швидкозростаючими доходами. Особливе місце в цій індустрії займають тематичні парки. В даний час в багатьох європейських країнах створені тематичні парки, але справжній розквіт вони отримали в США, звідки і стали розповсюджуватися по всьому світу.

Центри розваг, організованих у формі тематичного парку, розвиваються в США, Франції, Іспанії, Нідерландах, Данії, Німеччини, Великобританії, Японії, Китаї, Австралії. Популярність тематичних парків зростає. За рік парки США відвідує понад 90 млн осіб, а доходи досягають майже 3 млрд доларів. Європейські тематичні парки беруть на рік близько 60 млн гостей (доходи - 1,8 млрд дол.) За рік Європейський Діснейленд приймає відвідувачів в 2 рази більше, ніж Лувр і Ейфелева вежа.

Притягальну силу для туристів володіють установи грального бізнесу, такі як казино. У світі відкрито багато казино, але столицею грального бізнесу по праву вважається Лас-Вегас (США, штат Невада). Щорічно цей місто посеред пустелі відвідує близько 30 млн чоловік. Славу центрів азартних ігор і розваг здобули американські міста Атлантик-Сіті (штат Нью-Джерсі) і Маямі (штат Флорида). На Європейському континенті «великої грою» відомий Монте-Карло (Монако).

4. Географічна характеристика круїзного туризму.

Круїзний туризм відноситься до спеціальних видів туризму, оскільки це досить трудомісткий, капіталомісткий вид туризму, що поєднує в собі декілька видів туризму, – рекреаційний, спортивний, лікувально-оздоровчий, пізнавальний. Під круїзом слід розуміти подорож на водних видах транспорту, що включає берегові екскурсії, огляд пам'яток портових міст, а також різноманітні розваги на борту морських і річкових лайнерів. Рекреаційними ресурсами круїзного туризму є: моря, озера, річки, канали. Круїзінг – це міжнародний бізнес комплекс ринкових структур, що є, і що сполучає декілька певних міжнародних ринкових сегментів. До перевезень туристів водним транспортом відносять: морські перевезення і круїзи, річкові подорожі і круїзи, подорожі на поромах, катамаранах, яхтах, морські і річкові прогулянки (екскурсії) та інші види водних подорожей. Найбільш поширений вид водних подорожей – круїзи. Круїзний туризм поділяється на: – морський круїз – подорож звичайна по замкнутому колу з радіальними поїздками з портів у внутрішні райони країн; – річковий круїз – подорож водним транспортом по внутрішніх водних артеріях (річках, озерах, каналах). Морські подорожі мали епохальне значення для людства – ознаменували нову еру в географічному дослідженні Землі, дали поштовх для епохи Великих географічних відкриттів, для розвитку багатьох областей природознавства, сприяли інтенсифікації світової торгівлі. Початок морського туризму відноситься до середини XIX століття, коли лінійні пасажирські компанії почали шукати шляхи використання пасажирських суден у період міжсезоння в лінійних перевезеннях. «Джерелом» пасажирів для трансатлантичних ліній була європейська еміграція: за період з 1846 по 1940 рр. на американський континент із Європи емігрували близько 60 млн. осіб, з яких близько 36 млн. виїхали до США. Гостра конкуренція змушувала судовласників постійно поліпшувати умови проживання на судні, обробку кают і всю систему обслуговування пасажирів у рейсі, що швидко перетворило судна у висококомфортабельні плаваючі готелі.

Перші повідомлення про спеціально організовані рейси морських пасажирських суден з метою відпочинку відносяться до 1835 р., коли в Англії були оголошені регулярні прогулянкові рейси між Оркні, Шотландськими островами та Ісландією. Через два роки автори цієї ідеї заснували судовласницьку компанію «P&O». У 1840 р. компанія починає групові туристичні поїздки по Середземному морю за допомогою агентства Томаса Кука, які відразу ж отримали велику популярність. Через кілька років для цих цілей починають фрахтувати вже цілі судна. Одне з відомих – рейс пасажирського судна «Тагус» («P&O») в 1843 році з Лондона в Чорне

море. Новий напрямок на ринку організації відпочинку надав сильний імпульс круїзному суднобудуванню, в результаті чого в 1900 р. «Narag-Lloyd Cruises» побудував судно тільки для круїзів, яке здійснювало круїзи цілий рік, змінюючи лише регіони. Одночасно із замовленням нових, переобладнувалися під круїзи і знаходилися в експлуатації, вантажопасажи́рські судна. Круїзні подорожі довго розглядалися лише як побічний бізнес, що дозволяв судовласникам зайняти судна в несезонний період. Основними ж були лінійні перевезення пасажирів і пошти. У 1911 р. «Cunard» побудував свій лайнер «Франконія», який став прототипом пасажирських суден подвійного призначення – лінійно-круїзних. Період між Першою і Другою світовими війнами характеризується широким поширенням круїзних подорожей, хоча в основному в несезонний період. Провідними країнами в цьому секторі індустрії відпочинку стали Великобританія, як найбільша судноплавна держава, а також США і Німеччина, де приділяється розвитку морського туризму велике значення. Щоб компенсувати зимовий спад у лінійному суднопла́встві, англійські судноплавні компанії «Cunard» та «White Star» організували взимку 1922–1923 рр. круїзи (по три судна) з Нью-Йорка в Середземне море. У Німеччині в 1933 році провідними лінійними судноплавними компаніями «Гамбург Америка Лайн», «Норддойчер Ллойд» та «Гамбург Зюд» були організовані морські подорожі з метою відпочинку в Середземне й Північне моря, на острови Атлантичного океану, в Західну Індію та Америку – в цілому на 12 суднах. В цей же час активізує на круїзному ринку свою діяльність і німецька компанія «Narag-Lloyd Cruises», судна якої почали перші круїзні рейси через Атлантику. У 1934 р. Німецький робітничий фронт нацистського режиму розпочав організацію круїзів під гаслом «Сила через радість», проводячи в життя ідею масового морського туризму. Раніше для цих цілей фрахтували великі навіть за сьгоднішніми критеріями судна, що перевозили по 2 тис. пасажирів, але в 1938 – 1939 рр. були побудовані спеціальні круїзні судна «Вільгельм Густлоф» і «Роберт Лей». У 1935 р. на круїзний ринок вийшли греки. Заснована незадовго до цього компанія «Hellenic Mediterranean Lines» придбала яхту і почала використовувати її для круїзів.

