

**ПРАКТИКУМ**

**ДО ВИВЧЕННЯ КУРСУ**

**«ТУРИЗМОЛОГІЯ»**

**2014**

**Міністерство освіти і науки України  
Дніпропетровський національний університет  
імені Олеся Гончара**

**Кафедра фізичної та економічної географії**

**Н.А. Горожанкіна**

**ПРАКТИКУМ**

**ДО ВИВЧЕННЯ КУРСУ**

**«ТУРИЗМОЛОГІЯ»**

**Дніпропетровськ**

**2014**

УДК 338.48(075.8)  
ББК 65.43я73  
Г70

Рецензенти:

Шерстюк Н.П. – доктор географічних наук, доцент, зав. каф. гідрометеорології та геоєкології Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара;

Горб К.М. – кандидат географічних наук, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Академії митної служби України.

Рекомендовано до друку рішенням Науково-методичної ради геолого-географічного факультету Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара (*протокол № 88 від 21.05.2014 р.*)

Г70 Горожанкіна Н.А. **Практикум до вивчення курсу «Туризмологія»** [Текст] / Н.А. Горожанкіна. – Дніпропетровськ: «Нова Ідеологія», 2014. – 61 с.

Уміщено програму дисципліни «Туризмологія», теоретичні відомості, завдання для практичних та семінарських занять, запитання для самоконтролю, понятійно-термінологічний словник, додатки, список рекомендованої літератури.

Для студентів геолого-географічного факультету ДНУ денної форми, що навчаються за спеціальністю 7.04010406, 8.04010406 «Географія рекреації та туризму».

**УДК 338.48(075.8)**  
**ББК 65.43я73**

## ВСТУП

Роль туризму в економічному, соціальному і політичному житті суспільства зростає з кожним роком, що потребує наукового осягнення і теоретичного осмислення цього явища.

Туризмологія – це цілісна наукова дисципліна про закономірності розвитку і проблеми туризму, що знаходяться на його стику з різними дисциплінами (географією, історією, медициною, економікою, екологією, психологією і соціологією, політологією, правом, культурологією, краєзнавством, інженерно-технічними дисциплінами), що вивчають науково-методичні основи розвитку туризму.

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Туризмологія» є узагальнення у студентів накопичених знань за період вивчення туризмологічних дисциплін, формування системних знань про туризм, закономірності його формування, розвитку та функціонування, різноманіття підходів до його інтерпретації, особливості мотивації та основи маркетингу й менеджменту в туризмі, надання знань зі специфіки функціонування суб'єктів туристичної діяльності та особливостей роботи менеджера туристичного підприємства; виробити вміння використовувати знання з дисципліни в практичній та науковій діяльності.

Основними **завданнями** вивчення курсу «Туризмологія» є:

- 1) виявити місце туризмології в системі наук, проблеми термінології в туризмології, сутність й основні функції туризмології;
- 2) розкрити передумови та чинники розвитку туризму, функції та структуру туризму, періодизацію розвитку туризму;
- 3) охарактеризувати формування системи гостинності, мотивацію туристських подорожей, економіку туризму, індустрію туризму та її структуру;
- 4) вивчити специфіку туристського маркетингу й менеджменту, еволюцію ринку туристичних послуг, поняття суб'єктів туристичного ринку;
- 5) проаналізувати типи організації туристичного процесу,
- 6) виявити особливості виробничо-обслуговуючої та ринкової діяльності туристичного підприємства;
- 7) розглянути основи організації анімаційних послуг в туризмі;
- 8) розкрити особливості міжнародного та національного регулювання туристичної діяльності.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

### **знати:**

- 1) предмет та методи дисципліни; 2) передумови та чинники розвитку туризму, основні поняття та визначення, функції та структуру туризму; періодизацію розвитку туризму; 3) особливості формування системи гостинності, складові індустрії туризму; 4) поняття та структуру ринку туристичних послуг, механізм функціонування туристичного ринку, основи маркетингу й менеджменту в туризмі; 5) особливості обслуговування туристів різними видами транспорту; 6) основні заклади розміщення туристів; 7) організацію харчування туристів; 8) особливості організації анімаційних послуг в туризмі та технології створення анімаційних програм; 9) особливості міжнародного та національного регулювання туристичної діяльності.

### **вміти:**

- 1) володіти навичками статистичного аналізу, що дозволяє проаналізувати сучасний стан туристичного ринку; 2) розробляти тури та проводити їх калькуляцію; 3) оперувати понятійно-термінологічним апаратом туризмологічних термінів; 4) застосовувати отримані знання в освітній, науковій та практичній діяльності.

## ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ТУРИЗМОЛОГІЇ

**Тема 1.** Туризмологія як наука. Об'єкт, предмет і методи дослідження туризмології. Місце туризмології в системі наук. Головні задачі туризмології на сучасному етапі. Проблеми термінології в туризмології. Сутність й основні функції туризмології.

**Тема 2.** Передумови та чинники розвитку туризму. Основні поняття та визначення туризму. Функції (рекреаційна, соціальна, релігійна, екологічна, лікувальна, економічна, культурна, просвітницька, виховна, спортивна) та структура туризму. Туризм як об'єкт наукового пізнання.

**Тема 3.** Періодизація розвитку туризму (етапи – античний, середньовічний, відродження, просвітництва). Передісторія розвитку туризму. Основні віхи історії світового туризму.

### ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ТУРИЗМ ЯК ЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

**Тема 1.** Рекреаційно-туристське природокористування. Туристсько-рекреаційні ресурси (підходи – сутнісний, кількісний, інвайронменталістичний, мотиваційний, діяльнісний, атрактивний, ціннісний, комплексний, еколого-економічний, геосистемний).

**Тема 2.** Формування системи гостинності (етапи – давній, середньовічний, елітарного подорожування та масового туризму). Індустрія туризму та її структура. Туристична послуга та її специфічні риси. Складові індустрії туризму: територіальна, виробнича, регуляторна.

### ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИЗМІ

**Тема 1.** Ринок туристичних послуг. Суб'єкти туристичного ринку. Механізм функціонування туристичного ринку. Маркетинг та менеджмент в туризмі.

**Тема 2.** Самоорганізація туристичного процесу. Організація транспортного обслуговування в туризмі (авіаційний, автомобільний, залізничний, водний транспорт). Організація послуг гостинності в туризмі: організація екскурсійної діяльності, організація туристсько-рекреаційних комплексів.

**Тема 3.** Основи туристичної діяльності. Суб'єкти туристичної діяльності. Виробничо-обслуговуюча діяльність туристичного підприємства. Проектування турів. Діяльність туристичного підприємства з організації обслуговування туристів. Ринкова діяльність туристичного підприємства.

**Тема 4.** Організація анімаційних послуг в туризмі. Організація діяльності анімаційної служби. Технологія створення анімаційних програм.

**Тема 5.** Міжнародне регулювання туризму. Державне регулювання туризму. Державне регулювання туристичної діяльності в Україні.

# ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

## Практичне заняття 1

### ТУРИЗМОЛОГІЯ: ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ТЕОРІЇ ТУРИЗМУ

**Мета:** одержати уявлення про історію формування теорії туризму, основних підходах до визначення сутності туризму, функціях туризму.

#### Теоретичні відомості

Туризм є феноменом загальнолюдської культури, засобом самореалізації людини. У процесі подорожей змінюються не тільки навколишні краєвиди, змінюється і сама людина, коли перетворює отримані знання та враження у надбання власної духовної культури. У цьому аспекті головним об'єктом дослідження повинна стати людина, яка подорожує – *Homo viator*. Це можливо тільки через творче поєднання туризмознавства з соціологією, культурологією, етикою, психологією, історією, екологією та іншими суспільнознавчими науками.

Подорож за межі постійного місця проживання з метою ознайомлення з природою та життям населення іншої території без чітких часових і просторових обмежень є *мандрівкою*, а людина, яка відправляється в таку подорож – *мандрівником*.

*Історія туризму* – це галузь історичної науки, яка вивчає розвиток туризму, зміни його сутності та форм у часі.

Подорожі античних мудреців і мислителів були одним із способів пізнання навколишнього світу через діалоги та суперечки, обмін думками.

Прикладом узагальнення подорожей в епоху **Античності** стала «Географія» Страбона, де в 17-ти книгах були складені географічні знання стародавнього світу. «Історія» (у 9-ти книгах), написана давньогрецьким істориком Геродотом, знайомила читачів не тільки з історичними подіями, а й містила значну інформацію про культуру та географічні особливості Північної Італії, Малої Азії, Єгипту, Вавилону, Північного Причорномор'я.

В епоху **Середньовіччя** релігійна атмосфера, феодалні підвалини викликали відповідні настрої в середньовічній людини, у всьому покладалася на волю небес. Абсолютне домінування сільськогосподарської діяльності обмежувало потяг до подорожі. Подорожі втрачають своє первинне значення – знайомство з світом Іншого. Розвивається такий вид подорожей, як паломництво до святих місць. Згодом до нього додається місіонерство – різновид «пізнавальних подорожей». Ці тенденції знайшли відображення у теологічних навчаннях Святого Августина і Фоми Аквінського.

В епоху **Відродження** відкривалися перші університети, до яких потягнулися сотні молодих людей з різних куточків Європи, що дозволило говорити про відродження освітніх подорожей. Це був період великих географічних відкриттів, завдяки яким відбулися значні соціальні зрушення: були знайдені нові землі і морські шляхи; налагоджена світова торгівля; забезпечений культурний і економічний обмін між різними народами і континентами.

Подорожі як форма отримання знань і розширення меж освіти виникає в **Новий Час**. Яскравим підтвердженням цього є есе Ф. Бекона «Про подорожі».

З розвитком індустріального суспільства, поліпшенням шляхів сполучення, появою залізничного транспорту та пароплавства, подорожі набувають форми організованого, активного відпочинку і отримують власну назву – туризм (з кінця XVIII ст. людей, які подорожували з різною метою, відвідували інші країни, почали називати туристами від французького слова «тур» – подорож).

Виділяють два періоди еволюції теоретичного вчення про туризм (туризмології).

**Перший період (передтуризмологічний)** – доіндустріальна епоха соціально-економічного розвитку суспільства. Знання про подорожі подаються переважно в мандрівнографічній, описовій формі. Метою подорожі були організація торговельного обміну, відкриття нових земель, освоєння нових ринків, організація аристократичного дозвілля.

**Другий період** – становлення індустріального суспільства та його перехід до постіндустріальної фази. Це період формування «інституалізованих» знань щодо подорожей, виникнення якісно нових знань про мандрівництво, створення перших теоретичних моделей туристської діяльності. Він характеризується появою наукових знань про мандрівництво.

У рамках другого періоду виділяють декілька етапів:

I – з другої половини XIX ст. – відбувається поява перших наукових узагальнень туристичної практики, розробка опорних базових категорій туристської науки;

II – з першої половини XX ст. – туристичний рух у цей період починає набирати силу, позитивно позначається на соціально-економічній ситуації багатьох країн. Туризм стали розглядати як одну з найбільш рентабельних галузей господарства.

На сучасному етапі розвитку суспільства виділяють **основні підходи** до визначення сутності туризму, які спираються на:

- ❖ мобільний характер,
- ❖ рід занять або мету поїздки,
- ❖ термін пересування,
- ❖ організаційні засади.

Звідси туризм розглядається як:

1) вид тимчасових міграцій, що мають здебільшого сезонний характер;  
2) складова рекреації, її активна форма, з метою відпочинку, розваг, оздоровлення, пізнання природи, культури та побуту населення інших територій тощо;

3) форма виховання фізичних і розумових здібностей людини через поширення знань із краєзнавства та країнознавства, історії, географії, культурології, що надаються в процесі подорожування;

4) через формування системи фізичних навантажень, загальної фізичної підготовки, знань, умінь та навичок виживання в природних умовах, долання природних перешкод тощо;

5) один із різновидів міжнародних відносин, «що здійснюються на підставі міжнародних угод з урахуванням діючих міжнародних звичаїв»;

6) вид економічної діяльності, спрямований на задоволення потреб подорожуючої людини в безпечних і комфортних умовах проведення вільного часу поза місцем постійного проживання;

7) галузь господарства, складова світового ринку послуг, розвиток якої ґрунтується на специфічному виді споживання.

**До основних функцій туризму відносять:**

1) **рекреаційну** (фізіологічна (відновлення фізичних сил, оздоровлення, відпочинок) і психологічна (зміна місця, оточення, набуття нових вражень та відчуттів) релаксація);

2) **лікувальну** (відновлення фізичних сил та здоров'я людини),

3) **культурну** (поведінка туристів в іншому культурному середовищі, спроможність і здатність до сприйняття іншої культури, інших культурних традицій, а також здатність населення приймаючої країни (території) до вияву гостинності, доброзичливості,)

4) **екологічну** (збереження світової й національної природної та культурно-історичної спадщини, дотримання діючих норм рекреаційного навантаження, правил експлуатації природних об'єктів у туризмі);

5) **економічну** (комерційна спрямованість, посилення соціальної та екологічної ролі туризму (реставрація пам'яток історії та культури, природоохоронні заходи, реконструкція матеріально-технічної бази, освітянська та виховна робота засобами туризму тощо);

6) **навчальну** (закріплення та поповнення знань із краєзнавства, природознавства, топографії, історії, знайомство з культурою та традиціями країн та народів світу);

7) **оздоровчу** (дотримання оптимального режиму навантаження, використання благодатного впливу природних факторів на стан організму, дотримання правил особистої та загальної гігієни);

8) **виховну** (формування почуття колективізму, моральних та естетичних якостей);

9) **спортивну** (створення бази загальної фізичної підготовки, а також спеціальної підготовки по створенню туристської техніки та досягнення максимальних результатів в туризмі);

10) **релігійну** (забезпечується паломництвом та релігійним туризмом).

Туризмологія – комплексний міждисциплінарний напрямок з теорії та методології дослідження туризму, його філософії та праксеології.

## ЗАВДАННЯ

1. Заповнити таблицю, що відображає формування туризмознавчої термінології (табл.1).

2. Заповнити таблицю, у якій відобразити внесок представників національних туризмознавчих шкіл для розвитку теорії та практики туризму (табл. 2).



3. Підготувати доповідь про історію розвитку та діяльність міжнародної організації, що займається питаннями туризму (за варіантами, табл. 3).

