

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства
та природокористування

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

05-08-135М

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання практичних занять та самостійної роботи з
навчальної дисципліни «Туризмознавство» для здобувачів вищої
освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньою програмою
«Туризм і рекреація» спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
денної та заочної форм навчання

Рекомендовано науково-
методичною радою з якості
ННІАЗ.
Протокол № 1 від 29.08.2023 р.

Рівне – 2023

Методичні вказівки до виконання практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Туризмознавство» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньою програмою «Туризм» спеціальності 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання [Електронне видання] / Коротун С. І., Скорина Т. М., Яковишина М. С. – Рівне : НУВГП, 2022. – 29 с.

Укладачі: Коротун С. І. к.геогр.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи; Скорина Т. М. к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи; Яковишина М. С. старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи.

Відповідальний за випуск – Коротун С. І., канд. геогр. наук, доцент, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи.

Керівник групи забезпечення спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

Коротун С. І.

Зміст

Вступ	3
Практична робота № 1 Основні поняття та визначення в туризмі	4
Практична робота № 2 Ринок туристичних послуг	7
Практична робота № 3 Види туризму	14
Практична робота № 4 Показники розвитку сфери туризму. Статистика туризму	17
Практична робота № 5 Історія виникнення туристично-екскурсійної справи	18
Практична робота № 6 Особливості механізму державного регулювання туризму України на сучасному етапі	21
Практична робота № 7 Порядок ліцензування туристичної діяльності та сертифікації туристичних послуг	22
Практична робота № 8 Організаційні засади створення і діяльності туристичного підприємства	25
Практична робота № 9 Регіональний аспект розвитку туризму: Рівненська область	27

© С. І. Коротун, М. С. Яковишина,
Т. М. Скорина, 2023

© Національний університет
водного господарства та
природокористування, 2023

Вступ

Метою дисципліни «Туризмознавство» є формування необхідних теоретичних знань та практичних навичок з організації туристичних подорожей для спеціалістів в сфері туризму.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є: теоретичні засади туризму та їх практичне застосування у сфері туристичної діяльності.

Завдання:

– ознайомлення студентів з основними поняттями та дефініціями туризму;

– розкриття історичних особливостей та сучасного стану розвитку туристичного господарства, умов діяльності туристичних підприємств (фірм);

– формування у студентів знань та навичок, необхідних для організації туристичної діяльності, створення та організації роботи туристичного підприємства (туроператора, турагентства).

Розподіл аудиторних годин, запланованих на виконання практичних завдань

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Основні поняття та визначення в туризмі	6	2
2	Ринок туристичних послуг	6	2
3	Види туризму	4	
4	Показники розвитку сфери туризму. Статистика туризму.	6	2
5	Історія виникнення туристично-екскурсійної справи	4	2
6	Особливості механізму державного регулювання туризму України на сучасному етапі	4	2
7	Організаційні засади створення і діяльності туристичного підприємства	4	
8	Порядок ліцензування туристичної діяльності та сертифікації туристичних послуг	4	2
9	Регіональний аспект розвитку туризму: Рівненська область	4	2
Всього		42	12

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен оволодіти наступними **програмними результатами**:

ПР01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.

ПР02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.

ПР03. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.

ПР04. Пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору.

ПР05. Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.

ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.

Практична робота № 1 **Основні поняття та визначення в туризмі**

Мета: ознайомитись з основними дефініціями (термінами та визначеннями) у туризмознавстві

Основні питання, що розглядаються під час практичного заняття: туризм, турист, туристична індустрія, суспільне значення туризму, ризики в туризмі, функції туризму.

Робота в аудиторії: 2 години

Самостійна робота: 8 годин

Завдання для обговорення в аудиторії:

Завдання 1. Дати визначення основних понять туризму використовуючи Закон України "Про туризм": туризм, турист, туристичний продукт, туристичні ресурси, туристична індустрія, туристські послуги, туристична інфраструктура, туристичні дестинації, туристичні кластери

Завдання 2. Навести чинники успішного функціонування туристичної індустрії

Завдання 3. Навести приклади негативного впливу туризму на життя суспільства

Завдання 4. Навести основні ризики в туризмі (чого боятися подорожуючі)

Завдання 5. Заповнити таблицю "Функції туризму". Підібрати відповідні тези для характеристики кожної функції туризму:

- люди поліпшують своє психічне здоров'я;
- туризм стимулює охорону природи;
- туризм вносить різноманіття та радість в повсякденне життя людини;
- туризм сприяє збереженню історико-культурних ресурсів;
- туризм забезпечує розвиток транспорту, харчової промисловості, курортного будівництва;
- людина пізнає навколишній світ, формує свій світогляд;
- людина в подорожі вчиться з толерантністю та повагою ставитися до традицій, вірувань і менталітету інших народів;
- туризм допомагає країнам покращувати відносини між собою.

Таблиця 1

Функції туризму

Функції туризму	Зміст функцій туризму
1) пізнавальна	
2) рекреаційна	
3) політична	
4) економічна	
5) культурологічна	
6) виховна	
7) екологічна	
8) холістична	

Завдання 6. Визначте, про які функції туризму ведеться у наступних прикладах:

Приклад 1. Туристична фірма на літній період надає сезонну роботу для п'яти студентів четвертого курсу

Приклад 2. Туристи з Рівного відвідують Краків та навпаки.

Приклад 3. Адміністратор готелю "Оптіма" заключає договір з фермерським господарством на постачання молока, сиру, свіжих овочів та фруктів, які потрібні для обслуговування гостей у кав'ярні "Fika" його готелю.

Приклад 4. Власники великого приватного сільського будинку, що знаходиться на березі озера, переобладнали порожні кімнати, якими

не користуються, у кімнати для гостей і стали здавати їх відпочиваючим.

