

## ТЕМА 8. ГЕОГРАФІЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

### Основні терміни і поняття

Ландшафт; клімат; водні ресурси; мінеральні води; термальні води; рельєф; урбанізація; природно-рекреаційні ресурси; естетичні ресурси; просторова структура туризму; внутрірегіональний туристський обмін; міжрегіональні туристські потоки; інсентив-туризм; конгресно-виставочний туризм; релігійний туризм; паломництво; лікарсько-оздоровчий туризм.

### План

1. Географічні фактори розвитку міжнародного туризму.
2. Країни, що постачають міжнародних туристів.
3. Країни, що приймають міжнародних туристів.
4. Географія міжнародних туристичних потоків світу.
5. Географія міжнародного відпочинкового, лікувально-оздоровчого, ділового, наукового та релігійного туризму.
6. Характеристика основних туристичних потоків за туристичними макрорегіонами і субрегіонами світу.
7. Особливості та сучасні географічні тенденції розповсюдження міжнародних туристичних потоків.
8. Найперспективніші туристичні країни світу.

### Теми доповідей

1. Географія міжнародного відпочинкового.
2. Географія міжнародного лікувально-оздоровчого.
3. Географія міжнародного ділового.
4. Географія міжнародного наукового.
5. Географія міжнародного релігійного туризму.

### Проблемні питання до теми

1. Які географічні фактори розвитку туризму Ви знаєте?
2. Що входить до фізико-географічних факторів?
3. У чому полягає специфіка економіко-географічних факторів?
4. Що таке «туристський потік»?
5. Що таке «первинні та вторинні фактори», як вони впливають на туристські потоки?
6. Назвіть фактори, що впливають на напрямок туристських потоків.
7. Яка географія основних видів туризму?
8. Перелічіть особливості географії туризму з метою відпочинку і розваг.
9. Назвіть основні регіони купально-пляжного відпочинку.
10. Яка географія ділового туризму?
11. У чому полягає специфіка конгресово-виставкового туризму?
12. Що таке «інсентив-туризм»?
13. У чому виявляються особливості географії релігійного туризму?  
Назвіть основні релігійні центри світу.
14. Що визначає особливості географії лікувально-оздоровчого туризму?

15. Які особливості географії спортивного туризму?
16. Які особливості географії туризму спеціальних спортивних заходів?
17. У чому виявляються особливості географії наукового туризму з релігієзнавчими цілями?
18. Назвіть причини, за якими у більшості туристських макрорегіонів світу внутрірегіональний туристський обмін переважає над міжрегіональним. Як міняється їхнє співвідношення?
19. Яка країна світу лідирує по кількості туристських прибуттів?
20. Яка нація є найбільш подорожуючою у світі?
21. В чому полягає особливість просторового розподілу туристських потоків з метою відпочинку й розваг?
22. Які ви знаєте спеціалізовані туристські виставки й біржі?
23. Чим можна пояснити ріст попиту західних туристів на курортне лікування в країнах Центральної й Східної Європи?

### **Тести для перевірки знань**

*Одиничний вибір (правильно – помилково)*

1. Природно-рекреаційні ресурси – ресурси, які забезпечують відпочинок і відновлення здоров'я та працездатності людини.
2. Курортні райони Великої Британії, таких країн Балтії, як Естонія (Пярну), Латвія (Юрмала), балтійські курорти Німеччини не мають успіху у туристів через нестійку погоду.
3. Погодно-кліматичні умови різних регіонів змінюються залежно від пори року, сезону, але це не впливає на міжнародний туризм.
4. Загальноекономічний рівень країни (регіону, району), які приймають гостей, а також тих країн (регіонів, районів), що є основними постачальниками туристів, оцінюється на підставі доходів населення.
5. Типологічними ознаками національного туристичного ринку прийняті комплексно-пропорційний розвиток індустрії туризму, її орієнтованість на участь в міжнародних туристичних зв'язках і характер цих зв'язків, вплив глобалізаційних процесів і інтегрованість в світогосподарську систему.

*Множинний вибір*

1. Типологія національних туристичних ринків ґрунтується на таких принципових положеннях:
  - а) ринок туристичних послуг є похідною від соціально-економічного розвитку країни;
  - б) інтенсивність діяльності на ринку туристичних послуг залежить від ступеня розвиненості ринкових структур;
  - в) інтегрованість національного туристичного ринку в світовий туристичний простір залежить від ступеня розвитку туризму в певній країні;
  - г) всі відповіді є вірними.
2. До країн постачальників туристів відносять:
  - а) Росія;
  - б) Франція;

- в) США;
- г) Іспанія.