Таблиця 1

## Формування туристознавчої термінології

Автор, країна походження	Термін	Трактування терміну	Основні праці
Дж. Страднер, Австрія	географія туризму		
	туристичний регіон		
Б. Браун, США	туристична рекреація		
К.Спіутс, Австрія	туристична індустрія		
Р.Бланшар, Франція	туристична промисловість		«Туризм у французьких Альпах»
К.Штюптц, Австрія			«Географічні умови та наслідки туризму в Тиролі»
В.Лінднер, Німеччина			«Про подорожі в стародавні і нові часи»

Таблиця 2

## Внесок представників національних туристознавчих шкіл для розвитку теорії та практики туризму

Країна	Представники	Внесок
Австрія	П. Бернекер, Дж. Страднер, К.Штюптц, Р. Енгельман, В.Фрейер	
Німеччина	В. Нарштедт, А. Грбнталь, Г.Вегенер, Р. Глюксман, А.Кох	
Велика Британія	З. Бауман, Д. Пірс, Дж. Суорбрак, Е. Коен, Дж. Ленгкік	
Данія	Н.Лейпер	
Швейцарія	К. Крапф, В. Хунцікер, Д. Кріппендорф, С.Каспар	
Франція	Р. Бланшар, М. Байер, П. Деферт, Ф. Франжіаллі, С. Перро, Ж. М. Оернер	
Польща	С.Лещіцькій, К.Лібер, К.Пшецлавській, І.Енджейчик	
Болгарія	М. Бочвара, Л.Дічев, М.Нешков	
США	К.Мак-Меррі, Р.Браун, Р. Макінтош, Д.Мак-Кеннел, Н.Грабурн	
СРСР	В.Преображенський, Р. Родоман, Е. Котляров, Н. Крачило,	
Росія	В. Квартальнов, І. Зорина, В. Гріцкевіч, М. Біржаков	
Україна	В. Пазенок, В.Федорченко, Т.Ткаченко, Б. Яценко, О. Любіцева, О. Бейдик, М. Мальська, Г.Бовсуновська, В. Герасименко	

Таблиця 3

## Міжнародні організації, що займаються питаннями туризму

1	Міжнародний союз офіційних туристичних організацій (МСОТО)	12	Всесвітня федерація туристичних агентств (World Association of Travel Agencies – WATA).
2	Міжнародна асоціація наукових експертів у галузі туризму (International Association of Scientific Experts in Tourism – AIAEST)	13	Міжнародна асоціація гідів з супроводу (туристичного ескорту) (International Association of Tour Managers – IATM).
3	Міжнародна федерація кінноспортивного туризму (Federation Internationale de Tourisme Equestre – FITE)	14	Міжнародна молодіжна туристична служба (International Youth Travel Services – IYTS)
4	Всесвітня туристична організація (World Tourism Organization – UN WTO)	15	Рада з молодіжних обмінів країн Співдружності (Commonwealth Youth Exchange Council – CYEC)
5	Міжнародний союз національних асоціацій готелів, ресторанів і кафе – ХОРЕКА (Union Internationale des Organisations Nationales d'Hoteliers, Restaurateurs et Cafetiers – HO-RE-CA)	16	Міжнародний союз асоціацій з туризму і культурних зв'язків поштових і телекомунікаційних служб (Union Internationale des Organismes Touristiques et Culturels des Postes et des Telecommunications UTCPTT)
6	Бюро з міжнародних виставок (Bureau International des Expositions – BIE)	17	Міжнародна федерація організацій соціального туризму (International Federation of Popular Travel Organization – IFPTO)
7	Міжнародна асоціація спеціалістів — організаторів конгресів (International Association of Professional Congress Organizers – IAPCO)	18	Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку (World Leisure and Recreation Association – WLRA)
8	Всесвітня федерація асоціацій туристичних агентств (Universal Federation of Travel Agents' Association – UFTAA)	19	Міжнародна федерація туроператорів (International Federation of Tour Operators – IFTO)
9	Міжнародна федерація кемпінгу і караванінгу (Federation Internationale de camping et de caravanning – FICC)	20	Міжнародна асоціація з туризму з діловими цілями (International Business Travel Association – IBTA)
10	Служба міжнародного молодіжного обміну (Internationer Ju-gaestaust Ausch und Besucherdienst – IJAB)	21	Міжнародна асоціація організаторів екскурсійних і туристичних програм (International Sightseeing and Tour Association – ISTAJ)
11	Асоціація студентського авіатуризму (Student Air Travel Association – SATA)	22	Союз міжнародних ярмарків (Union des Foires Internationales – UFI)

**ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ**

1. Охарактеризуйте особливості подорожей в епоху Античності, Середньовіччя, Відродження, Нового часу. В чому проявляються їх спільні та відмінні риси?

2. На які показники спираються науковці при виділенні підходів до визначення сутності туризму?

3. Розкрийте сутність туризму.
4. Розкрийте характер екологічної функції туризму.
5. У чому полягає сутність релігійної функції туризму?
6. Розкрийте характер економічної функції туризму.

## Практичне заняття 2

### ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ

**Мета:** одержати уявлення про індустрію туризму, її складові, типи туристичних послуг та їх специфічні риси, типи товарів загального та спеціального призначення.

#### Теоретичні відомості

**Індустрія туризму** – це комплекс, сполучення галузей та видів діяльності, функціонування яких спрямоване на задоволення потреб людини, яка подорожує, в послугах і товарах специфічного призначення, спрямованих на здійснення мети подорожування.

Складовими індустрії туризму є підприємства та установи, мета функціонування яких полягає в задоволенні потреб (мотиваційних, змістовних, комфортності, безпеки тощо) подорожуючої людини – туриста або особи, яка тимчасово перебуває поза межами постійного проживання, мандруючи з рекреаційно-пізнавальною або іншою некомерційною метою.

Це потреби в наданні притулку, харчуванні, медичній або іншій допомозі в разі необхідності, у наданні побутових, торгових, інформаційних та інших послуг.

Це також потреби в товарах специфічного призначення – спеціальне взуття, одяг, спорядження (рюкзаки, намети, байдарки тощо), у спеціальній інфраструктурі: готелі, турбази та притулки, облаштовані стежки та стоянки, підйомники та інше.

*Туристична послуга* має власні *специфічні риси*, які вирізняють її на ринку послуг і саме вони є основою формування індустрії туризму:

✓ *комплексність*, оскільки послуга в туризмі, яка сприймається як певна єдність, завжди є комплексом послуг, який обов'язково включає послуги розміщення, харчування, транспортування, екскурсійного обслуговування та ряд інших, що забезпечують реалізацію мети подорожі;

✓ *мобільність* туристичної послуги забезпечується процесом переміщення туриста до місця відпочинку й подальшого обслуговування;

✓ *ритмічність* об'єктивно була закладена сезонністю надання відпусток, яка сприяла формуванню "гарячого" або "пікового" сезону – часу максимального зростання попиту на туристичні подорожі (переважно в теплий період року) та зменшення попиту в холодний період, але з часом ця риса набрала ринкових ознак регулятора попиту / пропозиції через систему пільгових тарифів у міжсезоння, запроваджених з метою соціалізації туризму.

Туристичною послугою може вважатися тільки комплекс послуг з питань задоволення різноманітних потреб туриста: у відпочинку, харчуванні, переміщенні та інших, які сприяють забезпеченню мети подорожі.

Туристичні послуги за значенням у процесі подорожування поділяються на:

1) *основні*, без яких неможливе подорожування (послуги розміщення, харчування, транспортного й екскурсійного забезпечення тощо),

2) *додаткові*, що сприяють комфортності подорожування (побутові, торговельні, комунікативні, інформаційні, банківсько-фінансові, медичні, спортивно-оздоровчі, культурні тощо),

3) *супутні*, які підвищують ефективність і сприяють повній реалізації мети подорожі (виробництво та реалізація сувенірів і туристичного спорядження, облаштування пляжів, оглядових майданчиків, реставрація пам'яток тощо).

Туристичні послуги або послуги, призначені для споживання подорожуючою частиною населення, у процесі споживання доповнюються туристичними товарами спеціального та загального призначення.

До товарів **спеціального призначення належать** сувеніри, поліграфічна продукція інформаційно-довідникового характеру (картосхеми та плани, буклети, листівки, довідники тощо), туристське спорядження та товари для відпочинку тощо.

Товари **загального призначення** включають значну номенклатуру і споживаються залежно від різниці в цінах або наявності на внутрішньому ринку країни постійного проживання.

Внутрішньоконплексні зв'язки між підприємствами різних галузей, причетних до організації туристичного споживання відповідно до стадійності процесу обслуговування, дозволяють виділити в межах індустрії туризму функціонально-стадійні підсистеми, представлені сполученнями різнорідних функціонально-галузевих елементів, що виконують однорідні функції у сфері туризму (табл. 4).

Ключовою складовою індустрії туризму є кваліфікований персонал.

Вимоги, яким має відповідати персонал підприємств індустрії туризму (професійна, психологічна підготовка, вимоги репрезентативного характеру), можуть бути згруповані в такі блоки:

1. Особисті риси:

характеру:

а) загальні (порядність, такт, витримка, почуття гумору тощо);

б) професійно значущі (доброзичливість, емоційна стабільність, комунікативність, відповідальність);

зовнішності (фізична форма, культура поведінки та мовна культура, а також міра смаку в одязі, зачіска, макіяж тощо).

2. Мотивація у виборі професії: бажання працювати, задоволення від наданої послуги.

3. Загальна ерудиція: знання літератури, образотворчого мистецтва, фольклору, музики, поточних питань економіки, зовнішньої та внутрішньої політики.

4. Професійна підготовка:

загальна:

- а) з історії, краєзнавства, народознавства тощо;
- б) з географії (фізичної, суспільної, туризму, рекреаційної);
- в) з економіки;
- г) із права (міжнародного, господарського, цивільного, кримінального);
- д) з інформатики (статистика, ЕОМ, математичні методи);
- е) мовна, що передбачає вільне володіння побутово-розмовною лексикою двох-трьох мов;
- є) із психології, що визначає особливості спілкування з туристами, колегами, колективом фірми;

спеціальна:

- а) з менеджменту (управління процесом виробництва туристичного продукту, а також керівництво персоналом фірми);
- б) з маркетингу, реклами;
- в) з технології обслуговування;
- г) з економіки туризму;
- д) із планування обслуговування (розробка турів).

Таблиця 4

## Структури індустрії туризму

Підсистеми	Структури	Компоненти
Інституційно-організаційна (регуляторна)	I. Правова	1. Законодавча і нормативна база; 2. Митна служба; 3. Консульська служба.
	II. Фінансово-економічна	1. Система оподаткування; 2. Система страхування; 3. Фінансова система і обмінний курс валют.
	III. Кадрова	1. Система підготовки кадрів; 2. Система наукових досліджень і науково-дослідних розробок.
Функціонально-господарська (виробнича)	I. Гостинності	1. Готельне господарство; 2. Громадське харчування; 3. Галузі сфери послуг з надання додаткових послуг.
	II. Транспорту	1. Авіаційний; 2. Автомобільний; 3. Залізничний; 4. Водний.
	III. Туристичної та оздоровчої діяльності	1. Туристичні підприємства; 2. Екскурсійні бюро; 3. Санаторно-курортні установи; 4. Оздоровчі заклади.
Територіально-господарська (територіальна)	I. Туристичні ресурси	1. Природно-рекреаційні; 2. Культурно-історичні; 3. Інфраструктурні.
	II. Соціально-демографічні	1. Населення; 2. Розселення і історія формування території; 3. Традиційна етнічна культура населення.
	III. Господарські	1. Господарський комплекс території; 2. Інфраструктурні системи; 3. Адміністративно-територіальний устрій і система управління.

**ЗАВДАННЯ**

1. Придумайте назву та розробіть логотип й слоган для туристичної фірми, яка щойно відкрилася.

Логотип повинен вміщувати в собі символ фірми з використанням не більше чотирьох кольорів та рекламний слоган фірми (не більше семи слів).

2. Складіть бізнес-план роботи туристичної фірми за планом:

- резюме;
- надані послуги;
- оцінка ринку збуту;
- конкуренція на ринках збуту;
- організаційний план;
- план до набору персоналу.

3. Знайдіть в мережі Internet сайти українських операторських компаній (не менше 10) та дослідіть запропонований ними асортимент турів. Порівняйте їх пропозиції з тими, що пропонуються в засобах масової інформації Дніпропетровського регіону.

### **ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ**

1. Дайте визначення поняттю «індустрія туризму» та назвіть основні її складові.
2. Назвіть та охарактеризуйте риси туристичної послуги.
3. Які товари належать до товарів спеціального призначення?
4. Назвіть компоненти, які входять до фінансово-економічної структури індустрії туризму.
5. Назвіть компоненти, які входять до структури гостинності індустрії туризму.
6. Перерахуйте вимоги, яким має відповідати персонал підприємств індустрії туризму.

### **Практичне заняття 3**

#### **ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ НА АВІАЦІЙНОМУ ТРАНСПОРТІ**

**Мета:** ознайомитися з обслуговуванням туристів на авіаційному транспорті: особливості реєстрації, перевезення багажу, структура продажної ціни авіаперевезення, обов'язкові атрибути на авіаквитку, чартерні перевезення.

#### **Теоретичні відомості**

Рівень сервісу й комфорту обслуговування під час подорожі залежить від класу авіакомпанії, напрямку, традицій перевізника, тарифів, тривалості польоту тощо.

Складовими комфорту авіаперевезень вважаються:

- ✓ тип пасажирського крісла,
- ✓ відстань між кріслами;
- ✓ наявність столика, попільнички, портативних телевізорів, тощо.

На спеціальних літаках (бізнес-офіси) для ділових людей є можливість відправки факсів на землю або інший літак.

Турист може скористатися послугами авіакомпанії напряму, замовивши квиток за обраним маршрутом, або через посередників – туристичні фірми, які включають таку послугу в туристичний пакет, тур. В останньому випадку всі претензії щодо даної послуги мають пред'являтися тому посереднику, з яким укладено прямиий договір на придбання путівки (туру).

Пасажи́р повинен прибути на місце реєстрації завчасно до відправлення рейсу, щоб забезпечити проходження необхідних формальностей не пізніше часу, зазначеного перевізником.

Якщо пасажир не зміг прибути до указанного часу, а також має неточні документи, тоді перевізник має право анулювати місце і незобов'язаний затримувати політ. При цьому перевізник не відповідає перед пасажиром за завдані ним збитки.

Рейс затримується у випадку, коли пасажир здав багаж, пройшов реєстрацію, а на борту літака відсутній.

Реєстрація пасажирів першого та бізнес-класу проводиться окремо від інших. Пасажири першого класу користуються висококомфортабельними залами очікування VIP (very important persons – дуже важливі персони).

Існують певні обмеження щодо ваги, розмірів і кількості місць багажу, які пасажир може взяти із собою. Норми безкоштовного перевезення багажу:

- ✓ перший клас – 40 кг;
- ✓ бізнес – 30 кг;
- ✓ економічний – 20 кг;
- ✓ надлишок багажу перевозиться за додаткову плату.

У салон можна взяти одне місце незареєстрованого багажу.

Незареєстрований багаж не повинен перевищувати встановлені розміри, тобто вмещуватися на полиці або під сидінням.

Понад установлені норми безкоштовного провозу багажу можна також взяти: дитячу дорожню колыску, пальто чи плащ, складну інвалідну коляску (або милиці), якщо такі предмети необхідні пасажиру.

Допускається, за згодою пасажирів, відправка багажу іншим рейсом.

Не дозволяється брати із собою в літак речовини та предмети, які класифікуються в міжнародній практиці як небезпечні.

На перевезення зброї та раций необхідний спеціальний дозвіл. Спеціальний багаж (напр., музичні інструменти) можна перевозити в салоні літака і навіть в окремому кріслі, якщо, звичайно, пасажир купить додатковий квиток.

Тварини допускаються до перевезення за наявності сертифіката про щеплення, а також дозволу на вв'із-вивіз, які вимагає країна відправлення, призначення чи транзиту.

Тварини з клітками розглядаються як надлишковий багаж і не можуть перевозитися безкоштовно, навіть якщо пасажир не має іншого багажу. Виняток становлять собаки-поводирі, що супроводжують сліпих або фізично немічних пасажирів – вони перевозяться безкоштовно понад встановлені норми багажу. Пасажир повністю відповідає за тварину.

Перевізник не відповідає за ушкодження, хворобу чи смерть тварини у випадку відмови в'їзду в країну призначення.

Для здійснення бронювання та продажу авіаквитків туристичними підприємствами необхідна **акредитація** турфірми *Міжнародною організацією авіаційного транспорту – IATA*.

Структура продажної ціни авіап перевезення формується із врахуванням:

- ✓ виду перевезення;
- ✓ дальності польоту;
- ✓ коефіцієнта завантаження салону;
- ✓ базових тарифів і знижок;
- ✓ собівартості туру;
- ✓ норми прибутку;
- ✓ рівня цін у конкурентів;
- ✓ співвідношення попиту та пропозиції.

На туристичну фірму, яка забезпечує перевезення туристів з пункту виїзду до першого пункту обслуговування в країні, покладаються наступні завдання:

- ✓ планування перевезень;
- ✓ бронювання місць;
- ✓ забезпечення страховки;
- ✓ паспортна й візова підтримка;
- ✓ видача туристам проїзних документів;
- ✓ забезпечення трансферу.

Основними критеріями при виборі авіап перевезень є:

- ✓ швидкість доставки;
- ✓ комфортабельність польоту;
- ✓ тарифи та пільги;
- ✓ надійність і репутація авіакомпанії.

При виборі конкретного авіап перевізника слід враховувати:

- ✓ вид перевезень (індивідуально, групою, бізнес-тур);
- ✓ кількість туристів на день початку та закінчення туру;
- ✓ наявність вільних місць на даний маршрут у потрібному класі;
- ✓ наявність пільгових тарифів та знижок.

Більшість авіакомпаній надають послуги з перевезення туристів у режимі:

- ✓ рейсових перевезень;
- ✓ чартерних перевезень;
- ✓ обслуговування бізнес- і конгрес-турів за системою «бізнес-офіс»;
- ✓ індивідуальне обслуговування клієнтів.

**Авіаквиток** є доказом контракту між перевізником та пасажиром на здійснення авіап перевезення. Авіаквиток є іменним і має всі необхідні атрибути – найменування авіакомпанії (перевізника), посадочний купон, польотні купони й пасажирський купон.

Квитки різних авіакомпаній можуть бути оформлені по-різному, але на всіх квитках мають бути обов'язково зазначені такі атрибути:

- 1) прізвище пасажирів;
- 2) маршрут польоту;
- 3) клас обслуговування: перший клас (F); бізнес-клас (C); економічний клас (Y); туристський клас (T).