Приклад 5. Керівник туристичної фірми на період літнього сезону, коли накопичується великий обсяг роботи і зовсім не лишається часу для догляду за квартирою, два рази на тиждень користується послугами хатньої працівниці.

Приклад 6. Гірськолижна та сноуборд школа "Буковель" запрошує хлопців та дівчат на роботу у зимовий час.

Завдання для самостійної роботи:

1. Холістична функція туризму

2. Фактори спонукання туристів до подорожі

3. Підготувати доповідь про зміни мотивацій в активному туризмі.

Рекомендація: ознайомитись із результатами дослідження 2017 року, проведеного Adventure Travel Trade Association спільно з дослідниками з Університету Східної Кароліни, яке показує, що більше, ніж будь-який інший мотиваційний фактор, активні мандрівники прагнуть трансформації особистої свідомості [16].

4. Туристські мотивації майбутнього. Рекомендація: розгляньте шість туристських особистостей майбутнього від Amadeus: звичайний споглядач (simplicity searcher), культурні пурісти (cultural purist), шукачі соціальних переваг (social capital seeker), мисливці за винагородами (reward hunter), вимушений супровідник (obligation meeter), етичні мандрівники (ethical traveller) [17].

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації та захищається на наступному занятті.

Інформаційна довідка (інформаційно-методичний матеріал)

Суспільне значення туризму полягає у тому, що:

– туризм надає можливість людині краще пізнавати оточуючий світ;

– туризм впливає на ціннісні орієнтації людини відносно відпочинку, що, в свою чергу, впливає на формування світогляду людини;

– туризм виявляє рівень культури та добробуту суспільства;

– туризм сприяє створенню оптимальної стратегії і тактики мирного співіснування націй в гуманному співтоваристві на екологічно чистій планеті.

У даний час можна виділити декілька підходів до визначення туризму:

- туризм розглядається як: вид тимчасових міграцій, що мають здебільшого сезонний характер;
- складова рекреації, її активна форма, з метою відпочинку, розваг, оздоровлення, пізнання природи, культури та побуту населення інших територій тощо;
- форма виховання фізичних і розумових здібностей людини через поширення знань із краєзнавства та країнознавства, історії, географії, культурології, що надаються в процесі подорожування; через формування системи фізичних навантажень, загальної фізичної підготовки, знань, умінь та навичок виживання в природних умовах, долаття природних перешкод тощо;
- один із різновидів міжнародних відносин, "що здійснюються на підставі міжнародних угод з урахуванням діючих міжнародних звичаїв";
- вид економічної діяльності, спрямований на задоволення потреб подорожуючої людини в безпечних і комфортних умовах проведення вільного часу поза місцем постійного проживання;
- галузь господарства, складова світового ринку послуг, розвиток якої ґрунтується на специфічному виді споживання.

Література: [1, 3, 4, 6, 7, 8]

Практична робота № 2 **Ринок туристичних послуг**

Мета: ознайомитись з поняттям туристичний ринок, туристична послуга, туристичні ресурси, туристичний продукт.

Основні питання, що розглядаються під час практичного заняття: туристичний продукт, тур, туроператор, турагент, туристична послуга, сегментація, мотивація в туризмі, туристичний ринок.

Робота в аудиторії: 2 години

Самостійна робота: 8 годин

Завдання для обговорення в аудиторії:

Завдання 1. Дати визначення наступних понять туризму:

туристичний продукт, туроператори, турагенти, туристичні ресурси, туристична індустрія, туристські послуги, туристична інфраструктура, туристичні дестинації, туристичні кластери

Завдання 2. В процесі обговорення визначити риси виробників, постачальників і споживачів туристичних послуг.

Завдання 3. У вигляді схеми зобразити туристичний продукт та його складові. Скільки послуг повинно входити у турпродукт? Перелік видів послуг, що можуть входити у турпродукт. Чи тотожні поняття тур і туристичний продукт?

Завдання 4.

Завдання 5. Навести класифікацію туристичного продукту за різними ознаками

Завдання 6. Відмінності пекидж-туру і інклюзив-туру.

Завдання 7. Що є предметом обміну на туристичному ринку? Що таке туристична послуга? Які її особливості? Навести ознаки, характерні туристським послугам. Навести приклади характерних і супутніх турпослуг.

Завдання 8. Навести критерії та класифікації турів

Завдання 9. Навести приклади туроператорів масового ринку і спеціалізованих туроператорів

Завдання 10. Які спеціалізовані підприємства об'єднує індустрія туризму?

Завдання 11. На основі чого функціонує туристичний ринок? Доповніть твердження і запишіть закон попиту і закон пропозиції:

Закон пропозиції свідчить, що об'єм пропозиції турпродукта збільшується при _____ ціни і зменшується при _____ ціни.

Закон попиту: _____ ціна обмежує попит, _____ ціни, як правило, супроводжується зростанням попиту.

Завдання 12. У вигляді схеми подати складові туристичної пропозиції

Завдання 13. У вигляді таблиці навести характеристику особливостей туристичного попиту. Підібрати відповідні тези для характерних ознак туристичного попиту:

– Туристичний попит залежить від зміни тривалості відпустки, кількості святкових днів, тривалості відрядження.

– З метою відпочити, і отримати нові враження, людина купує рекреаційні тури; для задоволення професійних інтересів, здійснює ділові поїздки; для здійснення культових обрядів їде у релігійні подорожі.

- Туристські потреби, отже і попит, змінюються разом з розвитком суспільства.
- Батьки прагнуть приурочити свою відпустку до літніх шкільних канікул і відпочивати разом з дітьми.
- Учасники конгресів і форумів охоче купують до і післяконгресні тури, відвідують концерти, виставки, поєднуючи професійну діяльність з культурно-пізнавальним відпочинком.