Друга світова війна зупинила розвиток круїзів майже на 10 років. Під час війни багато пасажирських, в тому числі і круїзних суден загинуло, і тому круїзний ринок наприкінці 40-х років ХХ ст. був досить слабким. Проте вже на початку 50-х років ХХ ст. було закладено велику кількість суден подвійного призначення (вантажопасажи́рських) англійськими, італійськими, голландськими та скандинавськими компаніями.

Першими круїзними суднами, побудованими після війни, були

«Океаніка» компанії «Home Lines» та італійське «Італія», які здійснювали рейси зі східних та західних портів США в район Карибського басейну. Цивілізований ринок морських круїзів виник після 1960 р., коли бурхливий розвиток авіаційних трансконтинентальних рейсів почав тіснити традиційні морські подорожі і було необхідно шукати нові форми даних перевезень. До 1980 р. круїзний бізнес здійснювали вже 15 великих світових компаній. До таких компаній належать: «Carnival Group» (22 судна), «Royal Caribbean International» (12 суден), а також «Princess Cruises», «Holland America Line».

До 1995 р. індустрія «плавучих готелів» налічувала вже 220 великих пасажирських лайнерів загальною місткістю 150 – 572 місця.

До 1999 р. круїзи виконали перевезення понад 8 млн. осіб, а в 2009 р. – 14 млн. Тільки протягом найближчих 4 років планується будівництва 50 нових круїзних лайнерів. Передбачається будівництво прозорих підводних човнів, що надають широкий огляд підводного світу. Щорічно обсяги продажів круїзних компаній світу збільшуються до 100%, а щорічні обороти досягають 9 млрд. доларів. Основними регіонами круїзного бізнесу є Карибський (75% обсягу) і Середземноморський басейни (20% обсягу). Для круїзних подорожей освоюються акваторії Північного полюса і Антарктиди. Для туристів тут відкрили свої льодові бази Великобританія, Нова Зеландія та Росія. Аналіз світового ринку морського туризму показує, що існує тенденція щорічного збільшення туристів, охочих зробити морські подорожі на 10 %. Щороку круїзи здійснюють більше 15 млн. чоловік; 60% з яких доводяться на Північну Америку (США); 20% – на Європу. Сьогодні круїзи використовуються для спеціалізованих бізнес-шкіл, семінарів, конференцій, шоу-програм. Серед ділових людей користуються попитом круїзні конгрес-тури, навчальні тури, програмні мовні тури. Для їх організації на теплоходах обладнуються конференц-зали з повним набором технічних засобів та оргтехніки.

Лекція №7

Географія активних видів туризму

(2год.)

План

1. Географічна характеристика гірськолижного туризму.
2. Географічна характеристика дайв-туризму.
3. Географічна характеристика гольф-туризму.
4. Географічна характеристика екстремального та пригодницького туризму.

Література:

Аріон О.В. Географія туризму: навчально-методичний посібник для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Аріон, С.І. Уліганець; КНУТШ. – Київ: Обрії, 2009. – 172 с.

Бабкин А.В. Специальные виды туризма / А.В.Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.

Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності. [текст]: навч. посіб. / С.С. Галасюк, С.Г. Нездоймінов – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 178 с.

Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник / С.П. Кузик ; МОНУ ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, Географічний ф-т. – Київ : Знання, 2011. – 271 с.

1. Географічна характеристика гірськолижного туризму.

Поступово у світі гірськолижний туризм починає перетворюватися на один з найпопулярніших видів активного відпочинку. Україна не є винятком. Гірські лижі стають ознакою престижу і навіть життєвого успіху. Серед газетних і журнальних заголовків, присвячених гірськолижному туризму, з'явилися слова на кшталт "гірськолижний бум", "гірськолижна мода" і навіть "гірськолижна революція" та "гірськолижна пандемія".

Гірськолижний туризм великою мірою відповідає сучасним соціально-економічним реаліям. Він є не лише престижним, а й дає змогу цікаво, винахідливо і корисно для здоров'я проводити вільний час. Крім того, віковий і соціальний діапазон цього виду активного відпочинку дуже широкий. Він доступний малим дітям і пенсіонерам, студентам і олігархам, політикам і домогосподаркам.

Нині найпопулярніші місцевості для розвитку гірськолижного туризму знаходяться в Карпатах: Буковель, Яблуниця, Славське, Драгобрат,

Боржавські полонини, гори Красія, Вишків та ін.

Функціонують чотири основні гірськолижні курорти: Буковель, Яблуниця, Славське та Драгобрат. Найпопулярніший з них Буковель. Він знаходиться в селі Поляниця Закарпатської області на висоті 900 м над рівнем моря. Назва цього гірськолижного курорту походить від гори (1129 м), на схилах якої він розташований.

Це найкраще технічно облаштований гірськолижний курорт країни. Загальна довжина його трас досягає 20 км, з яких близько 95 % забезпечені снігогенеруючим устаткуванням. Загальний перепад висот до 500 м. Важливою особливістю Буковеля є те, що всі лижні траси пов'язані між собою.

Буковель добре обладнаний бугельними і крісельними підйомниками. На схилах встановлені веб-камери, які забезпечують лижників інформацією в режимі он-лайн про стан погоди і особливості снігового покриву безпосередньо на трасах.

Важливою складовою сервісу є пункти прокату гірськолижного спорядження, дорослі і дитячі лижні школи, група інструкторів зі сноубордингу, бригада професійних рятувальників, забезпечених усім необхідним устаткуванням, аж до вертольотів.

Сніг, як правило, у Буковелі випадає рано і в значній кількості. Це один з найбільш природно збережених куточків Карпат з чудовим лікувальним кліматом, фітонцидною рослинністю, прозорим повітрям, дивовижними краєвидами, які позитивно впливають як на практично здорових, так і на хворих людей в усі пори року.

На межі Івано-Франківської і Закарпатської областей, неподалік від відомого Яблунецького перевалу із залізничним і автомобільним сполученнями, знаходиться гірськолижний центр Івано-Франківщини - Яблуниця. Тут побудовано 10 бугельних підйомників довжиною від 100 до 1100 м. Характерною особливістю цього курорту є розмаїття трас різного рівня складності і, мабуть, найзручніший під'їзд до них.