- 4) номер рейсу та код авіакомпанії;
- 5) дати (зазначаються у графі «туди» і «назад»);
- 6) час вильоту;
- 7) Статус на квитку:

OK – заброньовано місце на даному рейсі;

RQ – пасажир зможе вилетіти за наявності вільних місць.

Open – ставиться на зворотному польотному купоні, коли квиток купується з відкритою датою «назад», що вимагає додаткового підтвердження.

**Авіачартер** – це оренда турфірмою літака конкретної авіакомпанії на певний термін (один рейс, місяць, сезон або цілорічно).

**Чартерна квота** – можливість і зобов'язання продати певну кількість місць. Чартерні перевезення організують великі фірми-туроператори або асоціації невеликих турагенцій, які можуть повністю викупити орендовані місця. Вони можуть здавати їх в суборенду дрібнішим фірмам.

У ціну чартерного перевезення включаються два порожні перельоти: перший, – коли літак повертається порожнім після відправки першої групи туристів, і другий, – коли порожній літак відправляється за останньою в сезоні групою.

Здійснення чартерного перевезення потребує значної підготовчої роботи:

- ✓ планування маршруту;
- ✓ заповнення порожніх перельотів;
- ✓ отримання дозволів на повітряний коридор;
- ✓ забезпечення мінімально допустимої стоянки в аеропорту прибуття й

відправлення.

## ЗАВДАННЯ

1. Надайте розгорнуту відповідь щодо вирішення наведених нижче проблемних ситуацій керівником туристичної групи.

**А.** Група туристів відпочиває по пувіці на березі Азовського моря з 1 до 15 липня. Один з туристів 5 липня звертається до керівника групи з проханням видати йому зворотний квиток або виплатити його вартість, а інший турист перед від'їздом групи в аеропорт відмовляється від зворотної дороги.

Як повинен поступити керівник групи ?

**Б.** Група туристів прибуває в аеропорт, але представник приймаючої сторони не зустрічає групу. Туристи хвилюються. Які подальші дії керівника групи ?

**В.** Група туристів знаходиться в аеропорту вильоту. Виліт літака затримується, про що адміністрація аеропорту кілька разів робила оголошення. Туристи сидять в аеропорту вже 15 годин. Аеропорт переповнений пасажирами.

Внаслідок ситуації, що склалася:

- а) частина групи від польоту відмовляється;
- б) група повністю відмовляється від польоту.

Як в цих випадках повинен діяти керівник групи?

2. Підготуйте розширену доповідь про історію заснування та діяльність авіакомпанії; вкажіть парк літаків; нанесіть на карту базові аеропорти, внутрішні та міжнародні авіарейси (за варіантами, табл. 5).

Таблиця 5

## Авіакомпанії країн світу

1	Delta Airlines (Дельта Ейрлайнз), США	12	Air Urga (Урга), Україна
2	Air France-KLM (Ейр Франс-КЛМ), Франція-Нідерланди	13	Austrian Airlines (Австрійські авіалінії), Австрія
3	American Airlines (Американ Ейрлайнз), США	14	Air Italy Polska (Ейр Італі Польска), Польща
4	United Airlines (Юнайтед Ейрлайнз), США	15	Japan Airlines - JAL (Японські авіалінії - ДЖАЛ), Японія
5	Southwest Airlines (Саузвест Ейрлайнз), США	16	CSA-Czech Airlines (ЧСА-Чеські авіаланії), Чехія
6	Thomson Airways (Томсон Ейрвейз), Великобританія	17	Travel Service Hungary (Тревел Сервіс Хангарі), Угорщина
7	SkyWest Airlines (СкайВест Ейрлайнз), США	18	Adria Airways (Адрія Ейрвейз), Словенія
8	Lufthansa (Люфтганза), Німеччина	19	Baboo (Бабу), Швейцарія
9	China Southern Airlines (Китайські Південні Авіалінії), Китай	20	Afriqiyah Airways (Афрікія Ейрвейз), Лівія
10	Qantas (Квонтас), Австралія	21	Emirates (Емірейтс), ОАЕ
11	Dniproavia (Дніпроавіа), Україна	22	Bulgaria Air (Болгарія Ейр), Болгарія

## ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Яким чином можна скористатися послугами авіакомпанії?
2. У яких випадках може затриматися рейс?
3. Які предмети можна взяти із собою понад установлені норми безкоштовного провозу багажу?
4. Які предмети заборонено брати із собою у літак?
5. Охарактеризуйте особливості перевезення тварин?
6. Перерахуйте обов'язкові атрибути, що зазначаються на авіаквитку.
7. Що таке «чартерні перевезення? В чому їх переваги та недоліки?

## Практичне заняття 4

## ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ

**Мета:** набути знань про обслуговування туристів на залізничному транспорті: популярні маршрути у світі, типи перевезень пасажирів, види потягів та систему їх формування.

## Теоретичні відомості

На долю залізничного транспорту припадає 38% загального обсягу перевезень всіма видами транспорту.

Порівняно з іншими видами пасажирського транспорту залізниці мають низку переваг, з яких найбільш важливими є:

- ✓ регулярність перевезень незалежно від пори року, часу доби та погоди;
- ✓ невисока вартість перевезення порівняно з вартістю перевезення іншими видами транспорту;
- ✓ можливість користування спальними місцями при переміщенні;
- ✓ розташування залізничних вокзалів у центрах міст чи близько них.

Серед туристів **Європи** великою популярністю користуються нічні експреси: Відень – Венеція, Відень – Гамбург, Відень – Цюрих, Брюссель – Лондон, Париж – Лондон (через Ла-Манш).

Реалізація проектів високошвидкісних магістралей активізувалася після введення в експлуатацію тунелю під Ла-Маншем. Розроблені проекти таких магістралей у Швейцарії, Нідерландах, Іспанії, Фінляндії, Великобританії.

До відомих потягів слід віднести «Транссибірський», який здійснює поїздки із Москви в Монголію; «Блакитний потяг», який здійснює поїздки із Кейптауна в Преторію; «Шотландський королівський», шлях якого проходить через шотландські високогір'я.

Найпопулярнішими маршрутами на **американському** континенті є: Транс-Канада (Ванкувер – Монреаль), Транс-Америка (Вашингтон – Лос-Анджелес) і Транс-Атлантика (Манагуа – Пуерто – Монт).

Залізниця є основним видом пасажирського транспорту в Латинській Америці, Азії, Африці та Австралії.

Найкращою у світі системою пасажирських потягів вважається **японська**.

За критерієм дальності, перевезення пасажирів на залізничному транспорті поділяються на:

- ✓ дальні – перевезення здійснюється в межах двох і більше залізниць;
- ✓ місцеві – в межах однієї дороги;
- ✓ приміські – на відстані до 150 км.

Найбільш прийнятною для туриста є подорож тривалістю до двох діб.

#### **Особлива класифікація потягів, що прийнята в Європі:**

- TD** – міжконтинентальний експрес;
- IC** (Inter City) – міжнародний експрес;
- ICL** (InterCityLyn) – швидкісний суперекспрес;
- TEE** (Trans Europe Express Train) – фірмовий експрес;
- EC** (Eurocity) – швидкісний експрес;
- E** (Eurostar) – швидкий потяг;
- RSB** (Regional Schnell Bahn) – приміський потяг.

Специфікою подорожей залізницею за кордоном є поділ вагонів на класи (перший, другий, туристський), а купе – на чоловічі, жіночі та сімейні, для курців та некурців, люкс, одно-, дво-, три-, чотиримісні й туристські (до 6 місць).

Основним документом, який засвідчує право на проїзд залізницею міжнародного сполучення, є залізничний квиток установленої форми, який продається в касах залізничних вокзалів чи у касах попереднього продажу.

На туристичні потяги оформлюються індивідуальні (іменні) та групові квитки, у вартість яких включаються:

- ✓ «плацкарта» – право на спальне місце;

- ✓ право перевезення багажу;
- ✓ страховка;
- ✓ комісійний збір за послуги попереднього продажу (замовлення) квитків;
- ✓ збір за доставку квитків (за необхідності);
- ✓ місцеві збори.

Залізниця зобов'язується надати пасажиру ряд послуг:

- ✓ перевезення пасажирів в пункт призначення;
- ✓ перевезення багажу;
- ✓ надання додаткових послуг за окрему плату (постіль, чай, кава, піднесення багажу).

Якщо з пасажиром через вину залізниці відбувся нещасний випадок, він має право на отримання страхової виплати (страховий внесок входить у вартість квитка).

Норма безкоштовного перевезення багажу – 36 кг. До перевезення багажем приймаються речі, вага одного місця яких не перевищує 75 кг, а довжина – 3 м. Мінімальна вага відправки – 10 кг.

На залізничному транспорті існує поняття – композиція потягу, його складу. Під цим поняттям розуміють порядок розташування у складі пасажирського поїзда різного типу вагонів, тобто схему його складу. Для поліпшення використання пасажирських вагонів велике значення має уніфікація, тобто одноманітність схем складу поїзда. До його складу, зазвичай входять такі вагони: 1-2 м'яких, 5-8 купейних, 7-8 плацкартних, 1 вагон-ресторан, багажні й поштові вагони.

Для туристично-екскурсійного поїзда далекого сполучення прийнята єдина система формування. Якщо у поїзді є три вагони-ресторани, то їх розміщують під номерами 4, 8, 12, якщо два – їхні номери переважно 6 і 10.

Найпоширенішими для туристично-екскурсійних поїздів є цільнометалевий купейний вагон, який складається із 10 купе на 38 місць.

Існує три види туристичних залізничних перевезень:

- ✓ формується повністю турпоїзд;
- ✓ у поїзді виділяють один вагон для туристів;
- ✓ туристи їдуть самостійно.

Останнім часом в Україні чартерні перевезення на спеціальних туристських поїздах по лінійних, кільцевих і радіальних екскурсійних маршрутах практично не здійснюються.

## **ЗАВДАННЯ**

1. Надайте розгорнуту відповідь щодо вирішення наведених нижче проблемних ситуацій керівником туристичної групи.

**А.** Проїзд групи поїздом «туди» і «назад» забезпечений квитками в купейному вагоні, однак при посадці в поїзд виявляється, що зазначений вагон є плацкартним. Як керівник групи вийде з цієї ситуації?

**Б.** Керівник групи, який має при собі документи туристів, спізнюється до відправлення поїзда. Туристи не їдуть, і керівник групи застає їх на вокзалі. Які дії повинен зробити керівник туристської групи?

**В.** Туристи повертаються з поїздки за маршрутом «Львів – Донецьк – Львів» залізничним транспортом. В дорозі запланована пересадка у Києві, куди потяг «Львів-Київ» має прибути о 15 годині. Потяг «Київ-Донецьк» вирушає о 17 годині. Через шквалистий вітер потяг «Львів-Київ» прибуває до столиці із запізненням на 3 години, а потяг «Київ-Донецьк» вирушає за своїм розкладом. Що повинен зробити керівник групи після прибуття в Київ?

**Г.** Чи має турист гарантоване право проїзду в двомісному купе один, якщо він оплатив обидва місця в цьому купе?

**2. А.** Користуючись офіційними статистичними даними, що представлені на сайтах Головних управлінь статистики у областях України, провести порівняльний аналіз наступних показників залізничного транспорту по 5 регіонах України за останні 10 років, побудувати діаграми, написати висновок:

- 1) вантажні перевезення;
- 2) пасажирські перевезення;
- 3) відправлення (перевезення) вантажів;
- 4) відправлення (перевезення) пасажирів;
- 5) дорожньо-транспортні пригоди та потерпілі у них;

**Б.** Розрахувати щільність показників: до всього населення області; на 1000 осіб населення області; до всієї площі регіону.

**2.** Підготуйте доповідь про історію розвитку та діяльність компанії-виробника високошвидкісних потягів, надайте характеристику однієї з його моделей; нанесіть на карту країни та маршрути, якими курсує дана модель потягу (за варіантами, табл. 6).

Таблиця 6

## Компанії-виробники високошвидкісних потягів

Країна	Компанія-виробник	Модель потягу	Країна	Компанія-виробник	Модель потягу
Німеччина	Siemens	ICE 3	Японія	Hitachi Rail Systems Ltd i Kawasaki Rail	Shinkansen 100
		Velaro			Shinkansen 200
		Velaro RUS (Сапсан)			Shinkansen 300
Франція	Alstom	TGV			Shinkansen 400
		TGV Sud-Est			Shinkansen 500
		TGV Atlantique			Shinkansen 700
		TGV Reseau			Shinkansen E1
		TGV Duplex			Shinkansen E2
		Thalys PBKA			Shinkansen E3
		TGV POS			Shinkansen E4
		Eurostar	JetTrain		
		Pendolino	Regina		
		AGV	CRH1		
Іспанія	Talgo	Talgo 350	Канада	Bombardier	Zefiro
		Talgo XXI			
		Talgo Avril			

## ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Яким чином можна скористатися послугами залізниці?
2. Назвіть нічні експresi, які користуються популярністю серед туристів Європи?
3. Яка система пасажирських потягів вважається найкращою в світі?
4. Охарактеризуйте специфіку подорожей залізницею за кордоном.
5. Що розуміють під «композицією потягу»?
6. Розкрийте особливості використання залізничного транспорту в туристському бізнесі.
7. Що таке формула обслуговування «EuroNight»?
8. Дайте характеристику категорій потягів, вагонів, місць у потягах.

### Практичне заняття 5

## ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ НА АВТОМОБІЛЬНОМУ ТРАНСПОРТІ

**Мета:** набути знань про обслуговування туристів на автомобільному транспорті: переваги та недоліки, техніко-економічні особливості, типи транспортних засобів.

### Теоретичні відомості

Розвиток автомобільного транспорту зумовив зростання ролі автобусного сполучення в організації туристичних подорожей.

Перший легковий автомобіль з бензиновим двигуном був створений австрійцем Зигфридом Маркусом у 1876 році. Проте знадобилось близько 20 років щоб цей двигун, удосконалений у 1885-1886 роках німцями К. Бенц і Г. Даймлер, доказав свою перевагу над паровою машиною. Так, у шосейних автомобільних змаганнях Париж - Руан у 1884 та 1894 роках перемогу отримали автомобілі з паровими двигунами. Однак у 1895 році у змаганнях за маршрутом Париж - Бордо - Париж перемагає вже автомобіль з бензиновим двигуном француза Левасюра. Саме з цього часу шлях до подальшого удосконалення автомобіля був відкритий і у ХХ сторіччі він перетворюється в масовий транспортний засіб, особливо для індивідуальних подорожей людей.

Автомобільний транспорт при перевезеннях туристів виконує дві основні функції: 1) самостійний засіб пересування та екскурсій; 2) допоміжний (трансферний) транспорт.

До **переваг** автомобільного транспорту належать:

1. Висока ступінь мобільності і маневрування.
2. Можливість перевезення туристів від «воріт до воріт».
3. Відносно висока швидкість доставки туристів при перевезеннях на короткі та середні відстані.
4. Добра видимість з транспортного засобу й можливість єднання з оточуючим середовищем.

5. Невисокі тарифи при перевезеннях туристів на короткі і середні відстані.
6. Можливість транспортування багажу.
7. Можливість зупинок у дорозі.

Пасажи́рський автомобі́льний транспорт має свої **недоліки**:

1. Невисока пасажиромісткість і середня експлуатаційна швидкість при подорожах на довгі відстані.
2. Забруднення довкілля продуктами згоряння палива.
3. Невисокий рівень комфорту при перевезеннях і комплексності обслуговування під час подорожі.

До характерних техніко-економічних особливостей пасажирського автомобільного транспорту обслуговування туристів відносять:

- здійснення групових та індивідуальних перевезень туристів на короткі і середні відстані;
- транспортне обслуговування різних видів туризму як у внутрішньому, так і в міжнародному сполученнях;
- здійснення туристичних подорожей в автономному режимі (автобусні круїзи) або у комбінації з іншими видами туристичного транспорту;
- організація трансферу: доставка туристів від місця прибуття, розташованого в країні перебування (аеропорт, гавань, залізнична станція), до місця розміщення (готель), де вони проживатимуть, й назад.

Серед міжнародних недержавних організацій, що найбільше впливають на розвиток міжнародних автомобільних перевезень, – Міжнародний союз автомобільного транспорту (МСАТ), заснований 23 березня 1948 р. Його місцезнаходження – Женева. Союз ставить своїм завданням захист інтересів національних і міжнародних автомобільних пасажирських і вантажних перевізників, що здійснюють перевезення за наймом, за винагороду чи власним коштом.

**Легковий автомобіль** є найбільш поширеним транспортним засобом пересування. У туристичній галузі легковий автомобіль найчастіше використовується з метою: трансферу; перевезення туристів від готелів до об'єктів показу і назад; виконання ділових поїздок; пересування в подорожі; відпочинку і розваг.