Таблиця 2

Характеристика особливостей туристичного попиту

Характерні ознаки туристичного попиту	Пояснення характерних ознак туристичного попиту
динамізм	
гетерогенність	
комплексність	
еластичність	
сезонність	

Завдання 14. У вигляді схеми зобразити стадії життєвого циклу турпродукту

Завдання 15. Поняття сегментації ринку. Види сегментації.

Завдання 16. Запишіть які п'ять вікових груп виділяються при сегментації туристського ринку за демографічною ознакою.

Завдання 17. Запишіть, які застосовуються при дослідженні споживчого ринку у туризмі основні три різновиди сегментації за поведінковою ознакою.

Завдання 18. У вигляді таблиці підібрати певний стереотип поведінки для відповідного сегменту туристичного ринку (туристів, об'єднаних в одну групу).

Таблиця 3

Виділені сегменти ринку, які відрізняються моделлю поведінки туристів і вимагають особливого підходу:

Сегменти туристичного ринку за географічною ознакою	Моделю поведінки туристів
Французи	
Американці	
Японці	
Німці	
Англійці	

– готові витратити великі суми грошей на відпочинок, але і розраховують отримати багато. Вони вимогливі до рівня сервісу. Іноді скаржаться, якщо їх очікування не виправдовуються.

– дуже важкий сегмент туристського ринку. Бувають наївні. Ніколи не скаржаться відразу, але можуть поскаржитися потім.

– витончений ринок. Ревно відносяться до англійської мови і не розуміють, чому весь світ говорить по-англійськи, а не по-французьки. Часто не стримані. Люблять тільки свою національну їжу.

– важкий ринок. Дуже розбірливі, часто скаржаться, пунктуальні в усьому і вимагають чіткості в організації поїздки.

– легший ринок. Їх можна запрограмувати і організувати на будь-який захід. Дуже пунктуальні. Мають дуже приблизне уявлення про традиції, культуру відвідуваної країни, але хочуть дізнатися якомога більше. Фанати фотографії: фотографують усе, що рухається і не рухається, що відкидає тінь і навіть саму тінь. Не люблять змішуватися з представниками інших національностей.

Завдання 19. У вигляді таблиці підібрати спільні психографічні риси, що характеризують схильність до змін, готовність до пригод і ризику, міру консерватизму, вимоги до комфорту в подорожі і інтелектуальний рівень туристських запитів, для двох крайніх типів туристів для психоцентриків і аллоцентриків (за американським психологом С. Плогом):

– вибирають відомі центри туризму, в культурному відношенні близькі до свого постійного місця проживання

– прагнуть відкрити нові, ще не освоєні туристами райони

– насолоджуються відчуттям "першовідкривача"

– притягають традиційні види розваг і відпочинок

– низький рівень активності

– високий рівень активності

– тур повинен включати тільки основні компоненти - перевезення і розміщення, а його програма - відрізнитися максимальною гнучкістю і надавати можливо велику свободу учасникам подорожі

– купують готові пакети туристських послуг (пекідж-тури). Тур повинен мати насичену розважальну програму

– до місць відпочинку, зазвичай видалених, добираються повітряним транспортом

– віддають перевагу таким центрам туризму, до яких можна добратися на автомобілі

- вимогливі до комфорту: зупиняються у високотематичних готелях, відвідують затишні сімейні ресторани і туристські магазини
- задовольняються непоганою їжею і розміщенням в готелі, не обов'язково "ланцюговому", а також можливістю трохи розважитися
- люблять спілкуватися з місцевим населенням
- на відпочинку особливо цінують домашню атмосферу і уникають іншокультурного впливу .

Таблиця 4

Психографічні риси психоцентриків і аллоцентриків

Психоцентрики	Аллоцентрики

Завдання 20. Оформити класифікацію туристських мотивацій у вигляді таблиці. Підібрати відповідні приклади реалізації туристських мотивацій:

- інсентив-тури;
- "сирний тур" по Швейцарії;
- програми навчання (менеджмент, маркетинг та ін.);
- пригодницькі тури: сафарі;
- тури по відомим історичним і культурним центрам;
- екзотичні тури для охочих кинути палити;
- подорожі в святкові дні;
- велосипедні тури.

Таблиця 5

Класифікація туристських мотивацій

Класифікація туристських мотивацій при виборі подорожі	Приклади реалізації туристських мотивацій
1) турбота про здоров'я. 2) заняття спортом. 3) навчання. 4) можливість самовираження і самоствердження. 5) можливість зайнятися улюбленою справою в середовищі однодумців. 6) вирішення ділових проблем. 7) розвага і потреба в спілкуванні з людьми. 8) задоволення цікавості і підвищення культурного рівня.	

Завдання для самостійної роботи:

1. Ресурси туризму, їх види та цінність
2. Туристичний консорціум та корпорація
3. Класифікація маршрутів
4. Класи туристського обслуговування
5. Класифікація турів за соціальним складом учасників подорожі
6. Класифікація турів за побудовою траси маршруту
7. Форма проведення відпустки «три S» (Sea - Sun - Sand) і «три L» (Lore - Landscape - Leisure)
8. Economy, Employment, Experiences and Environment – «чотири E» в туризмі
9. Інноваційні типи турів

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації та захищається на наступному занятті.

Інформаційно-методичний матеріал

Вплив подорожей і туризму поширюється на багато секторів суспільства, в результаті чого сформувалась концепція важливості туристичної індустрії «чотирьох E» в туризмі: Economy, Employment, Experiences and Environment (Економіка, Зайнятість, Досвід, Довкілля). Дана концепція говорить про позитивні результати розвитку туризму для світової економіки, створення робочих місць, подолання упереджень та стереотипів під час подорожей та набуття особистого досвіду кожним туристом, а також піклування про довкілля та поширення екологічного туризму та екологічних практик на підприємствах туристичної індустрії.