Гірськолижний курорт Славське бере початок ще з XVIII ст., коли Галичина належала Австро-Угорщині. Тут будувалися готелі, трамплін, кліматотерапевтична станція. Нині Славське відновлює славу гірськолижного курорту європейського значення. Тут на чотирьох горах прокладені гірськолижні траси, які не поступаються відповідним трасам Австрії і Швейцарії, працюють крісельні і бугельні підйомники. Славське - місце як для професіоналів, так і для аматорів, а також для проведення змагань.

Іntenсивно розвивається гірськолижний курорт Драгобрат. Він знаходиться в Рахівському районі Закарпатської області біля селища Ясиня.

Це найвисокогірніша лижна база країни (1400 метрів над рівнем моря). Така висота, а також підковоподібна експозиція схилів масиву Свидовець дає змогу мати з листопада до травня стабільний сніговий покрив, потужність якого місцями досягає 5 м. Це створює просто ідеальні умови для сноубордистів. Є дитяча траса і три підйомники. Драгобрат - єдине місце в Україні, де можливе катання на сніжниках у червні та першій половині липня. Їх довжина досягає 500 м.

Як і Буковель, Драгобрат має добре розвинуте сервісне забезпечення: прокат гірського спорядження і сноубордів, ресторани і колиби, дискотека, кінозал тощо. Діє група інструкторів, траси освітлюються, планується будівництво сучасного готельно-рекреаційного комплексу.

2. Географічна характеристика дайв-туризму.

Підводний туризм (дайвинг) – одна з найбільших галузей туризму, що динамічно розвиваються у світі. Поява акваланга й зростання «середнього класу», тобто категорії людей, що володіють достатньою кількістю вільних фінансових засобів і часу, здебільшого людей активних, готових платити за нові враження, визначило різке збільшення кількості підводних туристів. Економіка багатьох країн, що мають у своїй основі туризм, чималі надходження має саме від дайвінгу прикладом тому є Єгипет, Мальта, Шрі-Ланка, Хорватія й ін.

Як і для будь-якого виду туризму, необхідними умовами для розвитку дайвінгу є наявність двох факторів – суб'єктів і об'єктів галузі, тобто інфраструктури й об'єктів туризму (дайв-сайтів). Специфікою даного виду туризму є розширене поняття інфраструктури. Крім звичайних вимог по проживанню, харчуванню, транспортному обслуговуванню туристів і інше присутні специфічні вимоги в частині наявності спеціального сертифікованого спорядження й устаткування (акваланги, компресори, костюми, плавзасоби), і підготовлених сертифікованих фахівців (підводників для проведення екскурсій – дайв-гідів, і навчання новачків – інструкторів). Дайв-сайти являють собою природні або техногенні об'єкти, цікаві для огляду дайверами – природні ландшафти, затонулі судна й ін. технічні об'єкти; затонулі міста й інші свідчення життєдіяльності людей. Історія об'єктів, як правило, трагічна, і їхня відносна неприступність для основної маси обивателів, робить такі об'єкти особливо притягальними для дайверів.

Дайв-сайти можуть бути класифіковані наступним чином:

- Природні (ландшафтні) об'єкти. Поширені повсюдно. У тім або іншому ступені придатні для занурень (підводних екскурсій). Наприклад, в Україні,

це озера — у західній частині країни, ріки – у центральній, моря — у південній. Навіть на знайомому з дитинства пляжі, зробивши два кроки у воду й поринувши, попадаєш у зовсім інший світ. У чому, мабуть, і полягає притягальна сила дайвінга. До негативних факторів належать сезонні коливання прозорості води на ріках і озерах (пов'язані зі цвітінням), практично постійна відсутність видимості в Азовському морі, і, що так радує пляжників, але засмучує спокушених дайверов, сумовита одноманітність підводної частини піщаних пляжів, типу Евпаторійських.

- Техногенні об'єкти. В Україні представлені у всьому різноманітті : від затоплених міст (Ольвія, Херсонес), численних затонулих кораблів, до затоплених глибоководних кар'єрів. Занурення (екскурсії) в Ольвії можливі тільки для фахівців – національний заповідник. Глибоководні кар'єри цікаві тільки для навчання й відпрацювання технічно складних занурень. З погляду проведення екскурсій, найбільший інтерес представляють саме затонулі кораблі і їхні останки. Вони ж і найбільш піддані впливу людини. Через недосконалість або відсутність правової бази, вірніше, відсутності практики застосування існуючої правової бази, економічної обстановки й менталітету, вони піддаються масовому розгарбуванню на металобрухт і артефакти як мадригалами, так і організованими дайверами, що нерідко виступають в одній особі.

Інфраструктура дайв-туризму представлена в таких категоріях:

- Дайв-Клуби. Зараз їх кількість лише в Україні становить –понад 50, що свідчить про високу популярність даного виду туризму .

- Дайв-Центри на водоймах.

- Інструктори.

- Сервіс на водоймах.

Навчання є необхідним елементом туристської дайв-подорожі. Так як турист перебуває в нетрадиційному й небезпечному середовищі – відкритій воді, даний вид відпочинку відносно небезпечний і вимагає попередньої підготовки. З кінця 60-х років минулого сторіччя виникають і формують свої мережі загальноосвітні стандартизовані системи підготовки непрофесійних (за рівнем виконуваних завдань) підводних плавців (підводних туристів, дайверов). Навчання - один із самих пріоритетних напрямків що бурхливо розвивається в світі дайв-послуг. Навчання дає можливість безпечно користуватися всім підводним спорядженням на відкритій воді або басейні.

У світі існує десятки навчальних систем, що пропонують свої програми навчання на різних континентах. Світовими лідерами по наданню освітніх дайв-послуг які представлені й у нашому регіоні є:

CMAS - Всесвітня Конфедерація Підводної діяльності заснована в 1959 році Жаком Ивом Кусто, є найстаршою й однією із самих популярних в усьому світі. Відмітні достоїнства - цікаві й доступні програми навчання; низька комерціалізація системи продиктована більше ретельним підходом до навчання.

