

Міжнародний ТУРИЗМ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК



УДК 379.85(075.8)

ББК 65.433я73

М 58

Гриф надано

*Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України
(Лист № 1/11-9701 від 18.10.2011 р.)*

Рецензенти:

Майовець Є. Й. – доктор економічних наук, професор, завідувачий кафедри економічної теорії та маркетингу Львівського національного університету імені І.Франка;

Ліпич Л. Г. – доктор економічних наук, професор, декан економічного факультету, завідувачий кафедри економіки і підприємництва та інноваційної діяльності Волинського національного університету імені Л. Українки;

Черчик Л. М. – доктор економічних наук, професор, завідувачий кафедри прикладної статистики та економіки праці Луцького національного технічного університету.

Автори – колектив викладачів кафедри економічної теорії та міжнародної економіки Луцького національного технічного університету:

Божидарнік Т.В. – к.е.н., доцент, Божидарнік Н.В. – к.е.н., доцент (розділ 5);
Савош Л.В. – к.е.н., доцент, Вісіна Т.М. – к.е.н., доцент (розділ 1);

Никитюк Т.Л. – к.е.н., доцент, Галазюк Н.М. – к.е.н., доцент (розділ 2);

Баула О.В. – к.е.н., доцент (розділ 3); Урбан О.А. – к.е.н., доцент,

Федосова В.І. – асистент (розділ 4); Лютак О.М. – к.е.н., доцент (розділ 6);

Кравчук П.Я. – к.е.н., доцент (розділ 7); Кравчук О.Я. – к.е.н., доцент (розділ 8);

Решетило Н.В. – асистент (вступ, розділ 9); Князькова Т.О. – асистент (розділ 10).

М 58 **Божидарнік Т. В.** Міжнародний туризм [текст] : навч. посіб. / Т. В. Божидарнік, Н. В. Божидарнік, Л. В. Савош [та ін.] ; – К. : «Центр учбової літера-тури», 2021. – 312 с.

ISBN 978-617-673-020-0

В посібнику розкриваються соціально-економічні чинники формування міжнародного туристичного ринку, основні аспекти маркетингу в міжнародному туризмі, проблеми та перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні. Рекомендовано для студентів вищих навчальних закладів, спеціалістів підприємств і організацій, діяльність яких пов'язана з міжнародним бізнесом.

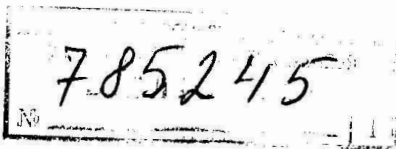
ISBN 978-617-673-020-0

УДК 379.85(075.8)

ББК 65.433я73

© Божидарнік Т.В., Божидарнік Н.В., Савош Л.В.,
Вісіна Т.М., Никитюк Т.Л., Галазюк Н.М.,
Баула О.В., Урбан О.А., Лютак О.М., Кравчук
П.Я., Кравчук О.Я., Решетило Н.В.,
Князькова Т.О., Федосова В.І., 2021.

© «Видавництво «Центр учбової літера-тури», 2021.



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