Туристам, які подорожують на автомобілі, необхідно мати права міжнародного зразка (international driver's license) та страховку – «зелену карту».

**Автобуси** призначені для великих пасажирських перевезень. За параметром місткості автобуси розподіляються наступним чином: особливо малої місткості до 10 місць (довжина 5 м); малої місткості – 10-35 місць (довжина 6,0-7,5м); середньої місткості – 35-60 місць (довжина 8,0-9,5м); великої місткості - 60-100 місць (довжина 10,5-12,0м); особливо великої місткості – 100 місць (довжина 12-16,5м); особливо великій місткості (зчленований) понад 160-190 місць (довжина 16,5 м і більше).

За призначенням автобуси поділяються на міські, приміські, міжміські, місцевого сполучення, туристичні, екскурсійні та шкільні.

Вимоги до мікроклімату в автобусі регламентуються санітарно-гігієнічними нормами та міжнародними стандартами:

- 1) система кондиювання повітря має забезпечувати мікроклімат у межах 22-24 °С при повітрообміні 0,15 м<sup>3</sup>/с (перший рівень комфорту),
- 2) рівень шуму в усіх частинах салону не повинен перевищувати 72 дБ,
- 3) відстань між сидіннями в автобусі – 80-85 см.
- 4) робоче місце водія має бути відгороджене від салону,
- 5) скло на бокових вікнах повинно бути подвійним, детермальним, з покриттям, що зменшує теплообмін салону із зовнішнім середовищем, і мати додатну кривизну.
- 6) окрім занавісок, мають бути передбачені спеціальні жалюзі, в автобусах класу «люкс» – індивідуальне освітлення.
- 7) відеомагнітофон з кількома моніторами, радіотелефон або рація для дальніх маршрутів.

Документом, який всебічно регламентує роботу автобусів на регулярних лініях міжнародного сполучення, є розклад. Він повинен обов'язково містити інформацію про основні пункти маршруту, час прибуття до кожного пункту і вартість проїзду.

Загальними для всіх ліній є такі умови перевезень:

- ✓ попередня система замовлення квитків, безпосередній продаж квитків в автобусі за наявності вільних місць;
- ✓ пріоритетне право на проїзд пасажирів з квитком;
- ✓ на більшості ліній передбачені знижки в ціні квитка туди і назад порівняно з ціною квитка в один напрямок;
- ✓ система тарифних пільг при перевезенні дітей, студентів й особливих категорій пасажирів.

В системі пасажирського автотранспорту важливе місце займають **таксі (taxi)** – вид міського транспорту, який призначений для обслуговування індивідуального туристичного потоку у межах міста або району.

У кожній країні є свої характеристики таксі і правила користування їх послугами.

У Великобританії як таксі використовуються автомашини певних марок і консервативної форми кузова з високим дахом і неодмінно чорного кольору – «cab».

Yellow cab – традиційна назва нью-йоркського таксі, за кольором кузова яскраво-жовтого кольору. У місті прийнято таксі замовляти завчасно – по телефону. Приймати пасажирів на законній підставі без попереднього замовлення дозволяється лише таксі, пофарбованим у жовтий колір.

У Таїланді поширеним є таксі «тукс-тукс» («tuks-tuks»). Воно сконструйовано на основі триколісної мотоколяски, проте коляска причіплюється не так, як у мотоциклах (збоку), а ззаду.

Зі зростанням масовості подорожей усе більше і більше відпочиваючих туристів ставлять вимоги винайняти **автомобіль на прокат**.

Серед крупних компаній у сфері прокату автомобілів є Hertz, Avis, Budget, Eurocar, Thrifty, Ansa, Sixt і багато інших. У кожній країні є безліч дрібних національних компаній. Напрокат можна узяти легкові автомашини різних розмірів і марок.



Здійснення міжнародних перевезень накладає на українських перевізників зобов'язання щодо дотримання суворих екологічних вимог до рухомого складу. В Європі прийнято стандарт «Зелений автомобіль», відповідно до якого норми токсичності вихлопних газів не повинні перевищувати певні параметри.

## ЗАВДАННЯ

1. Надайте розгорнуту відповідь щодо вирішення наведених нижче проблемних ситуацій керівником туристичної групи.

**А.** Під час слідування туристського автобуса за маршрутом «Чернівці - Полтава» підлітки, кидаючись камінням, випадково потрапили каменем у скло автобуса, заподіявши одному з пасажирів серйозні каліцтва, що привели його до інвалідизації (2 група). Пасажир автобуса зажадав від туристської компанії відшкодування заподіяної шкоди (інвалідності), на що отримав рішучу відмову від керівництва фірми. Чи правильні дії керівництва фірми? Як би ви вчинили в ситуації, що склалася на місці пасажира, керівника туристичної фірми, водія автобуса?

**Б.** Автобус з групою туристів прямував в нічний час по розбитій дорозі. Раптово колесо автобуса потрапило в глибоку вибоїну, викликавши різкий ривок автобуса, в результаті якого один з пасажирів автобуса вдарився об спинку сидіння, отримавши сильний струс мозку і перелом перенісся. Якими в цьому випадку повинні бути дії водія, керівника туристської групи, пасажира, який отримав каліцтва? Чи має право пасажир подати позов на туристську компанію? Яким буде, на вашу думку, результат? Як би ви вчинили в цій ситуації?

**В.** Рухаючись по пересіченій місцевості, водій автобуса щоб уникнути аварії, знизив швидкість руху до 35 км / год. Скоро на шляху утворилася значна перешкода – розмив дороги, який міг призвести до аварійної ситуації і поломки автобуса. Водій (не поставивши до відома керівника туристської групи) змінив маршрут руху автобуса, не спричинив до серйозних збоїв в обслуговуванні туристів і відхиленням від прийнятої екскурсійної програми. Чи правий водій автобуса в даній ситуації? Які при цьому повинні бути дії керівника? Як би ви вчинили в цій ситуації?

2. Розробіть автобусний тур за певним маршрутом без нічних переїздів (за варіантами, табл. 7). До програми туру включіть харчування, проживання, екскурсії, програму вільного часу. Прорахуйте вартість туру (формула 1). Надайте перелік послуг, які турист може отримати за додаткову платню.

Нанесіть на карту маршрут поїздки, вкажіть довжину лінії та тривалість поїздки у одному напрямку.

Ціна на туристичний продукт визначається методом нормативної калькуляції і включає витрати на людей, які супроводжують групу по маршруту. Таким туристичної путівки визначається за формулою:

$$C_n = \frac{C + P_n + P_m - Z + K}{K_m + C_c}, \text{ де} \quad (1)$$

Цп – ціна туристичного продукту для одного туриста, грн.;

С – собівартість послуг, які входять у склад туристичного продукту;

Пн – податки (ПДВ) по окремим видам послуг;

Пт – прибуток туристичного оператора в гривнях;

З – знижка, яка надається туристичним оператором туристу по окремим видам послуг, які входять у структуру туристичного продукту;

К – комісійна винагорода туристичного агента, який реалізує туристичний продукт (надбавка до ціни турпродукту або знижка ціни туристичного оператора на користь турагента);

Кт – кількість туристів у групі;

Чс – кількість супроводжуючих осіб.

Таблиця 7

## Автобусні міжнародні регулярні лінії

	Маршрут		Маршрут
1	Лондон – Остенде – Познань – Варшава	12	Київ – Барселона – Сарагоса – Мадрид – Валенсія – Мурсія – Малага
2	Брюссель – Париж	13	Амстердам – Остенде – Лондон
3	Амстердам – Бонн – Франкфурт-на-Майні	14	Київ – Львів – Чоп – Будапешт – Відень – Прага
4	Антверпен – Брюссель – Барселона	15	Мюнхен – Венеція
5	Антверпен – Брюссель – Ментона	16	Антверпен – Мілан – Катовіце
6	Львів – Краків – Прага – Зальцбург – Хельбрунн – Мюнхен/Інсбрук – Мельк – Відень – Грац – Кройценштайн – Мішкольц-Тапольце	17	Мадрид – Мерида – Бадахос – Естремоз – Евора – Монтемор-у-Нову – Сетубал – Лісабон
7	Одеса – Львів – Лейпциг – Йена – Фульда – Франкфурт – Франкфурт – Хайльбронн	18	Дніпропетровськ – Київ – Львів – Дрезден – Магдебург – Дортмунд – Дюйсбург – Дюссельдорф
8	Київ – Житомир – Рівне – Львів – Арнгем – Утрехт – Амстердам – Гаага – Роттердам – Бреда	19	Київ – Ужгород – Ніца – Екс-Ан-Прованс (Марсель) – Монпельє – Нарбонн – Перпиньян
9	Київ – Падуя – Болонья – Сан-Северо – Барі	20	Лондон – Мюнхен – Зальцбург – Белград – Софія – Афіни
10	Одеса – Таллінн	21	Дніпропетровськ – Рига
11	Мюнхен – Відень – Будапешт – Белград – Софія – Стамбул	22	Херсон – Одеса – Прага

## ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Які види автомобільних перевезень існують?
2. Перерахуйте основні переваги та недоліки автомобільних подорожей.
3. Сучасний стан та тенденції розвитку автобусного туризму в країнах Європи та України.
4. Назвіть правила перевезення багажу автомобільним транспортом.
5. Що відноситься до характерних техніко-економічних особливостей пасажирського автомобільного транспорту обслуговування туристів?
6. Охарактеризуйте одну з провідних компаній з прокату автомобілів.

## Практичне заняття 6

### ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ ВОДНИМ ТРАНСПОРТОМ

**Мета:** набути знань про обслуговування туристів водним транспортом: переваги та недоліки, техніко-економічні особливості, типи транспортних засобів, популярні круїзні маршрути.

#### Теоретичні відомості

Водний транспорт морський і річковий – є видом масового транспорту, який здатний до перевезень великої кількості пасажирів. Розвиток водного транспорту можливий при наявності відповідних водних басейнів - океанів, морів, рік, озер. переваги водного транспорту перед всіма іншими.

Перевезення туристів водним транспортом включає: морські перевезення та круїзи; річкові подорожі та круїзи; подорожі на поромах, катамаранах, яхтах; морські й річкові прогулянки (екскурсії) та інші види водних подорожей.

До **переваг** водного транспорту належать:

1. Можливість здійснення масових пасажирських перевезень при високому рівні комфортності і повному комплексі життєзабезпечення.
2. Висока пропускна здатність.
3. Відносно невеликі за обсягом капітальні вкладення у будівництво водних шляхів і інженерних споруд.
4. Можливість перевезення одночасно інших видів пасажирських транспортних засобів.
5. Багатофункціональність при використуванні для потреб туризму.

Поряд з відзначеними перевагами пасажирський водний транспорт має і певні **недоліки**:

1. Низька швидкість засобів перевезення.
2. Сезонність в експлуатації водних засобів транспорту, особливо річкових.
3. Висока питома вага витрат на початкові і завершальні операції.
4. Синдром «замкнутого простору».
5. Схильність до «морської хвороби» частини людей.

Традиційні пасажирські судна в залежності від технічної характеристики двигуна поділяються на пароплави, теплоходи, дизель-електроходи.

За функціональним призначенням засоби морських пасажирських перевезень можна класифікувати таким чином:

- пасажирські лайнери регулярних ліній каботажного плавання – у межах прибережних територіальних вод держави;
- пасажирські лайнери регулярних ліній міжнародних рейсів між портами різних держав або між портами однієї держави, але із заходом у порт іноземної держави;
- пасажирські лайнери регулярних трансокеанських ліній;

- круїзні судна – cruises ships, що здійснюють 5-15-денні й більш тривалі рейси із заходом у кілька портів різних держав із короткочасною (1-2 дні) стоянкою;

- пороми – ferry, що здійснюють регулярні вантажопасажирські перевезення;

- судна для перевезення спеціальних категорій пасажирів, наприклад, учасників фестивалів, олімпіад, дослідників, прочан – special trade passenger ship. Їхнє устаткування й експлуатація регулюються спеціальними вимогами Special Trade Passenger Ships Agreement;

- високошвидкісні судна – fast ferry – для пасажирських паромних перевезень – на повітряній подушці, катамарани, судна на підводних крилах; вітрильні судна, у тому числі навчальні й екскурсійні; яхти;

- круїзери й моторні човни всіх типів;

- спеціальні екскурсійні судна, у тому числі із прозорим дном, і туристські підводні човни.

Найбільш поширений вид водних подорожей – **круїзи**. Поняття круїз охоплює організацію морських і річкових подорожей з відвіданням портових міст кількох країн.

Ідея морських подорожей по системі круїзу належить співробітнику компанії Ford Motors американцю Бобу Дікенсону, яким у 50-ті рр. ХХ ст. була розроблена концепція круїзного відпочинку, що передбачала потужну індустрію розваг на теплоході. Бурхливий розвиток ринку морських круїзів розпочався в 70-ті рр. ХХ ст.

Основним районом круїзів у світі є Північна Америка, включаючи Карибський басейн (близько 75 % усього світового ринку круїзів), інші 25 % майже наполовину поділяються між Європою та іншими регіонами.

Найпопулярнішими маршрутами на світовому ринку круїзного туризму є:

- ✓ по Карибському морю (Гренада, Антильські острови, Вірджинські острови – в зимовий період);

- ✓ по Середземному морю (травень – жовтень);

- ✓ по Балтійському морю і навколо Скандинавії (травень – серпень);

- ✓ на Далекому Сході, в Індійському океані (до Антарктиди), навколо Австралії та Аляски.

Річкові подорожі завдяки наявності берегового огляду більш інформативні, до того ж є можливість значної кількості стоянок.

Річкові подорожі включають: перевезення регулярними рейсами; перевезення чартерними рейсами; перевезення швидкісними та експресними лініями; поромні переправи; прогулянкові та екскурсійні рейси; перевезення самодіяльних туристів; короткострокові (1-3 дні) та тривалі (25-30 днів) круїзи; спеціальні круїзи (конгрес, бізнес, навчальні); використання плаваючих засобів у формі «плавучих готелів».

Вартість круїзів визначається: величиною фрахту; рівнем комфортабельності судна; зборами за прохід каналів; експлуатаційними витратами; вартістю берегових послуг; податками.

В залежності від цілей подорожі круїзи можуть поділятися на:

- класичні – тривалі подорожі, що включають типову туристичну програму – відпочинок і розваги на судні, а також відвідування визначних пам'яток на березі;
- спеціалізовані – подорожі, які мають специфічну мету: проведення конференції або симпозіуму на судні, лікування, навчання і таке інше.

З точки зору способу організації круїзів вони поділяються на:

- комбіновані – передбачають взаємодію з іншими видами транспортних засобів або установами з розміщення туристів на березі;
- «перервані» – поєднують морську подорож з досить тривалим відпочинком на березі;
- автокруїзи – подорож, що сполучає використання особистого автомобіля туриста.

В залежності від територіального охоплення маршруту круїзи поділяються на:

- внутрішні – такі, що здійснюються у межах територіальних вод однієї держави;
- зовнішні (міжнародні) – морські подорожі за маршрутом, що включає порти двох або більше країн.

Залежно від програми берегового відпочинку прийнято розрізняти дві системи організації круїзів – європейську (передбачає подорожі по морю із заходом у різні порти з наданням в них екскурсійної програми) й американську (надання можливості пасажиром, що знаходиться у круїзі, відпочивати на пляжах у пунктах заходу судна).

Міжнародні подорожі водними шляхами здійснюються в рамках міждержавних угод, Афінської «Конвенції про перевезення морем пасажирів і багажу», Міжнародної «Конвенції про охорону людського життя на морі» (Лондон, 1974 р.), Міжнародної «Конвенції про уніфікацію деяких правил при перевезенні морем пасажирів та їх багажу» (Брюссель, 1967 р.).

Подорожі внутрішніми водними артеріями регламентуються Водним кодексом України та Статутом внутрішнього водного транспорту.

При перевезенні пасажирів на регулярних лініях на протязі рейсу судна діє один вид договору – договір перевезення пасажирів морським або річковим транспортом. Укладання договору на перевезення пасажирів засвідчується квитком, а на перевезення багажу – вантажно-багажною квитанцією. У квитку для проїзду на регулярних лініях указується: прізвище та ім'я пасажирів; порти відправлення і призначення; дата і час відправлення судна; найменування судна; номер каюти і місця; вартість проїзду; дата видачі квитка.