PADI - Професійна Асоціація інструкторів по дайвінгу. Багатоступінчаста програма навчання з більшою кількістю додаткового матеріалу. Сама комерціалізована і популярна на окремих курортних зонах система.

NAUI - Національна Асоціація Підводних інструкторів. Молода, але впевнена система, більшою мірою призначена для досвідчених і навички, що вдосконалюють свої, дайверов.

CEDIP - Молода європейська організація, поки ще що мало зарекомендувала себе на світовому ринку дайв-послуг.

TDI, SDI - Федерації, які по більшій частині спеціалізуються на навчанні просунутих дайверов для глибоководних занурень (техно-дайвінг).

В Україні CMAS і PADI представлені практично однаково, з тією лише різницею, що CMAS сприяє суспільному розвитку підводних видів спорту й діяльності в нашій країні. Ієрархічна градація й вимоги для переходу на новий більше просунутий рівень практично однакові, за винятком ціни - в CMAS вона нижче. Та й в PADI окремі програми винесені у вигляді обов'язкового додаткового курсу за додаткову плату.

Існує кілька різноманітних видів занурень:

1) Занурення з берега

Уздовж берега практично завжди існують плину. Незважаючи на попередній напрямок потоку, коли він досягає берегової лінії, то рухається уздовж її. Будьте обережні, поринаючи в глибоких затоках і поруч із видатними в море мисами. У цих місцях ви можете зустрітися із завихреннями й протилежно спрямованими потоками. У берега навіть на одній глибині може зустрітися ситуація, коли на різному видаленні від пляжу вода рухається в протилежні сторони. Будь-яке занурення з берега необхідно починати з вивчення характеру плинів і способів їхніх подолань.

2) Занурення в тихій воді

Імовірно, найдужчі й найбільш мінливі потоки виникають у результаті припливів і відливів. У місцях, де швидкості приливних плинів високі, необхідно вибирати час, коли в проміжок між припливом і відливом вода відносно спокійна. Звичайно він займає від напівгодини до 1 години.

3) Дрифт-дайвінг (drift diving)

Ідея полягає в тому, щоб використовувати енергію плину для поступального руху дайвера, що вільно дрейфує не затрачаючи багато сил.

Звичайно, що супроводжує команда на дайвінг-боті стежить за міхурами, що піднімаються, водуха й, рухаючись за ними, підбирає дайвера далеко по ходу плину. Найбільш популярний цей вид дайвінга на острові Косумель і в узбережжя Флориди.

4) Занурення з торпедою або буксировщиком.

Буксировщики, також іноді називаних скутерами, а офіційно - *diver propulsion vehicles (DPV)* - рушійні засоби для дайверів. Існують також носії - більше ґрунтовні апарати, призначені для транспортування кількох людей. Носії нерідко бувають оснащені бортовою системою життєзабезпечення, навігаційним і іншим устаткуванням. Споконвічно буксировщики створювалися лише для професійного застосування, у першу чергу військового. У мирних цілях буксировщики застосовуються для археологічних робіт. Зараз у закордонній дайверській пресі активно рекламується буксировщик фірми *Sea-Doo* за назвою *VS Supercharger*.

5) Дайвінг-сафарі - це тижневий тур у відкритому морі на яхті здійснюваний частіше у груповій формі. Це ранкові, денні й нічні занурення, включаючи теоретичні й практичні заняття з інструктором, це обмін досвідом.

Географія дайвінгу туризму безумовно пов'язана з розповсюдженням дайв-сайтів. Найатрактивнішими зонами дайвінгу на сьогодні в світі визнані курорти Єгипту, Мальти, Шрі-Ланки, Хорватії, Куби, Гавайїв й ін. Найрозвиненішим регіоном також є - Південно-Східна Азія - Малайзія, Філіппіни, Індонезія, Мальдівські, Коморські о-ви. Другим розвиненим регіоном виступає - Великий Бар'єрний Риф біля узбережжя Австралії в Тихому Океані. Третій регіон - о-ви Карибського басейну. Екзотичним дайв-районом світу є Канада, та північні моря Російської Федерації де розвивається арктичний дайвінг. В Україні найцікавішими районами дайвінгу беззаперечно виступає Південне узбережжя Криму, п-в Тарханкут, м. Севастополь, Керченський п-в, Заповідник Ольвія, р. Дніпро біля м. Запоріжжя.

3. Географічна характеристика гольф-туризму.

Америка, перш за все Північна, лідирує за числом гольф-полів і гравців в світі. Щорічно жителі Північної Америки витрачають на гольф 24 млрд. дол. Серед країн цього регіону особливо виділяються США, де створена могутня індустрія гольфу. За різними оцінками, в гольф грає від 25 млн. до 30 млн. американців. США привертають туристів-гольфистів з інших регіонів, перш за все з Європи, але їх потоки значно менші, ніж внутрішньоамериканські. Лише 10% гольфистів США виїжджають за межі країни, в основному до

Мексика, Канади і Великобританії, останні 90% віддають перевагу внутрішнім гольф-турам.

Американська, так само як і європейська, модель розвитку гольфу поєднує принципи доступності і комерційної вигоди. У США раунд гри коштує в середньому 36 дол. У більшості районів США створені муніципальні поля для гольфу, відкриті для всіх охочих, в основному з розрахунку на осіб з середнім рівнем достатку. Разом з ними існують закриті гольф-клуби. На полях, що належать ним, грають тільки члени клубу і запрошені ними особи.

Заслуговує уваги національна концепція гольф-клуба. Американці привнесли в гру комфорт, відтворили в клубах домашню обстановку, що відрізняється від істинно англійських гольф-клубів з характерним для них спартанським духом. Вони вперше почали використовувати спеціальні машини гольф-кари для пересування гравців по полю і автоматизовані далекоміри, засновані на глобальній супутниковій системі визначення місцеположення (GPS), облаштували гольф-поля спеціальними місцями для відпочинку і пересувними точками харчування, побудували роздягальні із зручностями і магазини. З метою економії кожен клуб об'єднав декілька полів, для яких створювалася загальна інфраструктура. Американський підхід, що відповідає запитам клієнтів і одночасно націлений на перетворення гольфу на високоприбутковий вид бізнесу, зробив сильний вплив на розвиток індустрії гольфу у всьому світі.