Туристичний ринок, як і всі інші ринки, функціонує на основі дії законів попиту і пропозиції. Туристичний попит – це суспільна потреба в туристичному продукті. Туристична пропозиція – сукупність виробничих можливостей підприємств, спроможних надати туристичний продукт. В поняття "туристична пропозиція" входить як матеріальна база туризму, так і туристичні послуги, товари, якісне і повне надання яких можливе тільки при достатньому розвитку інфраструктури відпочинку. Туристичний ринок – економічна система взаємодії чотирьох основних елементів:

- туристичного попиту;
- пропозиції туристичного продукту;
- ціни;
- конкуренції.

Туристичний продукт розуміють як три основні види можливої пропозиції на ринку: **тур**, окремі **туристичні послуги** і **товари** туристичного призначення.

Складовою частиною туру є **туристичний пакет**. Туристичний пакет відрізняється від туристичного продукту тим, що це мінімальний набір послуг, які можуть бути розширені за рахунок додаткових туристично-екскурсійних послуг, товарів та інших послуг і разом складатимуть туристичний продукт. Тур може бути більшим або рівним турпаketу.

Туристична послуга - результат діяльності туристичного підприємства щодо задоволення відповідних потреб туристів.

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

До складу туристичних послуг входять: бронювання, оформлення документів, всі види перевезень, розміщення, харчування, екскурсії й атракції, медичний супровід і страхування, послуги гідів-перекладачів та інше забезпечення.

Туристичним послугам, як і будь-яким іншим послугам, властиві наступні основні особливі риси:

- невідчутність (туристичні послуги - не матеріальні);
- нерозривність виробництва і споживання (процес надання туристичної послуги (виробництво) відбувається паралельно зі споживанням);
- неможливість збереження туристичної послуги.

В процесі просування туристичні послуги комплектуються в туристичний продукт (через туроператора) і через систему дистриб'юції (через турагентства) доводяться до споживача (туриста).

Література: [3, 4, 6, 7, 8]

Практична робота № 3

Види туризму

Мета: ознайомитись з видами класифікацій у туризмі

Основні питання, що розглядаються під час практичного заняття: класифікація в туризмі, сучасні різновиди туризму.

Робота в аудиторії: 2 години

Самостійна робота: 6 годин

Завдання для роботи в аудиторії:

Завдання 1. Які види туризму виділяють згідно Закону України Про внесення змін до Закону України "Про туризм" ?

Завдання 2. Найбільш популярні види туризму в Україні, Рівненській області.

Завдання 3. Патріотичний туризм в Україні

Завдання для самостійної роботи:

1.Згідно варіанту підготувати повідомлення-презентацію про сучасні різновиди туризму

Таблиця 6

Завдання на самостійну роботу

№ вар	Сучасні різновиди туризму	№ вар	Сучасні різновиди туризму	№ вар	Сучасні різновиди туризму
1	туризм автостопом, демонологічний туризм (туризм за привидами), модний туризм	11	винний туризм, історичний туризм (історико-культурний туризм), рибальський туризм	21	бідняцький туризм (туризм в нетрі), музичний туризм, фото-туризм
2	апітуризм (медовий туризм, бджолиний туризм), ігровий туризм (розважальний туризм), навчальний туризм (науковий туризм, освітній туризм, інтелектуальний туризм)	12	археологічний туризм, наркотуризм (туризм залежностей), орхідейний туризм	22	алкотуризм, могильний туризм (цвинтарний туризм) , музейний туризм

3	благодійний туризм, туризм катастроф (туризм стихійних лих), фермерський туризм	13	болотний туризм, етнічний туризм (ностальгічний туризм, етнографічний туризм), фруктовий туризм	23	весільний туризм, коньячний туризм, небезпечний туризм
4	віскі-туризм, літературний туризм (книжковий туризм), романтичний туризм	14	геотуризм, економний туризм (заощадливий туризм, гарячі тури), пляжний туризм	24	військовий туризм (воєнний туризм, мілітарі туризм, зброярський туризм), чайний туризм, ядерний туризм
5	гастрономічний туризм, конференц-туризм, садово-парковий туризм (садовий туризм, парковий туризм, квітковий туризм)	15	грибний туризм, кінотуризм, релігійний туризм (сакральний туризм, паломницький туризм, езотеричний туризм)	25	екстремальний туризм, політичний туризм (дипломатичний туризм, туризм, пов'язаний з політичними подіями і заходами), шоколадний туризм (какао-туризм)
6	джайлоо-туризм, сигарний туризм, тематичний туризм (подієвий туризм, івентивний туризм)	16	екзотичний туризм, секс-туризм (сексуальний туризм), туризм солодошів (солодкий туризм)	26	діловий туризм, китовий туризм, темний туризм (чорний туризм, туризм суму, танатотуризм, туризм по в'язницях)
7	кавовий туризм, мисливський туризм (ауфітертур), толкінтуризм	17	карнавальний туризм, сирний туризм, термальний туризм (геотермальний туризм)	27	агротуризм, інтернет-туризм, парфумерний туризм
8	мобільний туризм, острівний туризм, пивний туризм	18	індустріальний туризм (промисловий туризм), рекреаційний туризм, шопінг-	28	медіа-туризм (прес-тур), спелеологічний туризм (спелеотуризм, спелестеологічний

			туризм		туризм), ягідний туризм
9	лісовий туризм, психологічний туризм (комфортний туризм), спортивний туризм	19	медичний туризм (лікувально-оздоровчий туризм, оздоровчий туризм, лікувальний туризм, пологовий туризм), патріотичний туризм	29	мовний туризм (лінгвістичний туризм), пустельний туризм, б'ордвотчінг-туризм (орнітологічний)
10	екологічний туризм (туризм орієнтований на природні туристські ресурси, природний туризм), парадорес-туризм, музичний туризм	20	креативний туризм, стоматологічний туризм, тедді-бєар туризм (туризм іграшок)	30	культурний туризм, пригодницький туризм, туризм для домашніх тварин

Оформлення самостійної роботи. Робота оформляється у вигляді презентації та захищається на наступному занятті.

