

Зміст

Вступ	5
Тема 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	7
1.1. Предмет, мета і завдання туристичного бізнесу	7
1.2. Еволюція становлення туризму	9
1.3. Історичний шлях розвитку підприємств індустрії відпочинку	12
1.4. Поняття та класифікація міжнародного туризму	17
1.5. Суб'єкти міжнародного туризму, специфіка їх діяльності	21
Тема 2. СОЦІАЛЬНО–ЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ	25
2.1. Туризм як пріоритетний напрям світового ринку послуг	26
2.2. Соціально-економічні умови розвитку міжнародного туризму	30
2.3. Класифікація соціально–економічних чинників, що визначають попит та пропозицію на світовому ринку індустрії туризму	37
Тема 3. ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ЯК СКЛАДОВА ПРОПОЗИЦІЇ В ТУРИЗМІ	52
3.1. Ринок міжнародного туризму як невід’ємна складова сучасного світового ринку	54
3.2. Поняття, структура та складові туристичного продукту. Життєвий цикл туристичного продукту	58
3.3. Розрахунок ціни туристичного продукту	68
3.4. Якість туристичного продукту	76
Тема 4. ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ	83
4.1. Менеджмент в туризмі: сутність та класифікація	84
4.2. Організація і розвиток міжнародного туристичного менеджменту	86
4.3. Види та функції міжнародного менеджменту	94
4.4. Нормативно-правова база як чинник успішного менеджменту	100
4.5. Особливості управління грошовими коштами в міжнародному туризмі	101
4.6. Характерні особливості аналізу складових міжнародного туризму	103
Тема 5. ОСНОВНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ	111
5.1. Суть, основні принципи та особливості маркетингу в туризмі	113
5.2. Маркетингові дослідження та сегментування туристичного ринку	121
5.3. Рекламна діяльність в туризмі	134
Тема 6. ОСОБЛИВОСТІ ТА ВИДИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	149
6.1. Форми і види туристичної діяльності	150
6.2. Здійснення екскурсійної діяльності як особливого виду туристичних послуг	155

6.3. Роль міжнародних організацій та інструменти регулювання туристичної діяльності	158
6.4. Особливості здійснення туристичної діяльності в Україні	161
6.5. Ліцензування, сертифікація і стандартизація у сфері туристичної діяльності.	166
6.6. Права та обов'язки суб'єктів туристичної діяльності, туристів і екскурсантів	173
Тема 7. СИСТЕМА КООРДИНАЦІЇ ТА МІЖНАРОДНА СПІВПРАЦЯ У СФЕРІ	
ТУРИЗМУ.	179
7.1. Сутність міжнародної співпраці та координації у сфері туризму	180
7.2. Всесвітня туристична організація (ЮНВТО).	187
7.2.1. Історія створення та організаційна структура ЮНВТО	187
7.2.2. Цілі, завдання та напрями діяльності ЮНВТО	194
7.2.3. Діяльність ЮНВТО з питань торгівлі туристичними послугами	200
7.3. Розвиток туристичної галузі в Україні та співпраця з ЮНВТО	206
Тема 8. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ	
ТУРИЗМІ	215
8.1. Сутність та значення ТНК на сучасному етапі розвитку світового господарства.	216
8.2. Історичний аспект розвитку та основні причини зростання міжнародного виробництва ТНК	222
8.3. Теоретичні концепції діяльності ТНК	226
8.4. Позитивні та негативні аспекти діяльності ТНК в приймаючих країнах.	230
8.5. Прискорення економічного розвитку національної економіки шляхом активізації діяльності ТНК в сфері міжнародного туризму.	232
Тема 9. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНДУСТРІЇ МІЖНАРОДНОГО	
ТУРИЗМУ	245
9.1. Автоматизація управління діяльністю турфірми	246
9.2. Міжнародні системи бронювання	259
9.3. Глобальні системи бронювання	262
9.3.1. Перспективи й проблеми розвитку систем бронювання.	266
9.4. Вітчизняні туристичні фірми та їх співпраця із системами резервування	268
Тема 10. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ	
ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ.	277
10.1. Геостратегічна специфіка національної участі в міжнародному туристичному бізнесі.	278
10.2. Державна політика регулювання туризму в країні	289
10.3. Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні.	297

Вступ

Глобалізація світової економіки, що динамічно розвивалась у 1990–х рр. — на початку XXI ст., вплинула і на розвиток туристичного сектора.