Європа займає друге місце на світовому ринку гольф-туризму: у 2009 р. в Європі налічувалося більш 6 тис. полів, а число зареєстрованих гольфістів перевищували 4 млн. чоловік. У останні десятиліття європейська індустрія гольфу характеризувалася стійкою тенденцією до зростання, причому попит збільшувався швидше за пропозицію. За минулих 20 років кількість полів подвоїлася (з них майже 500 нових полів було побудовано з 2000 по 2005 р.), то споживчий ринок розширювався в середньому на 6% в рік.

На європейському ринку гольфу традиційно лідирує Великобританія. Вона концентрує близько половини всіх гольф-полів в Європі. Широка географія потоків англійських гольфістів. Найбільш популярний напрям гольф-туризму серед них - адміністративно-політична частина Великобританії - Уельс. Другий і третій рядки займають Іспанія і Португалія. Шотландія, що відкривала цей список на початку 1990-х рр., перемістилася на четверту позицію.

Окрім Великобританії, на європейському ринку гольф-туризму домінують Німеччина, Франція і Швеція. У Германії 74% гравців здійснюють гольф-тури під час відпустки. В Швеції цей показник складає близько 67%, а число гольфістів, що відправляються в поїздки два і більше

разів на рік, неухильно збільшується. На ці чотири країни доводиться більше 70% всіх гольф-полів і зареєстрованих в Європі гравців.

У Південній Європі центрами гольфу вважаються Іспанія і Португалія. Кожна з цих країн має в своєму розпорядженні 250 полів і тримає 6% європейського ринку гольфу. Міжнародна асоціація операторів гольф-туризму в якості району з найвищими темпами розвитку гольф-туризму в світі визначила - іспанське узбережжя Коста-Брава (автономна область Каталонія). За іншим іспанським побережжям Коста-дель-Соль (автономна область Андалусія) з кінця 1980-х рр. закріпилася іронічна назва «Коста-дель-гольф». Тут знаходиться 30 кращих європейських полів для гольфу [20]. З Іспанією і Португалією конкурує Франція, що розвиває гольф-туризм на середземноморських курортах.

Швидко росте ринок гольфу в країнах Північної Європи. Швеція перша здійснила прорив на цьому напрямі. Кожен шостий швед сьогодні зареєстрований в гольф-клубах. Норвегія, Данія, Фінляндія і Ісландія упевнено слідують за нею.

У країнах Центрально-Східної Європи ринок гольфу знаходиться в зачатковому стані, але переживає фазу підйому. На загальноєвропейському фоні регіон виділяється найвищою динамікою зростання за останніх 10 років. У Чеській Республіці побудовано 52 поля для гольфу, Польща, Словенія і Угорщина разом налічують 30 полів. По оцінках фахівців, хороші перспективи зростання має ринок гольфу в країнах Південно-східної Європи- Греції, Болгарії і Хорватії.

Найдорожчими напрямками гольф-туризму в Європі вважаються Австрія, Швейцарія, північ Італії і узбережжя Франції, Іспанії і Португалії. Ці зрілі, добре відомі ринки гольф-туризму орієнтовані на спроможних іноземних гравців. Наприклад, в Іспанії і Португалії знаходяться улюблені місця гри в гольф серед німців і англійців. Зі свого боку, гольф-клуби сприяють зростанню цін на житлову забудову, розміщення туристів і проведення дозвілля в безпосередній близькості від них. Наприклад, в Іспанії ціни на житлі з видом на гольф-поле вище на 25—30%. У Великобританії, Ірландії, Франції, Іспанії, Португалії, Італії продаж гольф-турів все частіше ув'язується з ексклюзивною пропозицією нерухомості, що можна розглядати як тенденцію розвитку гольф-туризму, яка полягає в просуванні комбінованих туристських продуктів.

В Україні розвиток гольфу не набув ще масового характеру, проте існують відповідні організаційні і інфраструктурні зрушення. Так, розвитком гольфу і міні – гольфу в державі займається Громадська організація "Всеукраїнська Федерація гольфу".

4. Географічна характеристика екстремального та пригодницького туризму.

Пригодницький туризм в усі часи вважався найпопулярнішим варіантом туристичного проведення часу, проте часи міняються, а за одно, міняються смаки і переваги туристів. Останнім часом все частіше бажають не лише добре відпочити, а й отримати хорошу порцію адреналіну.

На тлі зростання попиту зростає і число пропозиції пригодницького туризму і сьогодні дана галузь продовжує розвиватися.

Пригодницький туризм є своєрідним видом відпочинку і забезпечує не тільки перебування туристів у привабливому для них місці, а й заняття незвичайним видом діяльності ("царське полювання", "пошуки піратських скарбів" і т. д.). Пригодницький туризм поділяється на кілька видів:

- 1) похідні експедиції;
- 2) сафарі-тури (полювання, риболовля, лов метеликів і т. д.);
- 3) морські подорожі (яхтинг).

Географія і тематика пригодницьких турів досить велика і різноманітна. Звичайно це групові тури. Специфічною рисою такого туризму є одержання різних ліцензій, що дозволяють полювання, риболовлю, вивіз трофеїв. Пригодницький туризм пов'язаний з визначеним ризиком, тому для забезпечення безпеки таких турів необхідні висококваліфіковані інструктори. Цей вид туризму має досить високу вартість, і його можна віднести до розряду елітарного відпочинку.

Лекція №8
Географія культурно-пізнавального, подієвого та ділового
туризму
 (2 год.)

План

1. Географічна характеристика культурно-пізнавального (екскурсійного) туризму.
2. Географічна характеристика подієвого туризму.
3. Видова структура ділового туризму.

Література:

Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2012. - 470 с.

Бабкин А.В. Специальные виды туризма / А.В.Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.

Проблеми розвитку туристичного бізнесу: монографія / за заг. редакцією Г.П. Скляра, В.Г. Шкарупи. – Полтава: ПУЕТ, 2013. – 233 с.

Пузакова О.П. Международный туристический бизнес / О.П. Пузакова, В.А. Честникова. – М.: Экспертное бюро, 2013. – 441 с.

Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку [Текст] : монографія / за ред. М. О. Кизим, В. Є. Єрмаченко. – Х. : ІНЖЕК, 2012. – 472 с.