## ЗАВДАННЯ

1. Розробити та відобразити на карті маршрут круїзного лайнера (за варіантами, табл. 8).
2. Підготуйте доповідь про історію заснування та діяльність компанії, яка володіє круїзними суднами певного класу (за варіантами, табл. 9).
3. Заповніть таблицю переваг та недоліків використання різних видів транспорту в туризмі (табл. 10).

Таблиця 8

## Круїзні напрямки

	Маршрут		Маршрут
1	Грецькими островами	12	Імперія інків – США - Чилі
2	Західним Середземномор'ям	13	Південно-Східна Азія
3	Східним Середземномор'ям	14	Круїз Чорним морем
4	Трансатлантичний круїз із Майамі до Барселони	15	Круїз Азовським морем
5	Круїз норвезькими фьордами	16	Круїз Балтійським морем
6	Середземномор'я із Барселони до Венеції	17	Круїз Карибськими островами
7	Іспанія, Марокко, Канарські острови	18	Круїз на Аляску
8	Гавайські острови	19	Круїз річкою Дунай
9	Італія та Адріатичне море	20	Круїз річкою Рейн
10	Адріатичне та Егейське моря	21	Круїз річкою Ніл
11	Іспанська серенада	22	Круїз річкою Дніпро

Таблиця 9

## Компанії, які володіють круїзними суднами

№ з/п	Клас судна	Компанія	№ з/п	Клас судна	Компанія
1	Стандарт	Carnival Cruises	11	Преміум	Celebrity Cruises
2		Royal Caribbean International	12		Holland America Line
3		Norwegian Cruise Line	13		Windstar Cruises
4		Princess Cruises	14		Azamara Cruises
5		Thompson's Cruises	15		Celebrity Cruises
6		Costa Cruises	16	Люкс	Crystal Cruises
7		Star Clipper	17		Canard Line
8		Star Cruises	18		Radisson Seven Seas Cruises
9		Royal Olympic Cruises	19		The Yachts of Sea bourn
10		Orient Line	20		Sea Drem Yacht Club

Таблиця 10

## Переваги та недоліки видів транспорту

Вид транспорту	Переваги	Недоліки
Залізничний		
Автомобільний		
Повітряний		
Водний		

## ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Що включає перевезення туристів водним транспортом?
2. Перерахуйте основні переваги та недоліки водного транспорту.
3. Яким чином можна класифікувати засоби морських пасажирських перевезень за функціональним призначенням?
4. Кому належить ідея морських подорожей по системі круїзу?
5. Назвіть популярні круїзні маршрути світу.

6. Якими нормативно-правовими актами регулюються подорожі водними шляхами?

## Практичне заняття 7

### ЗАКЛАДИ РОЗМІЩЕННЯ ТУРИСТІВ

**Мета:** набути знань про типи закладів розміщення, системи їх класифікації, режими експлуатації, службу управління номерним фондом, вимоги до персоналу.

#### Теоретичні відомості

Закладами розміщення туристів є будь-які об'єкти, в яких туристам епізодично чи регулярно надають місце для ночівлі.

Заклади розміщення поділяють на два основні типи: 1) *основні* або *традиційні* (готелі, пансіонати, турбази, мотелі тощо), до яких належать підприємства, що цілорічно надають комплекс послуг гостинності, поєднуючи в процесі обслуговування капітальні основні фонди та кваліфіковану працю; 2) додаткові (кемпінги, молодіжні табори та туристичні села, студентські гуртожитки, тимчасові орендовані помешкання тощо), що працюють сезонно і надають обмежену номенклатуру послуг, використовуючи переважно некапітальні будівлі або пристосовані приміщення.

Комплекс послуг гостинності гарантованої якості надає *готель* – комерційне підприємство, спеціалізоване на наданні послуг розміщення, харчування та інших додаткових послуг, що забезпечують безпечну й комфортну життєдіяльність людині, яка тимчасово перебуває поза місцем постійного проживання.

Єдиної системи класифікації готелів не вироблено. У різних країнах використовують різні системи, яких на сьогодні існує понад тридцять. Найпоширенішими системами класифікації є:

- система зірок, що застосовується у Франції, Австрії, Угорщині, Єгипті, Китаї, Росії, Україні та інших країнах (від \* до \*\*\*\*\*);
- система букв, що використовується в Греції (А, В, С, D);
- система «корон», чи «ключів», характерна для Великої Британії;
- система розрядів та ін.

За режимом експлуатації розрізняють готелі цілодобової, сезонної та змішаної дії. За місцем розташування виділяють готелі, розміщені в місті, готелі, розміщені за містом, придорожні готелі (мотелі), готелі на воді (готелі) та ін.

За кількістю спальних місць (місткістю) розрізняють готелі: малі – менше 100 місць, середні – від 100 до 250 місць, великі – 250-500 місць, дуже великі – до 1000.

За рівнем, асортиментом і вартістю послуг готельні підприємства поділяють на: – дешеві готелі, чи готелі з обмеженим сервісом, пропонують мінімум послуг, хоча деякі підприємства надають досить широкий набір послуг, але середнього рівня обслуговування;

– готелі «люкс» мають фешенебельний декор і ексклюзивні меблі, добре обладнані салони і громадські приміщення, численний персонал (його співвідношення з кількістю номерів іноді досягає 1:1).

**Готель «люкс»** налічує в середньому від 100 до 400 номерів (є й малі готелі такого класу), розташований, як правило, у центрі міста, характеризується високим рівнем обслуговування добре навченого персоналу, високою ціною за проживання, має дорогий декор приміщень, комфортні умови для проживання. Гостями таких готелів, як правило, є керівники великих підприємств, професіонали високого рівня, учасники конференцій тощо.

**Готель високого класу** може включати від 400 до 2000 номерів, розташований у межах міста, пропонує широкий набір послуг, наданий навченим персоналом за цінами, вищими за середні, й орієнтований здебільшого на прийом бізнесменів, індивідуальних туристів, учасників конференцій тощо.

**Готелі середнього рівня** можуть бути різного розміру і місця розташування, вони прагнуть максимально використовувати сучасну технологію, знижуючи експлуатаційні витрати, отже, і ціни, дотримуються середнього в регіоні рівня цін.

**Апарт-готель** має від 100 до 400 номерів (квартирного типу з кухнею) з умовами, аналогічними умовам мебльованих кімнат із варіантом самообслуговування, і орієнтований переважно на бізнесменів і сімейних туристів, що зупиняються на тривалій термін.

**Готель економічного класу** може мати від 10 до 150 номерів, розташований, як правило, поблизу міста, штат персоналу є невеликим, пропонує невисокі ціни і сучасні, добре обладнані номери, але без послуг харчування. Споживачами є переважно ділові люди й індивідуальні туристи, які не потребують повного пансіону і прагнуть фактичної оплати за спожиті послуги.

**Мотель**, чи готель для туристів, які подорожують автомобілем, має від 150 до 400 номерів, розташований у передмісті, на автодорогах при в'їзді в місто, пропонує середній рівень обслуговування за середньою ціною при невеликому штаті персоналу і з наданням послуг харчування, як правило, у кафетерії чи їдальні.

**Курортний готель** зазвичай має 100-500 номерів, розташований на березі моря, озера, океану, поблизу гір, пропонує повний набір послуг, більший, ніж у міському готелі, за цінами, вищими за середні. Має велику кількість спортивних споруд, дорогі ресторани, банкетні зали, приміщення для зустрічей і орієнтований на різні категорії туристів.

**Готель типу кондомініуму.** Його місткість – від 50 до 500 номерів, можуть бути й окремі будівлі на 4-5 номерів. номери типу квартир і спортивних споруд є аналогічними курортним готелям. Квартири в цих готелях призначені для обслуговування клієнтів, які перебувають у відпустках і на канікулах.

За функціональним призначенням у готелі виділяють групу приміщень вестибюля, житлову частину, приміщення для харчування гостей, приміщення торгово-побутового обслуговування, приміщення для розваг, приміщення для занять спортом, службові та побутові приміщення, технічні приміщення.

До основних служб, які є в будь-якому готелі, належать: 1) служба управління номерним фондом, 2) адміністративна служба, 3) служба



громадського харчування, 4) комерційна служба, 5) інженерні служби, б) допоміжні та 7) додаткові служби.

**Служба управління номерним фондом** займається бронюванням номерів, прийомом туристів, їхньою реєстрацією та розміщенням у номерах, обслуговуванням туристів у номерах, підтриманням належного санітарно-гігієнічного стану номерів, надає клієнтам побутові послуги.

**Адміністративна служба** відповідає за організацію управління всіма службами готельного комплексу. Ця служба вирішує питання фінансів, кадрового забезпечення, створює та підтримує належні умови праці для персоналу готелю, контролює дотримання встановлених норм і правил з охорони праці, техніки безпеки, протипожежної та екологічної безпеки.

**Служба громадського харчування** забезпечує обслуговування клієнтів у ресторанах, барах чи кафе готелю, організовує та обслуговує банкети, презентації тощо.

**Комерційна служба** аналізує результати господарської та фінансової діяльності, провадить оперативне та стратегічне планування.

**Інженерні служби** створюють умови для функціонування систем кондиціонування, тепло-забезпечення, електротехнічного устаткування, служб ремонту, систем телебачення та зв'язку.

**Допоміжні служби** – це пральні, служби білизни, служби прибирання приміщень тощо.

**Додаткові служби** надають платні послуги, до яких входять перукарня, басейн, сауна, солярій та інші підрозділи.

Вимоги до персоналу готелів можна умовно поділити на групи: 1) кваліфікація, 2) поведінка, 3) медичні вимоги, 4) уніформа.

Обслуговуючий персонал повинен бути професійно підготовленим. Ступінь підготовки має відповідати рівневі тих послуг, які вони надають. Залежно від категорії готелю працівники повинні володіти іноземними мовами. У п'ятизіркових готелях усі працівники, які контактують із клієнтами, повинні володіти трьома іноземними мовами.

Персонал готелів усіх категорій повинен уміти створювати атмосферу гостинності, добросовісно виконувати прохання клієнтів, бути ввічливим, уважним, толерантним, стриманим.

Персонал усіх категорій готелів, який безпосередньо пов'язаний із обслуговуванням клієнтів, повинен проходити медичне обстеження в установленому порядку, результати якого відображаються в особистих медичних книжках (їх пред'являють на вимогу представників органів контролю).

Персонал усіх категорій готелів повинен носити уніформу, а в деяких випадках і бейджик, на якому вказано посаду, ім'я та прізвище працівника. Форма завжди повинна бути чистою та охайною.

У готельних комплексах будь-якої категорії повинні бути створені окремі умови для відпочинку та харчування персоналу.

## ЗАВДАННЯ

1. Надайте характеристику категоріям готелей певної країни.
2. Проведіть порівняльний аналіз п'яти готелей різного рівня за типами номерів, пляж, технологіями мережі, розвагами, харчуванням, інфраструктурою, послугами для дітей, спортивним обладнанням, наявністю басейнів, тощо та вартістю послуг у них (за варіантами, табл. 11).

Таблиця 11

### Перелік країн

	Країна		Країна
1	Словенія	12	Індія
2	Єгипет	13	Мексика
3	Австрія	14	Шрі-Ланка
4	Китай	15	Таїланд
5	Греція	16	Норвегія
6	Великобританія	17	Португалія
7	США	18	Бразилія
8	Італія	19	Саудівська Аравія
9	Ізраїль	20	Марокко
10	Іспанія	21	Аргентина
11	Швейцарія	22	Україна

## ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Які засоби розміщення відносять до основних?
2. В чому різниця між готелем класу «люкс» та апарт-готелем?
3. За функціональним призначенням які групи приміщень виділяють у готелі?
4. Які основні служби є у будь-якому готелі?
5. Назвіть основні вимоги до персоналу готелей.

## Практичне заняття 8

### ОРГАНІЗАЦІЯ ХАРЧУВАННЯ ТУРИСТІВ

**Мета:** ознайомитися з типами закладів харчування, їх розподілом за виробничо-технологічним принципом, організацією та методами обслуговування туристів, планами харчування.

#### Теоретичні відомості

Підприємства масового чи громадського харчування є невід'ємною складовою процесу прийому та обслуговування туристів, елементом структури індустрії туризму.

Харчування має відповідати вимогам безпеки, гарантованим дотриманням санітарно-гігієнічних вимог до якості продуктів і технології їх приготування, а

також органолептичним вимогам (запах, колір, консистенція, смак, оформлення страви тощо).

Послуги харчування – це послуги з виготовлення кулінарної продукції, її реалізації та організації споживання відповідно до типу і класу закладу: ресторан, бар, кафе, кафетерій, закусочна, їдальня тощо.

Усі заклади харчування за виробничо-технологічним принципом поділяють на заготівельні або підприємства харчування повного технологічного циклу: від заготівлі продуктів до приготування готових страв та організації їх споживання; та доготовочні, або підприємства зі скороченим технологічним циклом, які працюють на напівфабрикатах, що поставляються в мережу доготовочних закладів для організації споживання.

Основним закладом для організації харчування туристів є *ресторан* – заклад харчування, який надає відвідувачам широкий асортимент страв складного приготування за індивідуальним замовленням.

Організація обслуговування туристів може бути в досить широкому діапазоні: від повного обслуговування офіціантами до самообслуговування.

Основними методами обслуговування є:

а) обслуговування **a la carte** (а ля карт) з вільним вибором страв, коли офіціант може надати поради клієнтам щодо вибору страв чи напоїв; широко використовується в ресторанах та інших закладах харчування високих категорій;

б) **a part** (а парт) або обслуговування у встановлений проміжок часу; часто використовується в курортних готелях;

в) **table d'hote** (табльдот) – обслуговування туристів в один і той же час за одним і тим же меню; часто використовується в закладах розміщення з обмеженими можливостями кухні (будинки відпочинку, пансіонати);

г) «**шведський стіл**», коли страви дрібними порціями виставляються на загальний стіл і турист може вибрати собі за смаком більшу кількість страв, ніж при обслуговуванні за іншими формами.

Візитівкою ресторану називають його меню. Слово «menu» в перекладі з французької означає перелік страв та напоїв, які є в продажу протягом роботи ресторану. Асортимент страв меню, а також співвідношення «фірмових» та «чергових» страв відповідають категорії ресторану: чим вища категорія закладу харчування, тим більше в його меню «фірмових» страв і напоїв.

У карті меню страви та напої розташовуються в такій послідовності: 1) фірмові страви; 2) закуски (холодні, гарячі); 3) супи; 4) основні страви (окремо рибні, м'ясні, вегетаріанські); 5) солодке; 6) напої (безалкогольні, гарячі, алкогольні).

**Кафетерій** – підприємство, в асортименті напоїв якого обов'язково є кава декількох найменувань, а також спиртні напої – ром, лікер, коньяк, які подаються до кави.

У кафетерії готуються і реалізуються для споживання на місці гарячі та холодні напої, хлібобулочні й кулінарні вироби нескладного приготування в обмеженому асортименті, а також деякі куповані товари. У меню включаються гарячі напої (кава, чай, гарячий шоколад), холодні напої (кава глясе, молочні коктейлі), борошняні кондитерські та кулінарні вироби, гарячі страви.

**Кафе** – заклад ресторанного господарства з широким асортиментом страв нескладного приготування, кондитерських виробів і напоїв, в якому застосовується самообслуговування або обслуговування офіціантами.

Розрізняють кілька видів кафе:

1) кафе-кондитерська – підприємство, яке, крім кави, реалізує різноманітний асортимент (до 15 найменувань) кондитерських виробів;

2) кафе-морозиво – підприємство, в асортименті якого багато видів морозива, гарячі напої, фруктові-ягідні соки, мінеральна вода, спиртне (коньяк, ром, лікер, шампанське). Можливе обслуговування як за допомогою офіціанта, так і самообслуговування.

У вітринах кафе, як правило, виставлені кондитерські вироби, які можна вибрати самому.

**Їдальня** – підприємство харчування, яке готує і реалізує продукцію переважно власного виробництва. Їдальні працюють у готелях першого класу, іноді на курортах, на підприємствах, у навчальних закладах. Це досить великі за площею підприємства харчування.

Такі заклади часто пропонують комплексні меню, циклічні меню, а також повний раціон: сніданок, обід, вечерю. Закуси подаються за принципом «шведського столу», а одну основну страву можна вибрати на роздачі.

**Піцерія** – підприємство, яке спеціалізується на приготуванні та реалізації для споживання на місці піци. Італійська піца стала настільки популярною, що численні піцерії, де туристи можуть недорого поїсти, відкриті по всьому світі.