Інформаційно-методичний матеріал

Таблиця 7

Основні ознаки виокремлення форм туризму

Основні ознаки	Форми туризму
Походження туристичних потоків	Внутрішній (регіональний) Міжнародний (іноземний)
Характер організації подорожі	Паушальний, самодіяльний, неорганізований
Тривалість подорожі	Короткотривалий, довготривалий
Вік подорожуючих	Дитячий, молодіжний, дорослий
Сезонність туристичних потоків	Літній, зимовий, постійний (цілорічний)
Спосіб фінансування	Соціальний, комерційний, кредитний
Спосіб розміщення	Готельний, позаготельний

Література: [2, 3, 4, 10]

Практична робота № 4

Показники розвитку сфери туризму. Статистика туризму.

Мета: ознайомитись з методологією розрахунків основних показників, що характеризують рівень розвитку туризму у країні та світі.

Основні питання, що розглядаються під час практичного заняття: статистика в туризмі, турист, екскурсант, відвідувач, міжнародні туристські прибуття,

Робота в аудиторії: 2 години

Самостійна робота: 6 годин

Завдання для обговорення в аудиторії:

Завдання 1. Навести головні питання статистичних досліджень туризму

Завдання 2. Навести визначення: "турист", "мандрівник", "відвідувач", "одноденний відвідувач", "екскурсант".

Завдання 3. В результаті обговорення визначити у чому полягає мультиплікативний ефект у туризмі.

Завдання 4. Використовуючи статистичні показники, що друкуються у статистичних щорічниках UNWTO Tourism Highlights:

- навести показники надходжень від туризму;
- визначити які країни є лідерами з кількості іноземних туристів та доходів від міжнародного туризму;
- розрахувати надходження від одного туриста для України та трьох країн на вибір.

Завдання 5. Ознайомитись із формою статистичної звітності туристичних підприємств.

Завдання для самостійної роботи:

1. Життєвий цикл дестинацій
3. Геопросторова модель туризму
4. Державна статистична звітність
5. Анкетування

Оформлення роботи. Робота оформляється у вигляді звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Інформаційно-методичний матеріал

Вихідним завданням статистики є визначення одиниці спостереження у туризмі. Міжнародна статистика відокремлює категорії “мандрівник”, “відвідувач”, “турист”, “одноденний відвідувач”.

Мандрівник - це будь-яка особа, яка подорожує між двома чи більше країнами (чи місцевостями в межах країни його постійного мешкання). До мандрівників належать відвідувачі та інші мандрівники. Відвідувачів, у свою чергу, поділяють на внутрішніх та міжнародних. Відвідувач - це будь-яка особа, що здійснює поїздку в місце (країну), яке знаходиться за межами її звичайного середовища, на термін, що не перевищує один рік підряд, з метою, яка не спричиняє діяльність, що оплачується з джерел, які знаходяться у місці відвідування. Тому сезонні робітники, емігранти не вважаються відвідувачами, оскільки займаються діяльністю, оплачуваною з джерела у місці відвідування. Відвідувачі поділяються на дві категорії: туристи і одноденні відвідувачі. Турист – відвідувач, перебування якого складає як мінімум одну ночівлю у відвідуваному місці. Одноденний відвідувач – відвідувач, перебування якого у місці відвідування менше ніж 24 години і при цьому не включає жодної ночівлі у відвідуваному місці. До інших мандрівників, які не зараховуються до числа туристів, відносять: прикордонних працівників; тимчасових та постійних іммігрантів; кочівників; транзитних пасажирів, які не залишають транзитної зони; біженців; військовослужбовців; консульських робітників; дипломатів.

Література: [3, 4, 6, 7, 8, 24]

Практична робота № 5

Історія виникнення туристично-екскурсійної справи

Мета: ознайомитись з особливостями історії розвитку світового туризму

Основні питання, що розглядаються під час практичного заняття: етапи історії розвитку світового туризму.

Робота в аудиторії: 2 години

Самостійна робота: 6 годин

Завдання для обговорення в аудиторії:

Завдання 1. Наведіть етапи в історії розвитку світового туризму

Завдання 2. Наведіть особливості подорожей в Стародавньому світі та Середньовічній Європі

Завдання 3. Особливості перших організованих туристичних подорожей в світі

Завдання 4. Наведіть особливості початку туристичної справи на теренах України

Завдання 5. Основні особливості розвитку туризму в Україні і світі на сучасному етапі.

Завдання 7. Доповніть твердження:

1. Одним з перших туристичних об'єднань, які організовувались на території України, було:
2. Один із перших засобів розміщення для іноземних послів і купців, який з'явився на території України у другій половині XVII ст. і мав назву "Грецький дім", знаходився:
3. Перші письмові згадки про туризм в Україні, що належать до часів Стародавньої Греції, стосувались міст-колоній:

Завдання для самостійної роботи:

1. Визначні мандрівники минулого та сучасності
2. Історія створення міжнародних туристичних організацій
3. Міжнародне співробітництво в галузі туризму
4. Характеристика розвитку туризму в світі на сучасному етапі
5. У вигляді презентації підготувати можливості розвитку різних видів туризму в Україні
6. Глобальний етичний Кодекс туризму (1999 р.)
7. Манільська декларація з світового туризму (1980 р.)
8. Хартія туризму (1985 р.)
9. Глобальний етичний кодекс туризму, 1999 (Чилі).

