

виїзних і внутрішніх туристів – відповідно 50,2% і 50,4%. Серед цієї категорії туристів переважали виїзні туристи, частка яких підвищилася з 90,9% до 91,2%, натомість частка внутрішніх туристів практично не змінилася і в 2020 р. становила 8,8%.

У цілому, за результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що незважаючи на кратне скорочення кількості туристів у 2020 р. порівняно з 2019 р. їх розподіл за формами туризму залишається сталим із суттєвим переважанням виїзного туризму.

Список використаних джерел

1. Про туризм: Закон України № 324/95-ВР від 15 вересня 1995 р. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 26.10.2022).
2. Туристична діяльність в Україні у 2020 році: статистична інформація / Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 26.10.2022).

ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ ЯК ГАЛУЗЬ ГЕОГРАФІЧНИХ ЗНАТЬ

В.А. Худавердієва, канд. екон. наук, доц.

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Без географії туризм неможливий. У туризмі потрібні всі географічні знання. «Географія» і «туризм» – тісно взаємодіючі поняття, їх зв'язок багатогранний. Вони багато в чому доповнюють і збагачують одне одного. У туризмі географічні знання складають один з найважливіших блоків, грають базову роль, оскільки туризм за своєю сутністю географічний та картографічний. Географія туризму, яка зародилася і розвивалася в межах рекреаційної географії та визначалася як її складова з «дослідження туристичного господарства» [1] в сучасній структурі наукового знання і географічного зокрема, набуває іншого статусу. Зміни ці обумовлені, по-перше, тією роллю, яку в сучасному світі відіграє туризм завдяки своїй поліфункціональності; по-друге, індустріалізацією туристичної діяльності, завдяки якій туризм перетворився на потужну складову світової економіки і став явищем геоторіальним. Географія туризму є галуззю географічних знань про можливості території щодо розвитку туризму з метою оптимізації туристсько-рекреаційної діяльності відповідно до умов сталого та соціально-орієнтованого розвитку

туризму. Туризм географічний за своєю сутністю та технологією. Технологія туризму має маршрутний характер [2], тому ключові питання туризму пов'язані з туropерейтингом, технологією туризму, з ідеологією та логікою подорожі, концепцією, конфігурацією маршруту, програмою туру. Проте географи рідко включаються у вирішення цих питань, обмежуючись традиційними завданнями. У сфері туристського бізнесу роль географічної науки розуміється ще простіше. Географам часом відводиться лише допоміжна роль постачальників регіональної інформації.

Географія туризму в ієрархічній структурі географічних наук є галуззю географії, дисципліною соціальної географії, що входить до родини суспільно-географічних наук. Рекреаційна географія та етногеографія надають їй знання з ресурсів території, а оцінка умов для розвитку туризму спирається на теоретико-методологічні положення суспільної географії, дослідження з географії населення та розселення, послуг, транспорту. З негеографічних наук географія туризму спирається в першу чергу на дослідження історії, краєзнавства та країнознавства (туристичне країнознавство), філософії, соціології та психології, культурології, використовує досвід з економіки і організації туризму, гостинності, маркетингу, менеджменту та логістики туризму тощо [3].

Починати поїздку країною слід з її столиці. Якщо мандрівник немає багато часу, то маршрут розумно планувати по територіях, близьких до столиці. Справа в тому, що саме поблизу столиці країни розташовуються не тільки найважливіші та цікаві культурні та соціально-економічні об'єкти, але і як не дивно найбільш унікальні та різноманітні об'єкти природної спадщини. Як правило, столиця країни знаходиться в найбільш контрастному в ландшафтному відношенні місці. Так, у Норвегії столиця Осло розташовується на найбільшому фіорді країни, біля найбільшої рівнини, недалеко від найвищих вершин Скандинавських гір, від найбільших покривних льодовиків і відомих фіордових пейзажів світу. У цьому районі знаходяться і найбільше озеро, і найбільша річка країни і багато інших визначних пам'яток. Головне місто має зазвичай і найкраще географічне розташування своєї країни, що також сприяє кращої організації повноцінного туристського маршруту.

Загальновідомо, що туризму важлива як унікальність і типовість (типове для країни місто). Для географа природний та культурний ландшафт важливий більше атракцій. Цей фактор виділяють у туризмі та фахівці туристичної сфери [2, 3]. Зосередження уваги географів на дослідженні не тільки ресурсів, а й можливостей

розвитку туризму на конкретних територіях з урахуванням їх інвестиційної привабливості, вимог до сталого, збалансованого та соціально спрямованого туризму повинно забезпечити географії туризму одне з провідних місць в наукових дослідженнях для потреб туризму і їх використанні в практичній діяльності.

Список використаних джерел

1. Крачило Н.Г. География туризма. К.: Вища школа, 2017. 208 с.
2. Худавердієва В. Основні напрямки трансформації маркетингової діяльності туристичних компаній в умовах скорочення туристського потоку. *International Science Group. International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2022. Vol. 1, No. 3, pp. 14-33. doi: 10.46299/j.isjmf.20220103.2.
3. Худавердієва В.А. Стратегія розвитку національного туристичного продукту як формування іміджу території. Інститут модернізації змісту освіти. Київ. 14-15.04.2022 р. С. 174-178.

ВЗАЄМНА ОБУМОВЛЕНІСТЬ ГЕОГРАФІЇ ТА ТУРИЗМУ

В.А. Худавердієва, канд. екон. наук, доц.

І.А. Воробйов, здобувач вищої освіти

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Туризм як сфера діяльності динамічно прогресує, розвиваються наукові дослідження з різних аспектів туристичної діяльності, серед яких географія туризму, яка була однією з перших наук, які почали вивчати туризм, стала втрачати свої позиції, зосередившись, зокрема, на дослідженні туристичних ресурсів. Але власне дослідженням особливостей розміщення туристичних ресурсів та можливостями їх використання в тих чи інших видах туризму не обмежується предмет даної науки [1]. Туристський продукт, туристський маршрут – це процеси, у яких географія входить у технологію основної діяльності. Географія становить обов'язкову умову туризму. Географія живить туризм відомостями про туристські райони, ресурси, про сприятливі і несприятливі фактори середовища, інформацією для розробки туристських маршрутів. Завдяки географії вдосконалюється техніка і технологія туризму, формується розуміння та вибудовування територіальної організації туризму, йде пошук шляхів його розвитку в регіоні. Географія сприяє розвитку