Основне призначення **буфету** – швидке обслуговування відвідувачів, які можуть одержати холодні закуски, бутерброди, гарячі й охолоджені напої, хлібобулочні, кондитерські вироби. У буфеті реалізуються також гарячі страви нескладного приготування (котлети, сосиски). Такі буфети організовуються як у готелях, так і при бензозаправних станціях на швидкісних трасах.

**Кавова крамниця, чи кав'ярня**, – підприємство харчування з обмеженим асортиментом, яке спеціалізується головним чином на приготуванні кави. В асортименті кав'ярні великий вибір кави, чай, а також кондитерські вироби. Не виключені спиртні напої. Кондитерські вироби можуть готуватися на місці чи замовлятися в постачальника. Іноді можуть готуватися нескладні страви, бутерброди і сендвічі.

**Бари** є в усьому світі. Це спеціалізовані підприємства швидкого обслуговування, призначені для реалізації напоїв у різноманітному асортименті. У барі можуть реалізуватися кондитерські вироби, а іноді навіть закуски і гарячі страви. Головне призначення бару – дати гостям можливість відпочити в затишному інтер'єрі, послухати музику чи подивитися футбольний матч.

**Кейтеринг** – це обслуговування найчастіше поза межами приміщення підприємств харчування. У країнах Східної Європи йому відповідає комплексне обслуговування. Розрізняють кейтеринг у приміщенні, кейтеринг поза приміщенням, індивідуальний кейтеринг, роздрібний продаж. До кейтерингу можна віднести продаж прохолодних напоїв і бутербродів на спортивній арені, а також продаж через автомати сигарет, печива, соків у пакетах і газованих напоїв.

Як свідчить міжнародна практика туризму, харчування пов'язано з розміщенням. Найчастіше в багатьох готелях світу в готельний тариф входить

вартість сніданку, який організовується в готельному ресторані чи буфеті. За бажанням чи відповідно до програми туру туристу може надаватися номер у комплексі з триразовим, дворазовим чи одноразовим харчуванням.

Розрізняють:

1) американський план (American Plan, AP) – готельний тариф, який включає вартість розміщення і триразового харчування;

2) модифікований американський план (Modified American Plan, MAP) – готельний тариф, який включає вартість розміщення і дворазового харчування (сніданок і обід чи сніданок і вечеря);

3) континентальний план (Continental Plan) – готельний тариф, який включає вартість розміщення і континентального сніданку. Континентальний план ще називають «постіль і сніданок» (bed and breakfast, BB). Згідно з таким планом, туристу надається континентальний сніданок – легкий сніданок, що складається з кави чи чаю, булочки, масла і джему. У деяких країнах він може бути доповнений, наприклад, склянкою соку (в Італії), сиром (у Голландії) або рибою (у Норвегії);

4) європейський план (European Plan, EP) – готельний тариф, який включає тільки вартість розміщення (без вартості харчування);

5) бермудський план (Bermuda Plan, BP) – готельний тариф, який включає вартість розміщення і повного сніданку, що називається ще англійським сніданком і складається з фруктового соку, вівсяної каші чи муслів, яєчні чи омлета із шинкою, грінок, масла, джему і кави чи чаю.

У готелях, які працюють за принципами клубного відпочинку, часто використовується така форма, як All inclusive – все включено у вартість, коли протягом дня пропонується не тільки триразове харчування, а й безплатні закуски, напої, навіть алкогольні.

Використання американського плану готельного обслуговування вимагає обліку ряду організаційних моментів. Так, у даному випадку надзвичайно важлива точна фіксація часу приїзду і від'їзду клієнтів, тому що від цього залежить здійснення звичних розрахунків. Для цього ж на реєстраційних картках і готельних рахунках, крім часу прибуття і вибуття, проставляють спеціальні «коди харчування».

Наприклад, код «**У**» означає, що клієнт прибув у готель до сніданку. Відповідно за часом у день прибуття він встиг одержати повне триразове харчування. «**L**» – прибув до ланчу, тобто одержав дворазове харчування; «**D**» – тільки вечеря; «**R**» – у день приїзду тільки номер без харчування. Використовується ще код «**SL**» (sleep – ночівля) – клієнт прибув пізно ввечері, – який, власне кажучи, рівносильний коду «**R**».

Подібного роду інформація, що міститься в кодах, враховується при остаточному розрахунку. Аналогічні коди використовуються і при реєстрації часу від'їзду: «**У**» – відбув після сніданку, «**L**» – після обіду, «**D**» – після вечері, специфічний код «**BB**» – відбув до сніданку, тобто в день від'їзду харчування не одержував.

Харчування туристам надається як у місцях розміщення і перебування, так і вздовж усього маршруту під час переїздів на автобусному і залізничному транспорті, під час польотів на повітряному транспорті чи подорожей по воді.

## ЗАВДАННЯ

Підготуйте доповідь та мультимедійну презентацію щодо організації громадського харчування туристів у певній країні (за варіантами, табл. 12) за наведеним нижче планом:

1. Стан розвитку підприємств харчування в країні.
2. Особливості функціонування ресторанних ланцюгів у країні (вказати підприємства яких ресторанних ланцюгів найбільш популярні в даній країні, навести стисло характеристику цих ланцюгів і вказати особливості їх функціонування).
3. Розробити та обґрунтувати маршрут найбільш популярними для туристів закладами харчування країни, нанести його на карту.
4. Список використаної літератури.

Таблиця 12

### Перелік країн

	Країна		Країна
1	Австрія	12	Туреччина
2	Бельгія	13	Угорщина
3	Болгарія	14	Фінляндія
4	Великобританія	15	Чехія
5	Греція	16	Австралія
6	Кіпр	17	Японія
7	Мальта	18	Швейцарія
8	Нідерланди	19	Філіппіни
9	Німеччина	20	Індонезія
10	Норвегія	21	Вірменія
11	Польща	22	Ізраїль

## ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Дайте визначення поняттю «послуга харчування».
2. Які заклади харчування виділяють за виробничо-технологічним принципом? Наведіть приклади.
3. Назвіть основні методи обслуговування туристів та їх особливості.
4. За якими показниками їдальня відрізняється від кафе?
5. Надайте характеристику бермудському плану харчування.
6. Обслуговування туристів найчастіше поза межами приміщення підприємств харчування має назву...
7. Особливості послуг харчування, що надають туристам.
8. Загальні вимоги до підприємств харчування.
9. Фактори, що впливають на якість обслуговування туристів на підприємствах харчування.

## Практичне заняття 9

### ПОСЛУГИ ДОЗВІЛЛЯ ТУРИСТІВ

**Мета:** ознайомитися з напрямками та видами анімації для відпочиваючих, функціями туристської анімації, функціональними обов'язками фахівців з анімації, класифікаціями програм дозвілля.

#### Теоретичні відомості

Організацією дозвілля в туристичних комплексах займається спеціальна служба, яка називається «анімаційною». Саме наявність такої служби, її матеріально-технічне оснащення, кадрове забезпечення залежать від статусу та ролі туристичного комплексу на ринку анімаційно-туристичних послуг, його комерційного успіху та перспектив розвитку.

Виділяють наступні напрямки розвитку анімації в туризмі:

1) створення спеціальних музеїв та парків, організація костюмованих балів, шоу, свят та інших дійств за конкретними сценаріями (створення спеціалізованого турпродукту);

2) анімація – оживлення програм дозвілля туристів в місцях тривалого відпочинку – курортних готельних комплексах, туристських центрах, туристичних селищах (holiday villages – HV-1) і базах, на круїзних судах тощо.

У сфері гостинності сформувалися наступні види анімації, які задовольняють різні потреби відпочиваючих.

*Анімація в русі* – задовольняє потреби сучасної людини в русі шляхом залучення її до участі в рухливих спортивних іграх, заняттях аеробікою, відвідування дискотек і просто заняттю елементарною фіззарядкою.

*Анімація через спілкування* – задовольняє потребу людини в спілкуванні з іншими людьми.

*Анімація через залучення до культури* – задовольняє потребу людей у духовному розвитку за допомогою відвідування музеїв, пам'ятників культури, історії й архітектури, покупки сувенірів.

*Творча анімація* – задовольняє потребу людини у творчості, у спілкуванні з людьми, близькими за духом, за професією, шляхом диспутів, обміні інформацією, взаємозбагачення один одного.

*Реабілітаційна анімація* – задовольняє потребу людини в психологічному розвантаженні від повсякденної утоми за допомогою контакту з природою, участі в турпоходах, морських прогулянках тощо.

Готельна анімація – комплексна рекреаційна послуга, заснована на особистих людських контактах туристського аніматора з туристом та їх спільною участю в розвагах, пропонованих анімаційною програмою туркомплексу – має свої особливості: проектується, організується і проводиться самим готелем, туркомплексом згідно зі споживчим інтересом.

В практиці анімаційної справи для цільового конструювання анімаційних програм виділяють наступні функції туристської анімації:

- адаптаційна – дозволяє перейти від повсякденної обстановки до вільної;
- компенсаційна – звільняє людину від фізичної і психічної втоми повсякденного життя;
- стабілізуюча – створює позитивні емоції, стимулює психічну стабільність;
- оздоровча – спрямована на відновлення і розвиток фізичних сил людини, ослаблених у повсякденному житті;
- інформаційна – дозволяє одержати нову інформацію про країну, регіон, людей і т.д.;
- освітня – дозволяє придбати і закріпити в результаті яскравих вражень нові знання про навколишній світ;
- вдосконалююча – приносить інтелектуальне і фізичне удосконалення;
- рекламна – надає можливість через анімаційні програми зробити туриста носієм реклами про країну, регіон, туристський комплекс, готель, туристську фірму і т.д.;
- холістична – вносить різноманітність та радість в повсякденне життя людини, створюючи атмосферу свята.

У загальних рисах сутність стратегії професійної підготовки аніматорів полягає в наступному:

- ❖ підготовка фахівців з урахуванням потреб туристських підприємств;
- ❖ розробка нових навчальних курсів, які забезпечують якість підготовки фахівців;
- ❖ використання в процесі навчання нових освітніх технологій;
- ❖ збільшення числа практичних занять, стажувань для відпрацювання на практиці навиків розробки і реалізації анімаційних програм для різних категорій відпочиваючих.

**Анімаційна послуга** – це така ж послуга суб'єкта туристської діяльності, як послуги з розміщення, харчування, інформаційно-рекламного обслуговування тощо, які спрямовані на задоволення потреб туристів.

Анімаційна послуга дозволяє залучити туриста до активних дій шляхом особистого контакту аніматора з туристом. Взаємодія туриста з аніматором здійснюється відповідно до заздалегідь розробленої програми.

Функціональні обов'язки фахівців наступні:

- головний менеджер служби анімації – керівник анімаційної команди;
- художній керівник – укладач і організатор денних і вечірніх шоу-програм, відповідальний за якість виконання цих заходів;
- хореограф забезпечує танцювальну підготовку учасників денних танцювальних програм і вечірніх шоу-програм;
- шеф-аніматор відповідає за якість роботи аніматорів, які підкоряються безпосередньо йому;
- декоратор забезпечує шоу-програми декорацією;
- костюмер забезпечує учасників анімаційної програми костюмами;



- шеф спортивної анімації несе відповідальність за складання і проведення спортивних програм;

- аніматори – виконавці анімаційних програм.

Програми дозвілля в туристичних комплексах можна умовно класифікувати за такими ознаками:

- ✓ місцем проведення – паркові, клубні, готельні;
- ✓ віком учасників – дитячі, юнацькі, молодіжні, для дорослих, пенсіонерів;
- ✓ радіусом дії – районні, місцеві, муніципальні, міжнародні.

Загально визнаною вважається класифікація програм дозвілля за **напрямами діяльності**:

- ✓ рекреаційно-оздоровчі (дискотеки, танцювальні вечори, розважальні програми та вечірні шоу, карнавали, рибальство, ігрові конкурси, спортивні змагання);
- ✓ спортивні (мандрівки, змагання, велоспорт, плавання, екскурсії, подорожі);
- ✓ культурно-мистецькі (вистави, виставки, концерти, вернісажі, фольклорні акції, художні програми, відвідування музеїв, галерей);
- ✓ просвітні (лекції, заняття за інтересами, зустрічі, інтелектуальні ігри, вікторини, фестивалі).

## ЗАВДАННЯ

1. Підготувати доповідь та мультимедійну презентацію про розвиток масових святкувань й видовищ у певній країні (за варіантами, табл. 13).
2. Скласти графік роботи аніматора у закордонній країні.
3. Розробити анімаційний захід за планом:
  - a) назва програми;
  - b) вікова категорія відпочиваючих;
  - c) застереження щодо національної та релігійної сумісності;
  - d) мета проведення даного заходу;
  - e) сценарій (введення, основна частина, закінчення).

Таблиця 13

### Перелік країн

	Країна		Країна
1	Стародавня Греція	12	Мексика
2	Древній Рим	13	Бразилія
3	Україна	14	Португалія
4	Росія	15	Японія
5	Нідерланди	16	Угорщина
6	Польща	17	США
7	Китай	18	Аргентина
8	Індія	19	Канада
9	Ірландія	20	Колумбія
10	Іспанія	21	Куба
11	Італія	22	Швеція

## **ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ**

1. Назвіть основні напрямки розвитку анімації в туризмі.
2. Які потреби особистості задовольняє анімація через залучення до культури?
3. Назвіть та охарактеризуйте основні функції туристської анімації.
4. Надайте визначення «анімаційній послугі».
5. Перерахуйте фахівців, які приймають участь у створенні анімаційної програми, та їх функціональні обов'язки.
6. Наведіть приклади програм дозвілля спортивним напрямом діяльності.

## **ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ**

### **СЕМІНАР 1. ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДАННЯ МЕНЮ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ**

1. Типовий денний раціон японців та страви, які не доречно включати до меню.
2. Типовий денний раціон американців та страви, які не доречно включати до меню.
3. Типовий денний раціон італійців та страви, які не доречно включати до меню.
4. Типовий денний раціон французів та страви, які не доречно включати до меню.
5. Типовий денний раціон англійців та страви, які не доречно включати до меню.
6. Типовий денний раціон німців та страви, які не доречно включати до меню.
7. Типовий денний раціон турків та страви, які не доречно включати до меню.
8. Типовий денний раціон індусів та страви, які не доречно включати до меню.
9. Типовий денний раціон іспанців та страви, які не доречно включати до меню.
10. Типовий денний раціон китайців та страви, які не доречно включати до меню.
11. Типовий денний раціон азербайджанців та страви, які не доречно включати до меню.
12. Типовий денний раціон шведів, норвежців, датчан та страви, які не доречно включати до меню.
13. Типовий денний раціон арабів та страви, які не доречно включати до меню.
14. Типовий денний раціон індонезійців та страви, які не доречно включати до меню.

## СЕМІНАР 2. СИСТЕМИ КЛАСИФІКАЦІЇ ГОТЕЛІВ

1. Класифікація готелів Італії.
2. Класифікація готелів Австрії.
3. Класифікація готелів Єгипта.
4. Класифікація готелів Ізраїлю.
5. Класифікація готелів Іспанії.
6. Класифікація готелів Греції.
7. Класифікація готелів США.
8. Класифікація готелів Великобританії.
9. Класифікація готелів Данії, Швеції, Норвегії.
10. Класифікація готелів Китаю.
11. Класифікація готелів Індії.

## ПОНЯТІЙНО-ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

### А

**Аварійно-рятувальні роботи** – система заходів, спрямованих на своєчасне подання допомоги потерпілим.

**Авіаційний персонал** – особовий склад авіаційного підприємства, організації, підрозділу, навчального закладу, що складається з авіаційних спеціалістів за професійною ознакою.

**Авіація як галузь** – усі види підприємств, організацій та установ, діяльність яких спрямована на створення умов та використання повітряного простору людиною за допомогою повітряних суден.

**Автосафарі-туризм** – один з різновидів туризму, який має на меті відвідання важкодоступних та незаселених районів країн світу.

**Акваторія морського порту** (портова акваторія) – визначена межами частина водного об'єкта (об'єктів), крім суднового ходу, призначена для безпечного підходу, маневрування, стоянки і відходу суден.

**Анімація** – комплекс туроперейтинга з розробки й надання спеціальних програм проведення вільного часу – досить часто проявляється в організації розваг і спортивного проведення дозвілля (додаткових анімаційно-сервісних програм) готелями, ресторанами, компаніями з надання транспортних послуг: спортивні ігри, змагання, танцювальні вечірки, карнавали, хобі, заняття, які входять у сферу духовних інтересів.

**Апарт-готель** має номерний фонд від 100 до 400 кімнат з умовами, аналогічними до мебльованих кімнат, за цінами, що залежать від сезону та варіантів самообслуговування. Такі готелі орієнтовані в основному на бізнесменів і сімейних туристів, які приїжджають надовго.