3. Інсенсив-тур являє собою:

- а) заохочувальну поїздку за рахунок фірми для своїх співробітників;
- б) подорож з метою лікування;
- в) подорож з метою відвідування ряду країн за один тиждень;
- г) надане позачергове відрядження.

4. Фізико-географічні фактори, які впливають на міжнародний туризм:

- а) ландшафт, клімат, рельєф, доходи населення;
- б) рослинний і тваринний світ, водні ресурси, ступінь розвитку внутрішнього туризму ступінь урбанізації;
- в) наявність транспортної і соціальної інфраструктури, забезпеченість туристичної галузі трудовими ресурсами та рівень обслуговування;
- г) ландшафт, клімат, рельєф, рослинний і тваринний світ, водні ресурси,

5. Економіко-географічні фактори, які впливають на міжнародний туризм:

- а) ландшафт, клімат, рельєф, доходи населення;
- б) рослинний і тваринний світ, водні ресурси, ступінь розвитку внутрішнього туризму ступінь урбанізації;
- в) наявність транспортної і соціальної інфраструктури, забезпеченість туристичної галузі трудовими ресурсами та рівень обслуговування;
- г) ландшафт, клімат, рельєф, рослинний і тваринний світ, водні ресурси,

6. Факторами, які характеризують придатність географічного положення країни чи району (регіону) для розвитку туризму, є:

- а) положення країни чи району (регіону) відносно основних постачальників туристів;
- б) знаходження країни, району (регіону) на важливих транзитних шляхах;
- в) віддаленість чи близькість до «гарячих точок» планети;
- г) всі відповіді є вірними.

7. До високоінтенсивних національних туристичних ринків відносять:

- а) країни середнього рівня економічного розвитку з переважанням міжнародного туризму експортного спрямування, які переважно приймають туристів;
- б) країни високого рівня економічного розвитку з переважанням міжнародного туризму імпортного спрямування, що є постачальниками туристів;
- в) нові індустріальні країни, орієнтовані на розвиток іноземного туризму;
- г) країни перехідного типу економіки з розвинутою ринковою структурою, де переважає міжнародний туризм експортного спрямування і які переважно приймають туристів.

8. До акумулюючих національних туристичних ринків відносять:

а) країни, що розвиваються з середніми можливостями економічного розвитку, орієнтованими на посилення участі в міжнародному туризмі за рахунок нарощування експорту послуг;

б) країни перехідного типу, що формують ринкові структури і де переважає міжнародний туризм імпортного спрямування, які переважно постачають туристів;

в) країни централізовано керованої економіки з елементами ринкової, які орієнтовані на активізацію участі в міжнародному туризмі за рахунок нарощування експорту туристичних послуг;

г) країни високого рівня економічного розвитку з переважанням міжнародного туризму експортного спрямування, що переважно приймають туристів.

9. Найбільш відвідувана туристична країна Європи і світу є:

- а) Росія;
- б) Франція;
- в) США;
- г) Іспанія.

10. Найбільший ринок туризму з метою відпочинку і розваг сформувався в:

- а) Європі;
- б) Америці;
- в) Азії;
- г) Австралії.

### Складіть пари з міст та пам'яток (див. табл. 8)

Таблиця 8 – Міста та визначні пам'ятки

Місто	Визначна пам'ятка
1. Берлін	А. Цвінгер;
2. Париж	Б. Колізей;
3. Афіни	В. Версаль;
4. Рим	Г. Бранденбурзькі ворота;
5. Солт-лейк-Сіті	Д. Акрополь;
6. Дрезден	Е. Великий Храм Мормонів;
7. Мадрид	Є. Риксмузеум;
8. Флоренція	Ж. Музей Прадо;
9. Амстердам	З. Галерея Уффіці.

### Доповніть відповідним визначенням нижче приведенні речення

1. ... є найбільш динамічним сегментом ринку ділових подорожей.
2. ... – комплекс природних факторів, які позитивно впливають на духовний стан людей
3. Основною типологічною одиницею є ..., оскільки держава є суверенним утворенням
4. ... – наближеність чи віддаленість відносно туристичних ринків та інших основних туристичних регіонів світу, а також сусідство з іншими

країнами регіону з позиції транспортних можливостей чи конкурентних переваг.

5. ... регіон за кількістю прибуттів посідає друге місце у світі після Європи.