Смаль І.В. Туристичні ресурси світу / І.В. Смаль. – Ніжин : Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.

1. Географічна характеристика культурно-пізнавального (екскурсійного) туризму.

Культурно-пізнавальний туризм знайомить туриста з культурними цінностями, розширює його культурний кругозір. При цьому турист отримує знання, погодившись з власними культурними запитами власним вибором.

Культурно-пізнавальну діяльність туриста можна згрупувати наступним чином:

- знайомство з різними історичними, архітектурними або культурними епохами шляхом відвідування архітектурних пам'яток, музеїв, історичних маршрутів;

- відвідування театралізованих вистав, музичних, кіно, театрів, фестивалів, релігійних свят, бою биків, концертів і оперних сезонів,

виставок картин, скульптур, фотографій тощо;

- відвідування лекцій, семінарів, симпозіумів, курсів іноземної мови, комунікативних тренінгів;

- участь у демонстраціях фольклору, національної кухні та прикладного мистецтва на фестивалях фольклорних ансамблів і виставках національного народного творчості.

Загальна характеристика об'єктів культурно-пізнавального туризму наведена в табл. 1.

Таблиця 1. - Зміст культурно-пізнавального туризму

Вид	Туристські об'єкти
Літературно-художній туризм	відомі діячі та твори літератури, театру, кіно та ін.
Історико-археологічний туризм	пам'ятки людської цивілізації і соціально-економічної культури; стародавні міста, руїни стародавніх міст; пам'ятки оборонної архітектури (фортеці, оборонні стіни і вали, місця битв тощо)
Військово-історичний туризм	пам'ятники присвячені військовим подіям, військові музеї; музеї, присвячені окремим військовим битвам і цілим війнам; меморіали
Історико - архітектурний туризм	архітектурні ансамблі, палацові комплекси, малі архітектурні форми (будівлі, бвежі, арки, зали, пантеони, мавзолеї, меморіальні печери, обеліски); гідротехнічні споруди (дамби, канали, гідроелектростації); портово-промислова архітектура; рекреаційна архітектура
Релігійно-пізнавальний туризм	культові споруди і храми
Культурно-етнографічний туризм	традиції, обряди, свята, народні промисли, національна кухня, традиційні житла, одяг, танці, колекції етнографічних музеїв
Природно-пізнавальний туризм	Національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, біосферні резервати, природні заповідники, пам'ятки природи, ботанічні сади, дендрологічні парки, зоологічні парки

2. Географічна характеристика подієвого туризму

Подієвий туризм – напрям порівняно молодий і надзвичайно цікавий. Основна мета поїздки приурочена до якогось події. Унікальні тури, поєднують в собі традиційний відпочинок та участь в самих видовищних заходах планети, поступово завойовують все більшу популярність

Подієвий туризм можна класифікувати за масштабом події (національного або міжнародного рівня) та за тематикою події.

В подієвому туризмі можна виділити кілька тематичних видів:

1) національні фестивалі і свята;

- 2) театралізовані шоу;
- 3) фестивалі кіно і театру;
- 4) гастрономічні фестивалі;
- 5) фестивалі і виставки квітів
- 6) модні покази;
- 7) аукціони;
- 8) фестивалі музики і музичні конкурси;
- 9) спортивні події;
- 10) міжнародні технічні салони.

3. Видова структура ділового туризму.

Індустрія ділового туризму (а коротко - МІСЕ) в сучасному його розумінні зародилася на Заході на рубежі XIX-XX століть і швидко стала одним з найперспективніших секторів економіки. Сьогодні, великі закордонні компанії витрачають на ділові поїздки і захоплювальні подорожі своїх співробітників і партнерів - за даними «Всесвітньої ради з туризму і подорожей» (World Travel & Tourism Council, WTTC) - близько двох трильйонів US \$ в рік, а витрати на це стоять в числі головних статей витрат, після кадрового забезпечення, податків, оренди, ІТ і зв'язку, що стимулює як швидке зростання галузі, так і розвиток МІСЕ-туризму семимильними кроками.

Центрами МІСЕ-туризму в західному світі є США, Великобританія, Німеччина, Франція, Австрія та Іспанія. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні неперевершеним лідером став Китай, хоча останнім часом велика увага індустрії МІСЕ стали приділяти і в Індонезії, і в Лаосі, і у В'єтнамі, і навіть в Австралії.

В Україні, в силу політичних особливостей XX століття, індустрія МІСЕ-туризму сформувалася відносно недавно і зараз вона дуже стрімко розвивається.

Якщо подивитися на види ділового туризму або, кажучи іншими словами розшифрувати термін МІСЕ по буквах - вийде:

Meetings - Ділові зустрічі

Incentives - Заохочувальні тури для співробітників, клієнтів і партнерів

Conferences - Організація і участь в конференціях і виставках.

Events - Організація і участь в корпоративних заходах.

У структурі ділового туризму виділяють такі складові компоненти (рис. 1.).



Рис. 1. Складові компоненти ділового туризму

Лекція №9
Географія релігійного туризму та паломництва. Географія
міського, сільського та екологічного туризму.
 (2 год.)

План

1. Паломництво та релігійний туризм культурно-пізнавального характеру.
2. Географія центрів та регіонів паломництва та релігійного туризму у християнстві, ісламі, буддизмі, іудаїзмі, індуїзмі.
3. Географічна характеристика міського туризму.
4. Географія регіонів та країн розвитку сільського туризму в Україні та світі.
5. Види екологічного туризму.

Література:

Проблеми розвитку туристичного бізнесу: монографія / за заг. редакцією Г.П. Скляра, В.Г. Шкарупи. – Полтава: ПУЕТ, 2013. – 233 с.

Проблеми розвитку туристичного бізнесу: монографія / за заг. редакцією Г.П. Скляра, В.Г. Шкарупи. – Полтава: ПУЕТ, 2013. – 233 с.

Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку [Текст] : монографія / за ред. М. О. Кизим, В. Є. Єрмаченко. – Х. : ІНЖЕК, 2012. – 472 с.

Христов Т.Т. Религиозный туризм / Т.Т. Христов. – М. : Издательский центр «Академия», 2003. – 288 с.

1. Паломництво та релігійний туризм культурно-пізнавального характеру.