### Б

**Ботель** – готель на воді, який передбачає можливість використання різноманітних плавальних засобів для розміщення туристів.

**Бунгало** – будинок у вигляді легкої споруди з верандою.

### В

**Вагон безпересадковий** – пасажирський вагон, який прямує до станції призначення з перепричепленням на шляху прямування до двох чи більше поїздів разом з пасажирями, що перебувають у вагоні.

**Вагон пасажирський спеціальний** – пасажирський вагон, який у встановленому порядку призначений до курсування на замовлення будь-якої юридичної або фізичної особи для перевезення групи пасажирів, багажу чи вантажобагажу.

**Вагони пасажирські** – вагони, призначені для перевезення пасажирів (багажні, вагони-ресторани, службово-технічні).

**Валютний курс** – ціна грошової одиниці однієї країни, виражена в грошових одиницях іншої країни, яка встановлюється фінансовими органами шляхом котирування.

## Г

**Гарантоване резервування** – це бронювання зі спеціальним підтвердженням готелю про те, що він гарантує клієнту отримання замовленого ним номера.

**Готелі в центрі міста** – зазвичай, це висотні споруди із закритою стоянкою для автомобілів у самому готелі або поруч з ним.

**Готелі на воді** – плавальні засоби, які обладнано під готель для розміщення та відпочинку туристів на березі моря, річки або озера.

**Готелі на околиці міст і в аеропортах** – як правило, споруди мало- або середньоповерхові з відкритою стоянкою для автомобілів, закладами відпочинку та розваг, банкетними залами, залами для конференцій, нарад.

**Готель** – підприємство, потужність якого становить не менше 10 місць (номерів), яке гарантовано може забезпечити послуги розміщення й харчування (в обсязі не менше сніданку) та надати інші послуги за заздалегідь обумовлену плату.

**Готель високого класу** має від 400 до 2000 номерів. Як правило, такий готель розміщується в межах ділового центру міста, пропонує широкий набір послуг, має висококваліфікований персонал, пропонує послуги за цінами вище середнього рівня і орієнтований на бізнесменів, індивідуальних туристів, учасників конференцій.

**Готель економічного класу** може мати номерний фонд від 10 до 150 кімнат, розміщується поблизу центра міста, має невеликий штат персоналу, пропонує невисокі ціни при сучасних, добре обладнаних кімнатах, але без послуг харчування.

**Готель середнього рівня** може мати різні розміри залежно від місцеположення, максимально використовує сучасні технології для зниження експлуатаційних витрат. Відповідно, ціни в таких готелях утримуються на середньому в регіоні рівні.

**Готель типу кондомініум (тайм-шер)**. Його розмір може коливатися від 50 до 250 кімнат, можуть бути окремі споруди на 4-5 кімнат. Має номери типу квартир і спортивні споруди аналогічні курортним.

**Готель-люкс** – має від 100 до 400 номерів, розташовується, як правило, у центрі міста, характеризується високим рівнем обслуговування, кваліфікації персоналу, ціною, має вишукане оздоблення приміщень, розрахований на знавців, пропонує елітарні послуги для гостей, в основному керівників великих підприємств, професіоналів, учасників конференцій тощо.

## Д

**Дешеві готелі, або готелі з обмеженим сервісом** – пропонують мінімум послуг і середній рівень обслуговування.

**Додаткові туристсько-екскурсійні послуги** – послуги, які не передбачено ваучером, або путівкою, які доводяться до споживача в режимі його вільного вибору.

## Е

**Екіпаж повітряного судна** – особи авіаційного персоналу, яким у встановленому порядку доручено виконання певних обов'язків з керування і обслуговування повітряного судна при виконанні польотів.

**Експлуатант** – особа, організація або підприємство, що експлуатує повітряні судна чи пропонує свої послуги в цій галузі.

## З

**Зал очікування** – спеціально обладнане приміщення вокзалу, призначене для тимчасового перебування пасажирів, які очікують відправлення чи прибуття поїзда.

**Зал очікування підвищеного комфорту** – зал очікування, у якому передбачені комфортні умови перебування пасажирів (підвищеної якості стільці, журнальні столики, преса, телевізор).

**"Зелена картка"** - це система міжнародних угод про обов'язкове страхування громадянської відповідальності автовласника. Свою назву вона отримала за кольором і формою страхового полісу.

## І

**Індустрія туризму** – сукупність взаємопов'язаних галузей і видів діяльності, цільовим призначенням яких є організація споживання специфічного туристичного продукту.

## К

**Камера схову** – спеціально обладнане приміщення для короткочасного зберігання ручної поклажі, багажу пасажирів.

**Караванінг-туризм** – різновид автомобільного туризму з проживанням в автофургонах або автопричепках.

**Каса багажна** – окреме спеціально обладнане приміщення для оформлення перевезення багажу та вантажобагажу.

**Каса квиткова** – спеціально обладнане приміщення для оформлення проїзду пасажирів та повернення платежів за невикористані проїзні документи.

**Кемпінги** – табори для автотуристів, які служать для ночівлі або нетривалого відпочинку.

**Кемпінги, туристські бази, хатини (хижі)** – засоби розміщення, які розташовуються в мальовничих місцевостях відпочинку туристів і мають всі необхідні зручності.

**Керівник організованої групи дітей** – відповідальна особа, призначена організатором перевезення дітей для їх супроводження.

**Керівник туристської групи** – особа, що є представником суб'єкта туристичної діяльності і виступає від його імені.

**Купе змішане** – купе, у яке здійснено продаж проїзних документів для осіб незалежно від статі (чоловічої, жіночої).

**Купе сімейне** – спеціально обладнане купе вагона з місцями для лежання, продаж проїзних документів у яке здійснюється як для трьох осіб, що здійснюють поїздку разом.

**Купе чоловіче (жіноче)** – купе, у яке здійснюється продаж проїзних документів тільки для осіб чоловічої (жіночої) статі.

**Курортний готель** може мати розмір 100–500 номерів, розташовується на березі моря, океану, озера, у гірській місцевості, зазвичай віддалений від міста. Тут пропонується повний набір послуг, більший, ніж у міському готелі, за цінами вище середніх.

## М

**Маркетинг** – включає систему управління та організації діяльності підприємств, які надають окремі послуги (розміщення, харчування, організація дозвілля тощо) або їх комплекс щодо розробки нових, більш ефективних видів туристично-екскурсійних послуг, їх виробництва та збуту з метою отримання прибутку на основі підвищення якості продукту (послуг) і урахування процесів, які відбуваються на світовому туристичному ринку.

**Маршрут замкнений** – шлях прямування із транспортуванням туристів до місця призначення і назад тим самим видом транспорту.

**Маршрут кільцевий** – шлях подорожі, який починається і закінчується в тому самому географічному пункті перебування.

**Маршрут лінійний** – шлях прямування, початок і закінчення якого припадають на різні географічні пункти перебування.

**Маршрут похідний** – тур з обов'язковою участю в багато добових туристичних походах з різними активними способами пересування, тривалість яких становить не менше 25 % від тривалості туру.

**Маршрут радіальний** – шлях прямування, під час якого турист перебуває на туристичній базі (готелі), реалізуючи програму походів та екскурсій з одного туристичного центру (базиса).

**Маршрут туристичний самодіяльний** – шлях прямування групи туристів, мандрівників, який розробляється і організовується туристами самостійно. Туристи самі забезпечують його матеріальну базу, добровільно й самостійно здійснюють господарсько-побутове й туристичне обслуговування.

**Маршрутизація** – розробка та впровадження нового туристичного маршруту, що є складовою туристичного продукту, туру та однією з важливих функціональних складових туроперейтингової діяльності.

**Міжнародний туристичний ваучер** – унікальна система, яка вперше поєднала ваучер з офіційним платіжним документом у якості його інтегральної частини. Цей ваучер має такі переваги: гарантія отримання комісійних наперед; зменшення витрат при обміні валюти; скорочення паперової роботи та забезпечення бронювання навіть залізничних квитків.

**Мотель**, або готель, для туристів, які подорожують автомобілем, має розмір від 150 до 400 кімнат. Розташований, зазвичай, у приміській зоні, на автошляхах, при в'їзді в місто.

## О

**Організована група пасажирів** – належним чином зорганізована туристичною організацією або будь-якою юридичною чи фізичною особою група пасажирів у кількості 10 і більше осіб, які здійснюють спільну поїздку поїздом за однаковим маршрутом і з однією метою поїздки.

## П

**Пасажир транзитний** – пасажир, що здійснює поїздку з пересадками і має проїзні документи на виїзд з пунктів пересадки, оформлені в пункті першопочаткового відправлення.

**Перевізник (учасник перевізного процесу)** – суб'єкт господарювання, який відповідно до законодавства уклав договір перевезення з пасажиром, відправником вантажобагажу або замовником організованої групи пасажирів, та наступний(і) перевізник(и), що несе(уть) відповідальність на підставі даного договору.

**Підтвержене резервування** – бронювання, що підтвержене спеціальним повідомленням, яке готель висилає клієнту або туристичному підприємству.

**Пляжна зона** – прилегла до урізу води частина прибережної захисної смуги уздовж морів, навколо морських заток і лиманів з режимом обмеженої господарської діяльності;

**Повітряне судно** – літальний апарат, що тримається в атмосфері за рахунок його взаємодії з повітрям, відмінної від взаємодії з повітрям, відбитим від земної поверхні, і здатний маневрувати в тривимірному просторі.

**Поїзд денний** – поїзд, який сформований з вагонів, обладнаних місцями для сидіння 1-го, 2-го та 3-го класів з індивідуальною нумерацією.

**Поїзд додатковий** – пасажирський поїзд, не включений до поїздів цілорічного курсування.

**Поїзд комерційний** – пасажирський поїзд, призначений залізницею для перевезення пасажирів на замовлення юридичної або фізичної особи на договірних умовах.

**Поїзд міський** – поїзд, сформований з вагонів, призначених для перевезення пасажирів та ручної поклажі (багажу) у міському сполученні з визначеною кількістю місць для сидіння.

**Поїзд нічний** – поїзд, який сформований з вагонів, обладнаних місцями для лежання – СВ, купейних (К) та плацкартних (ПЛ), з індивідуальною нумерацією місць.

**Поїзд пасажирський** – поїзд, сформований з вагонів, призначених для перевезення пасажирів, багажу та вантажобагажу.

**Поїзд підвищеного комфорту** – пасажирський поїзд, сформований з вагонів типової або спеціальної конструкції, яким присвоєна категорія підвищеного комфорту.



**Послуга транспортна** – перевезення пасажирів та їх ручної поклажі в усіх категоріях пасажирських поїздів та перевезення багажу, вантажобагажу у багажних вагонах.

**Послуги розміщення** – це конкретний заклад розміщення, який пропонується туристу в туристичному центрі на час подорожі.

**Приаеродромна територія** (прилегла до аеродрому зона контролю і обліку об'єктів та перешкод) – обмежена встановленими розмірами місцевість навколо аеродрому, над якою здійснюється маневрування повітряних суден.

**Придорожні готелі** – як правило, малоповерхові з відкритими автостоянками, ресторанами, наявністю мінімуму засобів для проведення зустрічей, іноді з басейном.

**Програма туристичної подорожі** – план заходів із зазначенням днів (дат) і часу перебування в пунктах зупинки на маршруті в готелі, режиму харчування, порядку відвідування місць туристичного інтересу з метою їх огляду (екскурсії), проведення розважальних, спортивних заходів, який супроводжується характеристикою пересування на маршруті за допомогою вказаних у програмі внутрішньо маршрутних транспортних засобів.

**Проїзний документ груповий** – проїзний документ, оформлений для проїзду осіб, що прямують у складі організованої групи.

**Проїзний документ дитячий** – проїзний документ, оформлений для дитини з установленою законодавством знижкою.

**Проїзний документ пільговий** – проїзний документ, оформлений для особи, що має право на пільги з оплати вартості проїзду на підставі законодавства, та оформлений з відповідною знижкою вартості проїзду чи безкоштовно (безкоштовно).

**Проїзний документ повний** – проїзний документ, оформлений для проїзду дорослого пасажирів за повну вартість відповідно до затверджених тарифів.

## Р

**Регіональний аналіз туристичного ринку** – економіко-географічний аналіз факторів регіонального розвитку, який використовується для пізнання закономірностей і особливостей розвитку туризму в конкретних районах.

**Резервування місць** – виділення на певний час місць на підставі разового замовлення або договору, за заявками юридичних та фізичних осіб з подальшим оформленням проїзних документів у спеціалізованій касі.

**Рекреаційна діяльність** – індивідуальна (сімейна) або колективна форма організації відпочинку, спрямована на відновлення фізичних та духовних сил.

**Рекреаційно-туристське природокористування** – цілісна система відносин людина (суспільство) – довкілля (природа), які складаються на певному етапі суспільного розвитку в процесі вивчення, освоєння, використання, перетворення, охорони та відтворення природно-ресурсного потенціалу території (акваторії, аероторії) задля задоволення індивідуальних і суспільних рекреаційних потреб.

**Рекреаційно-туристський потенціал** – сукупна продуктивність розвіданих природних ресурсів та культурних цінностей території, які можуть бути

мобілізовані, використані з рекреаційною метою: з метою відпочинку, лікування, туризму.

**Референс** – це підтвердження Міністерством закордонних справ України, видане суб'єкту туристичної діяльності України, про те, що його закордонні партнери (за угодами) будуть мати візову підтримку консульських установ України за кордоном при їх зверненні щодо оформлення туристичних віз іноземцям для подорожі в Україну. Референс оформлюється в одному екземплярі терміном на 1 рік.

**Родтелі** – пересувні готелі, які являють собою вагон із одно- або двомісними кабінами, кожна з яких має санітарно-технічне обладнання, вентиляцію, персональне освітлення.

**Ручна поклажа** – особисті предмети або речі пасажирів, які перевозяться разом з ними.

## С

**Сервіс-центр** – спеціально обладнане приміщення для обслуговування пасажирів в умовах підвищеного комфорту, надання їм додаткових послуг (оформлення проїзду на різні види транспорту, копіювання документів, користування засобами зв'язку, комп'ютерні послуги тощо).

**Ситуаційний аналіз туристичного ринку** – аналіз, який включає вивчення всієї інформації про фірму (компанію), асортимент її продукції; стан туристського ринку; індустрії гостинності в цілому; конкретний сегмент індустрії гостинності, де функціонує дане підприємство; демографічна ситуація в районі функціонування підприємства; засоби масової інформації; шляхи стимулювання збуту туристського продукту.

## Т

**Товари** – специфічна матеріальна частина туристичного продукту, яка включає карти міст, листівки, буклети, сувеніри, туристське спорядження тощо, і неспецифічна частина туристичного продукту, яка включає велику кількість товарів, що є дефіцитними або більш дорогими в місцях постійного проживання туристів.

**Транспорт** – засіб пересування, за допомогою якого можна дістатися до туристичного центру.

**Трансфер** – доставка туриста від місця прибуття, розташованого поза межами перебування (аеропорт, гавань, залізнична станція) до місця розміщення, де він буде проживати і назад.

**Тур** – первинна одиниця туристичного продукту – продукт роботи туристичного підприємства на певному маршруті в конкретні терміни, який реалізується клієнту як єдине ціле.

**Тур вихідного дня** – невеликі за протяжністю (5-25 км) та незначні за складністю туристичні походи й екскурсії протягом вихідних днів кінця робочого тижня (свят), які покликані дати туристу або екскурсанту уявлення про туризм і екскурсії, навички, необхідні кожному для успішного просування й орієнтування на місцевості, про організацію відпочинку та харчування в похідних умовах.

**Тур комбінований** – тур, який поєднує в програмі обслуговування елементи тематичного, похідного й фізкультурно-оздоровчого маршрутів. Також – траса туристичної подорожі, яка містить у собі елементи лінійного, кільцевого й радіального маршрутів у тій чи іншій комбінації, або поєднання різних транспортних засобів, відмінної за окремими ділянками категорії надання транспортних послуг.

**Тур річковий** – рейси з використанням суден річкових пароплавств, які поділяються на підвиди: туристично-екскурсійні рейси (подорожі на орендованих річкових суднах тривалістю більше однієї доби) та екскурсійно-прогулянкові рейси (подорожі екскурсантів з метою ознайомлення з пам'ятками та місцями і тривалістю відпочинку не більше 24 год.).

**Тур тематичний** – тур з переважанням у програмі екскурсійного обслуговування, занять пізнавальної спрямованості (оглядові й тематичні екскурсії, відвідування музеїв, фольклорних свят, вивчення мови тощо).