Оформлення роботи. Робота оформляється у вигляді звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Інформаційно-методичний матеріал

Історичний шлях розвитку туризму можна поділити на чотири етапи:

- 1) до початку XIX ст. – передісторія туризму;
- 2) XIX – поч. XX ст. – елітний туризм; зародження цивілізованих корпорацій із надання туристичних послуг;
- 3) початок XX ст. – до Другої Світової війни – становлення соціального туризму;
- 4) після Другої світової війни – сучасний етап – масовий туризм, формування туристичної індустрії як комплексу послуг для туризму.

На стадіях зародження туризму мандрівники організували подорожі самостійно. Метою подорожей було вивчення звичаїв і побуту, особливостей розвитку країн і народів. Початком другого етапу в розвитку туризму можна вважати 1841 р., коли англійцем Томасом Куком була здійснена перша комерційна туристська поїздка з Лейстера в Лафборо, під час якої було перевезено залізницею з метою прогулянки 600 чоловік – членів товариства тверезості. У 1847 р. Томас Кук створив туристське товариство, яке розповсюджувало білети не тільки в Англії, а й за її межами. У 1863 р. Т. Куком організована велика подорож англійців у Швейцарію, а в 1868 р. – в Північну Америку. Томас Кук вперше створив специфічний туристський продукт – тур, уклавши угоди із залізничниками і пароплавними компаніями, готелями та ресторанами на обслуговування туристів.

Ідею Т. Кука підхопили багато підприємців найбільш індустріально розвинутих європейських країн, де в 40–50-х роках XIX ст. відкриваються перші туристські бюро.

У зв'язку з розвитком міжнародних курортів у Німеччині, Швейцарії, Франції, Італії ці країни нарівні з Англією стають міжнародними центрами туризму в Європі.

Розвиток туристської індустрії привів до створення у 1898 р. Міжнародної ліги туристських асоціацій зі штаб-квартирою в Люксембурзі.

Туристська активність була перервана Першою світовою війною, після закінчення якої почався третій етап розвитку туризму – етап індустріалізації туризму, який завершується початком Другої світової війни. Початок четвертого етапу характеризується міжнародною інтеграцією, розширенням міжнародного поділу праці, відкриттям кордонів, забезпеченням більш легкого доступу в інші країни,

розвитком транспорту і зв'язку, підвищенням рівня життя широких верств населення. Але визначальною характеристикою цього періоду є монополізація галузі туризму, тобто виділення її в самостійну складову сфери послуг. В умовах зростання психологічних навантажень, інтенсифікації життя людей в індустріальних країнах туризм діє як ефективний засіб рекреації. З предмету розкоші він стає необхідністю населення високорозвинених індустріальних країн.

Література: [4, 5, 8, 9, 11-14, 18-23]

Практична робота № 6

Особливості механізму державного регулювання туризму України на сучасному етапі

Мета: ознайомитись з сучасним станом та перспективами розвитку туризму в Україні

Основні питання, що розглядаються під час практичного заняття: структура управління в галузі туризму, державне регулювання туризму, туристична політика в Україні.

Робота в аудиторії: 2 години

Самостійна робота: 10 годин

Завдання для обговорення в аудиторії:

Завдання 1. Назвіть виконавчий орган державної влади України в сфері туризму. Наведіть його завдання і функції.

Завдання 2. У вигляді схеми зобразіть структуру управління в галузі туризму України.

Завдання 3. Туристична політика в Україні, її основні положення.

Завдання 4. Основні законодавчі й нормативно-правові акти у сфері туризму, які діють в Україні.

Завдання 5. За статистичними даними ЮНВТО побудувати стовпчасті діаграми:

"Динаміка міжнародних туристичних грошових надходжень в Україну на одне прибуття за період з 2000 до 2020 р."

"Динаміка міжнародних туристичних грошових надходжень в Україну за період з 2000 до 2020 р."

"Міжнародні туристичні прибуття в Україну за період з 2000 до 2020".

Завдання 6. Яке місце в світі посідає Україна за кількістю туристських прибуттів (в динаміці 2000 - 2020)?

Завдання для самостійної роботи:

1. Туристична політика: визначення та класифікація
2. Соціальний механізм управління туризмом, економічний та екологічний механізми регулювання туризму в Україні
3. Державна програма розвитку туризму в Рівненській області
4. Права і обов'язки туристів і екскурсантів
5. Транскордонне та міжнародне співробітництво в галузі туризму

Оформлення роботи. Робота оформляється у вигляді звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Інформаційно-методичний матеріал

Станом на 1 червня 2022 року центральним органом виконавчої влади, який реалізує державну політику в галузі туризму та курортів України, є **Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ)**, яке підпорядковується **Міністерству інфраструктури України**.

Література: [1, 4, 11-14, 15, 25, 30]

Практична робота № 7

Порядок ліцензування туристичної діяльності та сертифікації туристичних послуг

Мета: ознайомитись з особливостями ліцензування, сертифікації туристичних послуг в Україні

Основні питання, що розглядаються під час практичного заняття: ліцензійні умови, ліцензування, сертифікація, стандартизація.

Робота в аудиторії: 2 години

Самостійна робота: 10 годин

Завдання для обговорення в аудиторії:

Завдання 1. У вигляді блок-схеми показати організаційно-правові форми туристичного підприємства

Завдання 2. Перерахуйте фактори, що визначають вибір організаційно-правової форми туристичного підприємства.

Завдання 3. Який орган видає ліцензії на здійснення туристичної діяльності в Україні?

Завдання 4. Хто такий ліцензіат і здобувач ліцензії?

Завдання 5. У вигляді таблиці тезисно законспектувати, що являють собою такі форми державного регулювання туристичної діяльності як: ліцензування, сертифікація і стандартизація. Обрати відповідний зміст діяльності до ліцензування, стандартизації, сертифікації з нижче наведеного переліку видів діяльності:

- діяльність, спрямована на досягнення впорядкування в певній області за допомогою встановлення положень для використання відносно реально існуючих і потенційних завдань;
- контроль за додержанням ліцензіатами ліцензійних умов;
- діяльність уповноважених органів з підтвердження відповідності товару (роботи, послуги) вимогам стандарту і видачі документа відповідності.