У релігійному туризмі прийнято виокремлювати два напрями діяльності – релігійний, пов’язаний з участю у подіях релігійного життя, що здійснюються за допомогою екскурсій, і паломницький, як подорож з метою відвідування святих і святих місць. Термін “*релігійний туризм*” відображає, передусім релігійно-пізнавальні аспекти або лише пізнавальні, а “*паломницький туризм*” пов’язаний з мандрівкою виключно з релігійною метою.

Християнське паломництво органічно належить до культурного спадку феномену європейської культури.

Паломництво це духовна практика Церкви, а релігійний туризм – інформативно-культурне ознайомлення із місцями релігійного культу.

Паломництво – відвідування віруючими святих місць, що базується на переконанні, що молитва дієвіша у священних, надприродних місцях.

Паломництво (грец. *θεωρία*) – подорож із метою поклоніння Богу, пов'язана, як правило, з відвідуванням сакральних місць. Паломництво властиве не тільки Православ'ю.

Паломництво в перекладі з латинської мови:

- 1) поза домом, за кордоном, поза вітчизною, в чужих краях;
- 2) за кордон; 3) з-за кордону.

Паломник – мандрівник, що здійснює поклоніння – подорож до святинь, людей, священних місць, особливо відзначених в релігії.

Центрами відвідання християнських паломників стали святі місця в Палестині, пов'язані із земним життям Ісуса Христа, могили святих, місця перебування християнських подвижників, священних реліквій або які були пов'язані з особливими подіями в біблійній чи церковній історії.

Паломництво – побожна праця, де рух сполучається з молитвою. Для паломництва властива духовна опіка Церкви. Мета – християнське вдосконалення, наближення до Бога.

Релігійний туризм екскурсійно-пізнавальної спрямованості – відвідання місць пов'язаних з історією релігій

2. Географія центрів та регіонів паломництва та релігійного туризму у християнстві, ісламі, буддизмі, іудаїзмі, індуїзмі.

Основними світовими місцями паломництва є:

- у християн: Віфлеєм, Єрусалим, Назарет, річка Йордан та інші місцевості, пов'язані з Христом, апостолами, Пресвятою Богородицею;

До популярних православних центрів належать:

- свята гора Афон (Греція);
- храм святого Лазаря з його гробницею і мощами (Кіпр);
- монастир Сопочани із діючою церквою Святої Трійці та фресками XIII ст. (Сербія);
- церква Святої Софії, собор О. Невського і церква Святого Пантелеймона (Болгарія);
- Сіонський собор, храм Метехі, Монастир Святого Давида (Тбілісі), храм Светі-Цховелі та монастир Гелаті (Мцхе- та) у Грузії;
- Києво-Печерська лавра (м. Київ, Україна);
- Почаївська Лавра (м. Почаїв, Україна);
- Олександрівська, Троїцько-Сергіївська (Росія) та ін.
- у мусульман відвідання Мекки, Медіни і здійснення там

запропонованих ритуалів;

- у ламаїстів - відвідання Лхаси (Тибет);
- у індусів - відвідання Ілахабада і Варанасі (Індія);
- у синтоїстів - відвідання Нара (Японія).

Серед причин здійснення паломництва можна виділити наступні:

- ✠ бажання зцілитися від душевних і фізичних недуг;
- ✠ помолитися за рідних і близьких;
- ✠ знайти благодать;
- ✠ виконати богоугодну роботу;
- ✠ відмолити гріхи;
- ✠ висловити подяку за блага, послані зверху;
- ✠ проявити відданість вірі;
- ✠ прагнення до подвижництва в ім'я віри;
- ✠ знайти сенс життя.

3. Географічна характеристика міського туризму.

У культурно-етнографічному відношенні територію Африки підрозділяють на шість історико-етнографічних областей.

Західна Африка – найбільша і найскладніша за етнічним складом історико-етнографічна область. Вона простягнулася уздовж узбережжя Атлантичного океану від Сенегалу до Нігерії включно. Тут поширені атлантичні, нігеро-конголезькі, бенуе-конголезькі і афразійські мови. Найбільш відомі народи: хауса, йоруба, фульбе, догоні, ашанти, еве, фон, мосі. Західна Африка не випадково була головним центром розвитку древніх африканських культур : природні умови тут найбільш придатні для землеробства. У присахарській частині обробляються зернові ("пояс проса": просо, сорго, рис), у зоні тропічних лісів Гвінейського узбережжя – корене- і бульбоплоди ("пояс ямсу": ямс, касава та ін.). На півночі, біля Сахари, розвинене скотарство. У Західній Африці збереглися прадавні міста Тропічної Африки: Томбукту, Дженне, Кано, Гао, Іфе. Основні будівельні матеріали в пустинних північних районах - глина і камінь; у савані - дерево, гілки, солома; у лісах – пальмова деревина, бамбук, листя банана і фікусових.

Північно-Східна Африка захоплює простір Африканського Рогу, що сильно вдається до Індійського океану. Населення тут говорить в основному на семітських, кушитських і нілотських мовах. На цій території існувала прадавня цивілізація Аксума. З тих часів в Ефіопії поширилося плугове терасне землеробство, що поєднується з пасовищним скотарством. На Ефіопському нагір'ї вперше стали вирощувати каву і деякі сорти пшениці. У

етнічному відношенні населення Ефіопії складається з численних народів. Найчисленніші – це землероби-амхара і племена скотарств тиграї і гала. У країні отримала розвиток коптська релігія – одне з напрямів християнства. Народи напівпустель (оромо, сомалійці, афар) займаються кочовим і напівкочовим скотарством (верблюди, коні, дрібна рогата худоба).

Екваторіальна Африка займає території Камеруну, Центральноафриканської Республіки, Габона, Екваторіальної Гвінеї, Республіки Конго, Демократичної Республіки Конго, Замбії, північної частини Анголи і південної частини Чад. Ця область заселена в основному народами банту: конго, лубу, фанг, а також багатьма іншими. Унікальна культура пігмеїв, що зберігають первісний спосіб життя, заснований на полюванні і збиранні.

