

ДО ПИТАННЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ

Розглядається питання єдності понятійно-термінологічного апарату в наукових дослідженнях, підготовці кадрів та в практичній діяльності туризму.

The question of unity is examined concept-terminology to the vehicle in scientific researches, training of personnels, and in practical activity of tourism.

Постановка проблеми. Наукові дослідження з туризму нараховують вже не один десяток років. За цей час в різних галузях знань накопичився аналітичний та теоретичний матеріал, який узагальнює на різних рівнях практику туризму як суспільного явища. Теоретичне знання з туризму тільки починає формуватися на базі напрацьованого тими науками, які давно визначили туризм в якості об'єкту дослідження: географії, історії, економіки, соціології, психології, культурології, філософії та інших наук. Актуальними питаннями сьогодення є формування туризмознавства як навчальної дисципліни, яка узагальнює практику туризму в усій багатогранності його суспільних проявів, та туризмології як теоретичного узагальнення туризму, яке має за мету прогнозування його розвитку.

Формування теоретичного знання спирається на методологію дослідження і проходить такі стадії: 1) збір фактів та формування технології (прийомів, операцій, процедур) їх обробки та представлення 2) вироблення власного методу дослідження; 3) напрацювання специфічної термінології (понять, категорій); 4) постановка робочих гіпотез та їх підтвердження (спростування), що є етапами формування окремих принципів, постулатів; 5) визначення окремих тенденцій (трендів) та закономірностей; 6) формулювання часткових та загальних законів функціонування об'єкту наукового дослідження. Виходячи з цього, можна стверджувати, що базовими у формуванні туризмології є власний метод дослідження та понятійно-категоріальний апарат.

Аналіз останніх досліджень з понятійно-термінологічних проблем туризмології дає підстави засвідчити значний інтерес до цього питання. Практично понятійно-термінологічний апарат формується разом із наукою про туризм, про що свідчить значна кількість термінологічних словників, наприклад, за редакцією І.В.Зоріна та В.О.Квартальнова (1999р.), М.Б.Біржакова та В.І.Нікіфорова (2002р.) – в Росії; в Україні – О.О.Бейдика (1997, 1998рр.), В.К.Федорченка (2000, 2006рр.) та деяких інших авторів. Базові терміни і поняття прописані в Законі України «Про туризм» (1995 та 2003 рр.).

Однак, незважаючи на численні спроби досягти єдності у трактуванні навіть базових термінів і понять, визначенні основних категорій, такої єдності не досягнуто. Такий висновок можна зробити читаючи численні навчально-методичні, наукові та популярні видання, присвячені туризму і його проблемам. Не має, нажаль, єдності у тлумаченні термінів, понять та

категорій і в середовищі вчених. Часто різними термінами називаються одні й ті ж факти, що призводить до плутанини і тавтології. Негативно мають бути оцінені й терміни, вміщені в Законі України «Про туризм» (стаття 1), оскільки вони не тільки не відбивають ролі туризму в суспільстві, а й спрощено та однобічно, не повно розкривають навіть ті нечисленні категорії і поняття, які вміщені в даній статті. А саме тут мають бути подані базові поняття та категорії, які в подальшому розкриваються в Законі.

Зважаючи на недосконалість діючого законодавства та роботу по його удосконаленню, яка провадиться Державною службою туризму і курортів Міністерства культури і туризму України, кафедра країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка провела робочий семінар-нараду науковців і практиків, які займаються проблемами розвитку туризму, присвячений напрацюванню базових термінів і понять з туризму. Метою семінару-наради було запропонувати до змін та доповнень до Закону України «Про туризм» базові терміни, які б розкривали не тільки особливості діяльності суб'єктів туристичного ринку, як зараз, а багатоаспектність туристичної діяльності (самодіяльності та самоорганізації населення, туристичної діяльності ринкових суб'єктів, регулювання туризму).

Дана стаття має за мету ознайомити з напрацюваннями семінару-наради, в якій взяли участь керівництво Державної служби туризму і курортів, Наукового центру розвитку туризму, науковці провідних університетів, науковці Інституту мовознавства ім. О.О.Потебні НАН України, практики туристичної діяльності, які представляли провідних тур операторів.

Попередній аналіз правових документів в сфері туризму UNWTO, країн-сусідів України дозволив визначити оптимальну кількість базових термінів, які включаються до законодавчих актів - біля 20. В процесі обговорення були визначені наступні базові терміни і поняття та запропоноване їх тлумачення.