Додати кілька тезисів самостійно

Таблиця 8

Діяльність	Зміст діяльності
2) Сертифікація	
3) Стандартизація	
1) Ліцензування	

Завдання 6. У вигляді таблиці тезисно законспектувати, що являють собою ліцензія, сертифікат, стандарт: Обрати відповідний зміст до ліцензії, стандарту, сертифікату з нижче наведеного переліку:

- нормативний документ, розроблений на основі консенсусу, затверджений визнаним органом, направлений на досягнення оптимального ступеня впорядкування в певній області;
- спеціальний дозвіл на здійснення конкретного виду діяльності при обов'язковому дотриманні ліцензійних вимог і умов;
- документ, який вказує, що забезпечується необхідна упевненість в тому, що відповідним чином ідентифікована продукція, процес, послуга відповідають конкретному стандарту або іншому нормативному документу.

Додати кілька тезисів самостійно

Таблиця 9

Документ	Зміст документу
Сертифікат	
Стандарт	
Ліцензія	

Завдання 7. Ознайомитись із Ліцензійними умовами. Результат - законспектувати п.10,11,17,20,28.

Завдання 8. Навести перелік документів, які необхідно підготувати для отримання ліцензії на здійснення туристської діяльності (пункт 6 ліцензійних умов)

Завдання 9. Заповнити бланк заявки на отримання ліцензії.

Завдання 10. Опрацювати статті 15, 20, 23 ЗУ "Про туризм"

Завдання 11. Порядок проведення екскурсійної діяльності

Завдання 12. Кваліфікаційні вимоги до екскурсоводів

Завдання 13. Стандартизація сфери послуг. Нормативна база із стандартизації у сфері туризму України

Завдання 14. Правила сертифікації готельних послуг

Завдання 16. Правила сертифікації ресторанних послуг

Завдання 17. Міжнародні стандарти та системи якості

Завдання для самостійної роботи:

1. Правила користування готелями та аналогічними засобами розміщення
2. Ліцензування та сертифікація транспортних перевезень
3. Державні стандарти України
4. Права і обов'язки туристів і екскурсантів

Оформлення роботи. Робота оформляється у вигляді звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Інформаційно-методичний матеріал

Ліцензування є однією з форм державного регулювання туризму. Ліцензування передбачає видачу спеціального дозволу (ліцензії) на здійснення туристської діяльності.

Орган ліцензування повинен оформити ліцензію не пізніше ніж за три робочі дні з дня надходження документа, підтверджуючого внесення плати за видачу ліцензії. Термін дії ліцензії на проведення турсервісної і турагентської – діяльності складає 5 років.

Сертифікація – це процедура підтвердження відповідності об'єктів вимогам технічних регламентів, положенням стандартів та умовам договорів. У процесі сертифікації третя, незалежна від виробника (виконавця) і споживача сторона дає письмову гарантію, що продукція, процес чи послуга відповідають заданим вимогам.

Сертифікація послуг в Україні є добровільною, а отримання сертифікату відповідності підвищує престиж туристичного закладу та підтверджує високий рівень відповідальності перед клієнтами.

Література: [3, 4, 6, 8, 15, 25]

Практична робота №8

Організаційні засади створення і діяльності туристичного підприємства

Мета: ознайомитись з етапами створення туристського підприємства.

Основні питання, що розглядаються під час практичного заняття: законодавство у сфері туризму; поняття банківської гарантії; туристський ваучер і туристська путівка, етапи створення туристичного підприємства

Робота в аудиторії: 2 години

Самостійна робота: 10 годин

Завдання для обговорення в аудиторії:

Завдання 1. На повторення: Що таке туристичний продукт? Скільки входить туристичних послуг у турпродукт? Які це можуть бути послуги? **Завдання 2.** Хто має право займатися туристичною діяльністю?

Завдання 3. Як суб'єктові такої діяльності отримати ліцензію?

Завдання 4. Цивільна відповідальність туроператорів і турагентів. Що представляє собою банківська гарантія? Опрацювати статтю 15 ЗУ "Про туризм": запишіть мінімальний розмір фінансового забезпечення для туроператора і турагента. Чи є обов'язковим фінансове забезпечення відповідальності турагента перед туристами, адже турагент може не отримувати ліцензію?

Завдання 5. Доповніть і запишіть твердження:

Туроператорська діяльність підлягає / не підлягає ліцензуванню.

Турагентська діяльність підлягає / не підлягає ліцензуванню.

У сфері туризму зайняті також фізособи: гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші спеціалісти. Таким фізособам (які не обіймають відповідні посади на відвідуваних

туристами об'єктах) тепер потрібно / не потрібно отримувати дозвіл на туристичний супровід.

Завдання 6. Наведіть вимоги, яким повинен відповідати персонал туристського підприємства.

Завдання 7. Наведіть вимоги до фінансового забезпечення відповідальності туроператорів

Завдання 8. Наведіть вимоги, яким має відповідати службове приміщення для провадження туроператорської діяльності.

Завдання для самостійної роботи:

1. Види туристських підприємств і їх особливості

Оформлення роботи. Робота оформляється у вигляді звіту на окремих аркушах формату А-4.

Захист роботи. Оформлена робота захищається на наступному занятті.

Інформаційно-методичний матеріал

Туристські підприємства відносяться до тих підприємств, успішна робота яких значною мірою залежить від якості роботи персоналу. У сфері туризму якість послуг перш за все визначається кваліфікацією виконавців і їх умінням працювати з клієнтами.