Зростання попиту на туристичні послуги призвело до утворення гострої конкуренції та поширення багатьох наднаціональних корпорацій у туристичній торгівлі та готельній індустрії.

Розповсюджене використання найновітніших технологічних рішень, поряд із іншими сучасними засобами транспорту, комп'ютерними системами бронювання та резервування готелів, продажем туристичних подорожей чи сучасних ліній обслуговування призвело до зародження феномена міжнародного масового туризму, який отримав назву «технізований туризм». Сучасний туризм відкриває особливості масового туристичного продукту разом із його стандартизацією та серійним виробництвом, спеціалізацією та різноманітністю його пропозицій, а також із сучасним продажем та рекламою, часто віртуальною. Розвиток світової економіки туризму є результатом задоволення людських потреб, починаючи з потреби на відпочинок та дозвілля, відновлення фізичних сил, споживацьких потреб і закінчуючи розумовими потребами: новий досвід, сприйняття та пізнання. Значення та роль туризму на регіональному та міжнародному рівнях можна помітити завдяки обсягу туристичних маршрутів, кількості робочих місць у туризмі та суміжних галузях, обсягу валютних надходжень завдяки туризму та витратам на туризм і дозвілля. Нові напрямки та тенденції в міжнародному туризмі є також похідною геополітичних змін. Розпад тоталітарної системи, демократизація суспільств у колишніх соціалістичних країнах, а також становлення Європейського Союзу стали найбільш вражаючими подіями, що вплинули на масовий розвиток міжнародного туризму, який можна вважати унікальним феноменом XX ст. З огляду на це, особливої актуальності набуває вивчення курсу «Міжнародний туризм» для студентів економічних спеціальностей, а також керівників, спеціалістів підприємств і організацій, діяльність яких пов'язана з міжнародним бізнесом та зовнішньоекономічною діяльністю.

Навчальний посібник написаний відповідно до програми дисципліни «Міжнародний туризм». Структуровано навчальний посібник за десятьма розділами. В першому розділі «Теоретичні основи та розвиток міжнародного туризму», розглянуто передумови та еволюцію становлення міжнародного туризму, характерні ознаки та складові елементи.

нти сучасної туристичної індустрії. В другому розділі розглянуто соціально-економічні умови розвитку міжнародного туризму, що визначають попит та пропозицію на світовому ринку індустрії туризму. В третій частині розглянуто туристичний продукт, який асоціюють з поняттям «туристичний пакет», тобто основним (обов'язковим) комплексом послуг.

Провідну роль в організаційній структурі турфірми відіграють менеджери, які організують виробництво турпродукту і турпослуги. Не менш важливо є правильне планування виходу з турпродуктом на міжнародний ринок, тому необхідно здійснювати маркетингове дослідження. Ці проблеми розкриті у четвертій та п'ятій частинах посібника. В наступних розділах проаналізовані процеси глобалізації та транснаціоналізації, які мають об'єктивний характер та особливе значення і наслідки для тих країн, у яких відбуваються суттєві соціально-економічні зрушення.

Використовування традиційних технологій на ринку бронювання авіаквитків і місць відпочинку приймає нові форми за рахунок кардинальної переорієнтації на Інтернет, тому інформаційне забезпечення індустрії міжнародного туризму займає не менш важливе місце у розвитку міжнародного туризму. Останній розділ присвячений аналізу розвитку туризму в Україні. В останні роки в Україні, що має значний потенціал рекреаційного і туристичного призначення, спостерігається підвищений інтерес вчених і фахівців-практиків до проблем розвитку рекреації і туризму як високорентабельного і соціально орієнтованого сектора національної економіки.

Необхідність пошуку раціональних шляхів активізації використання потенціалу рекреаційно-туристичного комплексу диктується також перспективами відчутних економічних результатів і соціальних наслідків розвитку цього сектора української економіки, що може і повинен стати реальним способом її оздоровлення, найважливішим засобом культурного і духовного відродження народу України, відтворення її трудового потенціалу. Українським навчальним закладам потрібно налагоджувати співпрацю з успішними туристичними школами закордоном. Це дозволило би доволі швидко запровадити у навчальні програми міжнародного зразка, а також отримати досвід до іноземного ноу-хау та експертних оцінок.