Таблиця. 1. Запропоновані терміни

Термін	Визначення
<i>Відвідувач</i>	особа, яка, здійснюючи подорож, тимчасово знаходиться поза місцем постійного проживання
<i>Турист</i>	відвідувач, який здійснює подорож Україною або іншою державою з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування у зазначений термін
<i>Екскурсант</i>	відвідувач, який здійснює подорож тривалістю до 24 годин (без ночівлі) і використовує послуги екскурсовода (гіда, гіда-перекладача)
<i>Екскурсія</i>	форма культурно-освітньої діяльності, що має на меті цілеспрямований, наочний процес пізнання, виховання через відвідування, за задалегідь розробленою темою, певних об'єктів зі спеціально підготовленим керівником (екскурсоводом, гідом, гідом-перекладачем)
<i>Туризм</i>	подорож особи, групи осіб від місця постійного проживання з оздо-

	ровною, пізнавальною, професійно-діловою або іншою метою без здійснення оплачуваної діяльності в місці тимчасового перебування
Туризм внутрішній	подорож в межах України з метою туризму осіб, які постійно проживають на території держави
Туризм в'їзний	подорож територією України з метою туризму осіб, які не проживають постійно на території держави
Туризм виїзний	подорож з метою туризму осіб, які постійно проживають в Україні, за межі своєї держави
Туризм національний	туризм внутрішній, в'їзний та виїзний в частині послуг, які надаються громадянину України в межах своєї держави
Ресурси туризму	об'єкти, території, явища, які за сукупністю своїх властивостей здатні задовольняти потреби відвідувачів
Індустрія туризму	сукупність взаємопов'язаних видів економічної діяльності, цільовим призначенням яких є організація споживання туристичного продукту
Туристичний продукт	сукупність туристичних послуг та товарів, необхідних для повного задоволення потреб туристів, що виникають під час їхньої подорожі
Туристична послуга	результат діяльності туристичного підприємства із забезпечення мотиваційних потреб туриста
Туристичне споживання	задоволення мотиваційних потреб туриста та потреб, пов'язаних із забезпеченням його життєдіяльності під час здійснення подорожі
Туристична інфраструктура	сукупність об'єктів, закладів та установ, які сприяють процесам виробництва та споживання туристичного продукту.
Дестинація	місце, місцевість, де здійснюється споживання туристичного продукту
Туристична діяльність	вид економічної діяльності зі створення, просування, реалізації та організації споживання туристичного продукту, що здійснюється юридичною чи фізичною особою
Туроператор	юридична особа, яка здійснює туристичну діяльність
Турагент	юридична чи фізична особа, яка здійснює просування та реалізацію туристичного продукту
Тур	продукт туроператорської діяльності, представлений програмою, яка реалізується за певним маршрутом у визначені терміни і включає набір заздалегідь заброньованих послуг, узгоджених з туристом за метою та якістю
Туристично-інформаційний центр (ТИЦ)	установа, яка здійснює рекламно-інформаційне, науково-методичне обслуговування туристів, установ та підприємств

Переважає більшість пропонованих термінів має англійські аналоги, визначені UNWTO (Methodological Notes)

З огляду на розбіжності навіть у застосуванні слів «туристський» та «туристичний», які використовують або як синонімічні, або як тотожні, а, проте, мають різне тлумачення, учасники семінару звернулися за роз'ясненнями до філологів – фахівців з термінології Інституту морознавства ім.О.О.Потебні НАНУ, які запропонували такий підхід до застосування прикметника, що походить від іменника «туризм» або «турист»:

Туристський – той/який (предмет/дія) здійснюється власне туристом або характеризує предмети, що належать туристові. (Прикметник, який вживається в значенні дії, яка здійснюється власне туристом або характеризує предмети, що належать туристу, тобто має конкретний, особовий зміст).

Туристичний – той/який (процес/явище) робиться заради туриста і характеризує процеси та явища, пов'язані з туризмом. (Прикметник, який вживається в значенні дії, спрямованої на туриста, яка робиться заради туриста і характеризує процеси та явища, пов'язані з даним видом економічної діяльності).

Напрацювання семінару-наради, яка відбулася 9 квітня 2009 р. на географічному факультеті Київського національного університету імені Тараса Шевченка, були передані Державній службі туризму і курортів Міністерства культури і туризму України і оприлюднені на офіційному сайті для обговорення (www.mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/index), а також на сайті кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка (www.geo.univ.kiev.ua/?d_id=7).

Висновок. Уніфікація понятійно-термінологічного апарату туризму, який застосовується як в практичній діяльності, так і в системі підготовки кадрів та наукових досліджень, сприяє формуванню туризмології, тобто розвиткові науки про туризм, свідчить про зрілість наукового напрямку та зрілість туризму як галузі економічної діяльності.

УДК 911.3

Смирнов І.Г.

НОВІТНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ МАРКЕТИНГУ

Представлено основні напрямки застосування новітніх інформаційних технологій у туристичному маркетингу. Запропоновано рекомендації для українських турфірм з «електронного» та «віртуального» маркетингу та відповідних каналів просування турпродуктів (створення та використання веб-сайтів, маркетингова стратегія тощо).

Represented main directions of modern information technology's application in touristic marketing. Proposed recommendations for Ukrainian travel bureaus considering "electronic" and "virtual" marketing and tourist products distribution channels (web-sites' creation and using, marketing strategy etc).

Постановка наукової проблеми. Міжнародний туристичний бізнес нині діє в умовах інформаційного або «електронного» суспільства, отже повинен використовувати повною мірою його досягнення, можливості та переваги. Це стосується і туристичного маркетингу, який теж зобов'язаний застосувати новітні інформаційні технології.