В Україні встановлено наступні вимоги до персоналу туристських підприємств:

– керівник туроператора, керівник філії, іншого відокремленого підрозділу туроператора повинен мати вищу освіту і стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або вищу освіту в галузі туризму;

– у штаті туроператора повинно налічуватися не менше 50 відсотків фахівців, які мають стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або вищу освіту в галузі туризму;

– керівник турагента чи керівник філії, іншого відокремленого підрозділу турагента (юридичної особи) повинен мати стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або освіту в галузі туризму;

– у штаті турагента (юридичної особи) повинно налічуватись не менше 30 відсотків фахівців, які мають стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або освіту в галузі туризму;

– турагент - суб'єкт підприємницької діяльності (фізична особа) повинен мати освіту в галузі туризму.

– знати свої посадові обов'язки.

Література: [1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 15]

Практична робота № 9

Регіональний аспект розвитку туризму: Рівненська область

Мета: Ознайомити студентів із особливостями туристичної індустрії Рівненської області, в межах якої розташованих рідний університет

Варіанти проведення заняття: екскурсія на підприємство туристичної індустрії, лекція від експерта туристичної галузі, презентації повідомлень студентів про туристичну сферу окремих регіонів України та Рівненської області зокрема.

Завдання для обговорення в аудиторії

1. Ознайомитись з інформаційним туристичним сайтом Рівненської області
2. Ознайомитись з регіональними програмами розвитку туризму.
3. Ознайомитись із підприємствами туристичної індустрії Рівненської області (музеї, розважальні заклади, курортно-санаторні заклади, готелі, ресторани, турагенства тощо)
4. Зробити порівняння туристичної інфраструктури двох міст на вибір (у межах України або у межах України і Європи).
5. Які види туризму є доцільно розвивати в Рівненській області?
6. Особливості ведення туристичного бізнесу під час війни.
7. Створення у сервісі Google My Maps карти розміщення туристичних атракцій м. Рівне
8. Огляд інформаційних ресурсів про агросадиби Рівненщини.
9. Екологічні практики, які використовуються в туризмі.

Література [18-23, 25-29]

Список використаних джерел

1. Александрова С. А., Богдан Н. М., Нохріна Л. А. Детермінанти розвитку туризму : колективна монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 159 с.
2. Влащенко Н. М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : навч. посібник; Харків. нац. ун-т міськ. госпва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 373
3. Кифяк В. Ф. Організація туризму : навчальний посібник. Чернівці : Книги - XXI, 2008. 344 с
4. Любіцева О. О., Бабрицька В. К. Туризмознавство: Вступ до фаху : підручник. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2008. 335 с.
5. Мальська М., Паньків Н., Ховалко А. Історія розвитку туризму : навч. посібник. Львів : 2016. 177 с.
6. Організація туризму : підручник / І. М. Писаревський, С. О. Погасій, М. М. Покоłodна та ін.; за ред. І. М. Писаревського. Харків : ХНАМГ, 2008. 541 с.
7. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі : колективна монографія. Видання п'яте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с.
8. Устименко Л. М. Основи туризмознавства : навчальний посібник Київ : Альтерпрес, 2015. 400 с.
9. Феномен туризму: розмаїття сенсів : монографія / за ред.: О. О. Красноручького, Н. І. Моїсеєвої. Харків : Стильна типографія, 2019. 252 с.
10. Шандор Ф. Ф., Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : підручник. К. : Знання, 2013. 334 с.
11. Глобальний етичний Кодекс туризму (1999 р.) Всесвітньої Туристської Організації, ВТО. 1999. 6 с.
12. Манільська декларація з світового туризму (1980 р.), Всесвітньої Туристської Організації, ВТО. 1980. 8 с.
13. Харгія туризму (1985 р.) Всесвітньої Туристської Організації, ВТО. 198. 12 с.
14. Глобальний етичний кодекс туризму, 1999 (Чилі). URL: <http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism>
15. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>

16. Christina Beckmann. Research Reveals Adventure Travelers Primarily Motivated by Transformation. URL: <https://www.adventuretravelnews.com/research-reveals-adventure-travelers-primarily-motivated-by-transformation>
17. Future Traveller Tribes 2030 by Amadeus. URL: <https://amadeus.com/documents/en/blog/pdf/2015/07/amadeus-traveller-tribes-2030-airline-it.pdf>
18. Gail Pellett. Why Travel? – A 21st Century Existential Crisis. URL: <https://medium.com/@gpellet4/why-travel-a-21st-century-existential-crises-f17168840d7a>
19. Overtourism / Responsible travel. URL: <https://www.responsibletravel.com/copy/overtourism>
20. The Transformational Travel Council. URL: <https://www.transformational.travel/>
21. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>
22. Tourism for Sustainable Development Goals. URL: <http://tourism4sdgs.org/>
23. Tourism Statistics. URL: <https://www.e-unwto.org/toc/unwtotfb/current>
24. UNWTO Tourism Highlights. URL: <https://www.e-unwto.org/>
25. Національна туристична організація України. URL: <https://www.ntoukraine.org/>
26. Екокультурний туристичний маршрут «Поліська Січ» <http://way.rv.ua/>
27. Рівненщина туристична. URL: <https://rivne.travel/>
28. Шляхами штетлів. Об'єкти єврейської культурної спадщини в транскордонному туризмі URL: <https://shtetlroutes.eu/uk/>
29. Via Regia Ukraine. Великий культурний шлях Ради Європи в Україні. URL: <https://via-regia.org.ua/>
30. Кушнір Н. Б., Конаривська О. Б., Яковишина М. С. Характеристика механізму державного управління туристичною галуззю України. *Вісник НУВГП. Сер. Економічні науки*. Рівне : НУВГП, 2018. Вип. 2 (82). С. 60–68. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua/14577/>