Східна Африка розташовується на узбережжі Індійського океану від Кенії до півночі Мозамбіку і Коморських островів. До неї входить і район Міжозер'я, що лежить в околицях Великих Африканських озер. Цю територію в основному населяють народи банту (кікуйю, ганда, лухья, бемба, руанда, рунді, малаві, макуа та ін.), а також нілотські народи (масаї, туркана та ін.). Основні заняття населення – ручне землеробство (бантумовні народи) або відгінне скотарство (нілотські народи).

Південна Африка займає Намібію, ПАР, Свазіленд, Лесото, Ботсвану, Зімбабве, південну Анголу, південний і центральний Мозамбік. Тут проживають головним чином народи банту (шона, коса, зулу, свазі, ндебеле, суто, тсвана, гереро, овамбо та ін.), а також койсанські народи (бушмени і готтентоти). У цьому регіоні досить багато вихідців з інших континентів. Це нащадки переселенців з Європи: африканери (бура) і англоафриканці - у ПАР, німці – в Намібії. Етнічний ландшафт урізноманітнюють вихідці з Південної Азії (хіндустанці, гуджаратці, таміли, телугу та ін.).

Мадагаскарська острівна область охоплює острівні країни, розташовані в Індійському океані біля берегів Африки. Це Мадагаскар, Республіка Сейшельські Острови, Маврикій і Реюньон. Найбільший народ – малагасійці, що проживають на Мадагаскарі, менш численні маврикійці, реюньонці і сейшельці. На островах є невеликі громади вихідців з Індії, Китаю, арабських країн. Малагасійці говорять мовою, що відноситься до австронезійської сім'ї, тобто спорідненій мовам Індонезії, Малайзії, Філіппін.

4. Географія регіонів та країн розвитку сільського туризму в Україні та світі

Сільський зелений туризм має давні традиції. Ще в період Римської

імперії існувала традиція виїзду із Риму на відпочинок у сільську місцевість. На сучасному етапі це явище особливо поширилось у другій половині ХХ ст., коли населення великих міст постіндустріальних держав вже не могло обійтися без чистого повітря, привабливих малозаселених, екологічно чистих сільських територій. Попит на сільський відпочинок, або як його ще називають у деяких країнах Центрально-Східної Європи – “відпочинком під грушею” – зумовлений також збільшенням вартості платних відпусток, зростанням освіченості громадян і розвитком транспортної інфраструктури, передусім мережі швидкісних автобанів, залізниць, сучасного повітряного транспорту. Наприкінці ХХ - початку ХХІ ст. подолано суттєву перешкоду, що заважала розвитку туризму в сільській місцевості, зокрема у Центрально-Східних європейських країнах, — необлаштованість об’єктів розміщення туристів. Цього вдалося досягти в останні роки розвитку малого підприємництва і створення мережі агроосель, агроготелей для прийому відпочиваючих.

“Агрооселя, – за визначенням М. Рутинського і Ю. Зінька, – це житлове приміщення, що знаходиться в сільській місцевості, містить не більше п’яти кімнат, пристосованих для проживання туристів, і належить на правах приватної власності господарю, який займається сільськогосподарською діяльністю або зайнятий у сфері обслуговування чи соціальній сфері села”³⁹. Агроготель – житлове приміщення готельного типу, призначене для надання туристично-рекреаційних послуг у сільській місцевості.

Агрооселя володіє сільським туристичним продуктом у вигляді сукупних послуг клієнту: туристично приваблива місцевість – природне середовище зі сприятливим кліматом, унікальними краєвидами; історико-культурні об’єкти, традиції та звичаї даної місцевості; інфраструктура як надійна база розміщення туристів — гастрономічна складова, транспортні засоби. Неабияке значення має суспільний імідж місцевості, а також сприятливі ціни.

За визначенням експертів ВТО, сільський зелений туризм – найдинамічніший сектор світового туристичного господарства. Обсяги надання агротуристичних послуг у постіндустріальних країнах у 2-4 рази перевищують обсяги зростання готельної бази та курортного сервісу в цих країнах.

Послугами сільського туризму переважно користується молодь до 35 років, яка мешкає у великих містах. Їхня частка становить понад $\frac{4}{5}$ від сумарної кількості агротуристів. У світі найбільшого розвитку сільський туризм досяг у Північноамериканських країнах та Європі. Так, Європейський Союз розглядає сільський зелений туризм як визначальний чинник розвитку сільських територій і спосіб “прив’язки” трудових ресурсів

до проживання і праці у сільській місцевості. За оцінкою Європейської Федерації фермерського та сільського туризму (*Euro Gites*) європейський ринок налічує близько 2 млн ліжко-місць. В Україні він становить 150 тис. потенційних учасників зеленого туризму. Офіційно запрошують на відпочинок у сільську місцевість 37 садиб у семи регіонах країни. Спілка сприяння сільському туризму вважає, що цей показник для України достатньо успішний.

Наприклад, у Швейцарії (розвинутій туристичній країні) працює близько 80 зелених садиб.

Вагомим питанням подальшого розвитку сільського зеленого туризму фахівці вважають категоризацію зелених садиб. Клієнт повинен чітко знати, які саме послуги йому запропонують у тій чи іншій садибі. Поки що сільські садиви належать до першої категорії, тобто найнижчого рівня категоризації. У Польщі влада виробила стандарти стосовно сільського туризму, а господарі провели добровільну категоризацію садиб. Усе це дає змогу оцінити якість послуг зелених садиб.

5. Види екологічного туризму

Суть екологічного туризму зводиться до організації туризму на малозмінених людиною ландшафтах без заподіяння шкоди навколишньому середовищу. Саме до таких відносяться території національних та ландшафтних парків, де здійснюються без шкоди екології тури в природу. Оскільки екотуризм і сільський зелений туризм спрямовані на збереження екосистем, то між екотуризмом і сільським туризмом існують паралелі. Останнім часом навіть з'явилося нове поняття – *екоагротуризм*. Воно поєднує використання агроосель як головного об'єкта розміщення туристів, котрі беруть участь у сільському зеленому туризмі, з використанням екотуристичних програм. На думку дослідників, сільський зелений туризм відрізняється від екотуризму основною метою – відповідним використанням вільного часу: сільський туризм – це вид проведення вільного часу як стаціонарного відпочинку у сільській місцевості з невеликими радіальними маршрутами, а екотуризм – проведення вільного часу на маршруті, під час якого люди знайомляться з природними чи історико-культурними пам'ятками території.