**Тур теплохідний** – тур, організований на теплоході річкових і морських пароплавств, що поділяються на **морські та прогулянкові**.

**Турагентство** – це фірма-посередник між туроператором і клієнтом.

**Туризм** – соціально-економічне явище, сформоване історично та представлене самодіяльністю конкретної особи з метою проведення вільного часу й діяльністю підприємств індустрії туризму з організації подорожі та споживання туристичного продукту, що визначається масовістю й організованістю процесу узгодження попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг.

**Туризм** – тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування.

**Турист** – особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з незабороненим законом країни перебуванням на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін.

**Туристичний бізнес** – вид підприємницької діяльності з виробництва послуг та товарів туристичного призначення, які реалізуються на туристичному ринку з метою отримання прибутку.

**Туристичний ваучер** – документ, який устанавлює право туриста на послуги, які входять до складу туру, і підтверджує факт його передачі.

**Туристичний маршрут** – це завчасно спланована траса послідовного пересування туристів між географічними пунктами, які відвідуються протягом певного періоду з метою отримання послуг, як передбачених програмою обслуговування, так і додаткових: розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, спортивні, видовищні, соціальні заходи тощо.

**Туристичний пакет** – це основний (обов'язковий) комплекс послуг, що надаються під час подорожі за індивідуальним або груповим планом, який має серійний характер, пропонується в широкий продаж. Туристичний пакет включає чотири обов'язкових елементи: *туристичний центр, транспорт, послуги розміщення, трансфер*.

**Туристичний продукт** – сукупність речових (предмети споживання), неречових (послуги) споживчих вартостей, необхідних для повного задоволення потреб туристів, що виникають під час їхньої подорожі. Турпродукт складається із трьох елементів: *тур, додаткові туристсько-екскурсійні послуги, товари.*

**Туристична путівка** – документ, який підтверджує факт передання туристичного продукту. Туристична путівка є письмовим акцептом оферти туроператора чи турагента на продаж туристичного продукту.

**Туристичний ринок** – це система відносин, сформована попитом (турист) і пропозицією (індустрія туризму) щодо формування та споживання туристичного продукту.

**Туристичний центр** – район локалізації турпослуг. Це місце відпочинку туриста, яке містить у собі всі рекреаційні можливості: природні, культурно-історичні, екологічні, етнічні, соціально-демографічні, інфраструктурні.

**Туристичні агенції** – невеликі, переважно спеціалізовані підприємства, які підвладні сезонним коливанням попиту.

**Туроператор** – потужне туристичне підприємство, метою функціонування якого є розробка власного турпродукту та його реалізація на внутрішньому й міжнародному ринках.

**Туроперейтинг** – діяльність туроператора з комплектації послуг, які ним самим не виробляються (послуг готелів, транспортних компаній, дозвільно-розважальних закладів) у туристичний пакет, тур, тур продукт.

## Ф

**Флотель** – «курорт на воді»: туристам надається широкий асортимент послуг для відпочинку на воді: водні лижі, мотоцикли, катамарани тощо.

## Ц

**Ціна** – міра та регулятор динамічної рівноваги між попитом і пропозицією на туристичному ринку.

## Ш

**Шале** – являє собою сільський дім у гірській місцевості.

## ДОДАТКИ

## Додаток 1

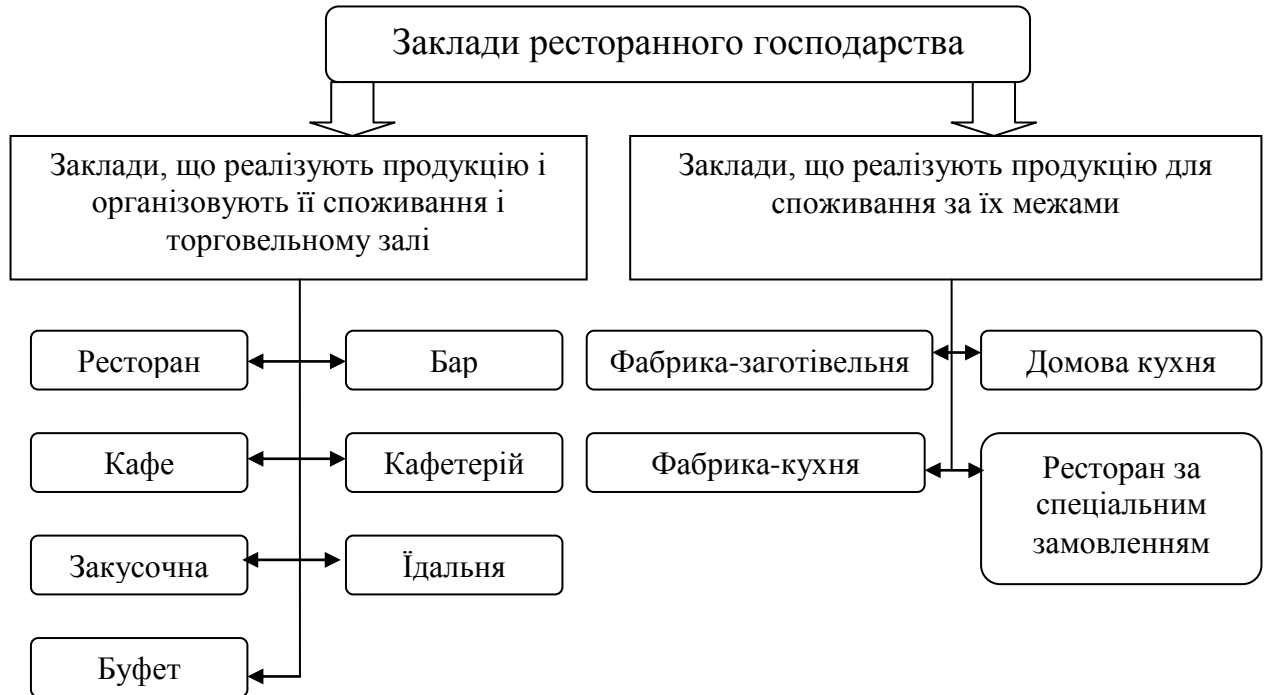
## Класифікація автобусів за видами і призначенням

Вид автобуса	Призначення, функціональне використання
1. Міські і приміські автобуси	Для перевезення пасажирів у населених пунктах і містах, використовуються туристами для індивідуальних подорожей.
2. Автобуси для перевезення туристів до великих транспортних вузлів	Для перевезення в міжнародні аеропорти, залізничні вокзали, морські порти, тобто трансфер.
3. Спеціальні, одиничного виготовлення автобуси з кількістю місць до 200 чоловік	Використовуються в аеропортах для перевезення пасажирів від терміналу до літака по льотному полю.
4. Автобуси для екскурсійних цілей	Використовуються для проведення екскурсій. Частина об'єктів екскурсійного показу туристи оглядають безпосередньо з автобуса у ході екскурсії.
5. Чартерні /рейсові автобуси	Служать для автобусних турів, а також для доставки туристів у райони в межах населеного пункту і у віддалені райони.
6. Автобуси обладнані під кемпери і каравани	Для поїздок на природу, обладнані житловим приміщенням зі спальними місцями, кухнею і санвузлом, найчастіше використовуються туристами з сім'ями.
7. Спеціальні автобуси для сафарі і пригодницьких турів	Пристаєвані для їзди по бездоріжжю, кількість місць до 25 чоловік, мета - автономно подорожувати по країні далеко від цивілізації, повністю обладнані всім необхідним.

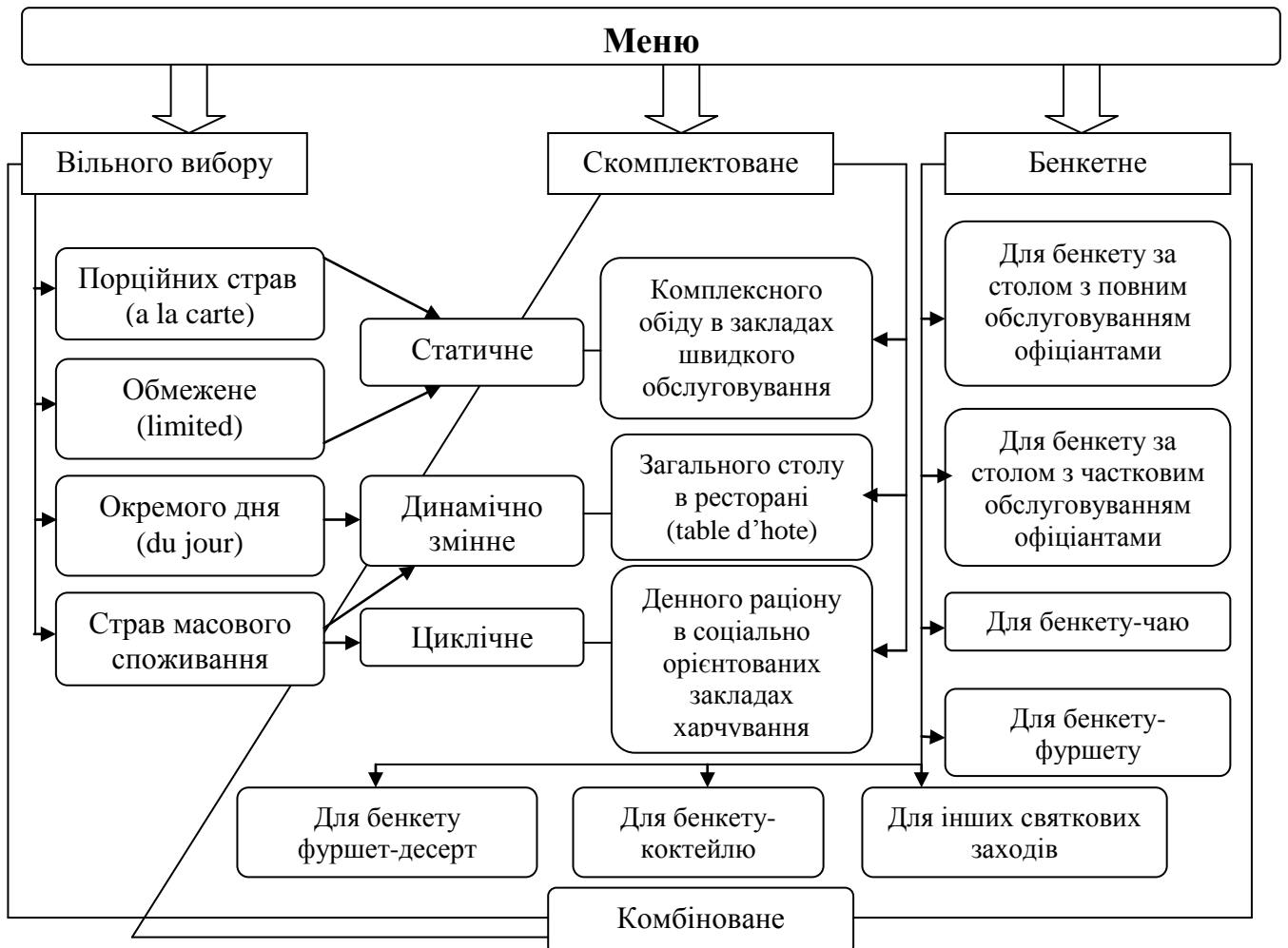
**Класифікаційні вимоги до автобусів, які виконують міжміські, міжобласні та міжнародні перевезення пасажирів**

№ п/п	Категорія автобуса Показник	*	**	***	****
1.	Конструкція та розташування сидінь				
	1.1. Простір між сидіннями	68	72	77	83
	1.2. Висота задньої підставки, см	52	65	68	68
	1.3. Регулювання відкидання, см		-	100	350
	1.4. Кількість підлокітників	1	1	2	2
	1.5. Складний підлокітник	-	-	+	+
	1.6. Регулювання ніжки підставки	-	-	-	+
	1.7. Вільний простір між сидіннями мінімум 50 см	-	-	-	+
	1.8. Сидіння, що відсовуються	-	-	+	+
	1.9. Журнальна полочка	-	-	+	+
	1.10. Попільничка	+	+	+	+
2.	Вентиляція	Примусова, повітряна	Примусова, повітряна	Кондиціонер	Кондиціонер
3.	Обігрів	Незалежний від двигуна	Незалежний від двигуна	Незалежний від двигуна з автоматичним регулюванням температури	Незалежний від двигуна з автоматичним регулюванням температури
4.	Вікна з захистом від сонячних променів	-	+	+	+
5.	Індивідуальне освітлення для читання	-	+	+	+
	Акустика				
6.	6.1. Гучномовець	1/8 сидіння	1/8 сидіння	1/8 сидіння	1/4 сидіння
	6.2. Мікрофон для водія і екскурсовода	+	+	+	+
	6.3. Магнітола	+	+	+	+
	Розташування багажу				
7.	7.1. Місце для ручної поклажі в салоні	+	+	+	+
	7.2. Об'єм багажного відсіку	-	75	120	150
	7.3. Наявність захисної оббивки багажного відсіку	-	-	+	+
8.	Холодильник	-	-	-	+
9.	Туалет	-	-	-	+
10.	Відеосистема	-	-	-	+
11.	Термопідігрів для напоїв	-	-	-	+
12.	Підставка для стаканів	-	-	-	+
13.	Складні столи	-	-	-	+
14.	Збірник для відходів	-	-	-	+

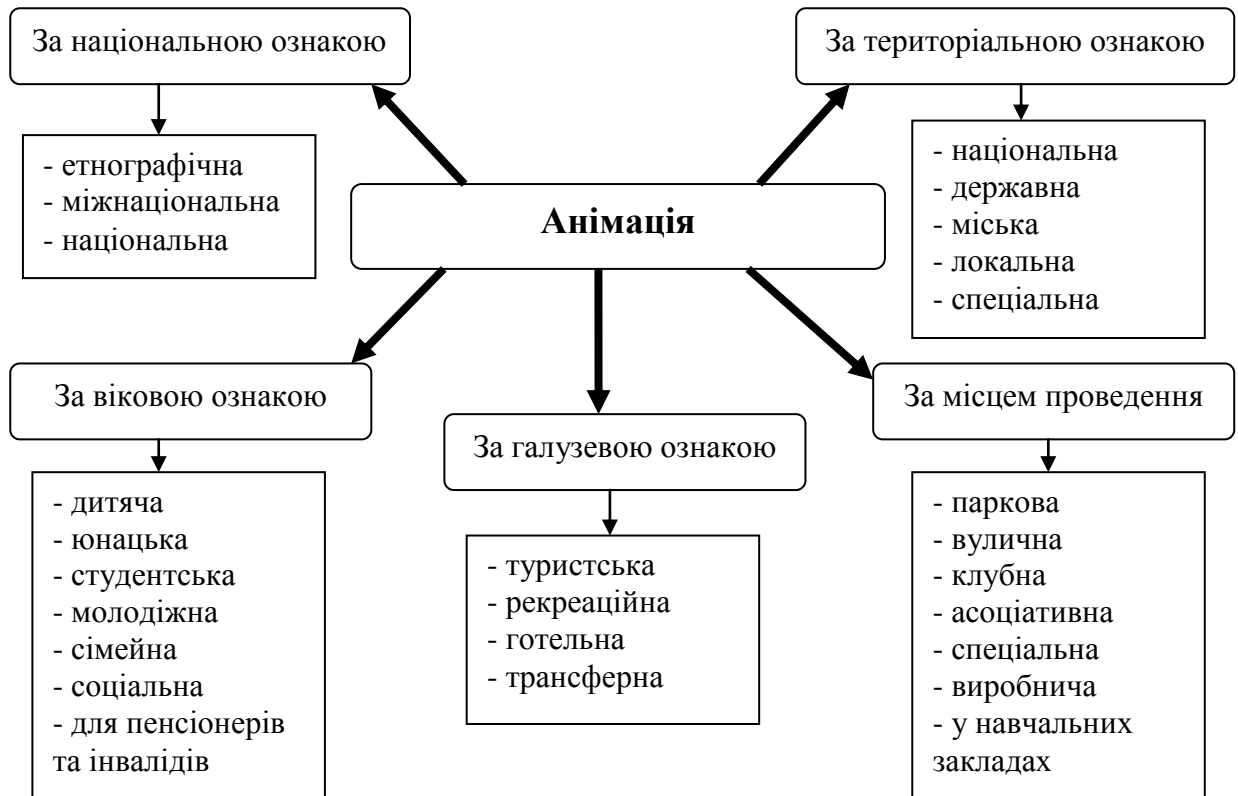
### Загальна класифікація закладів ресторанного господарства



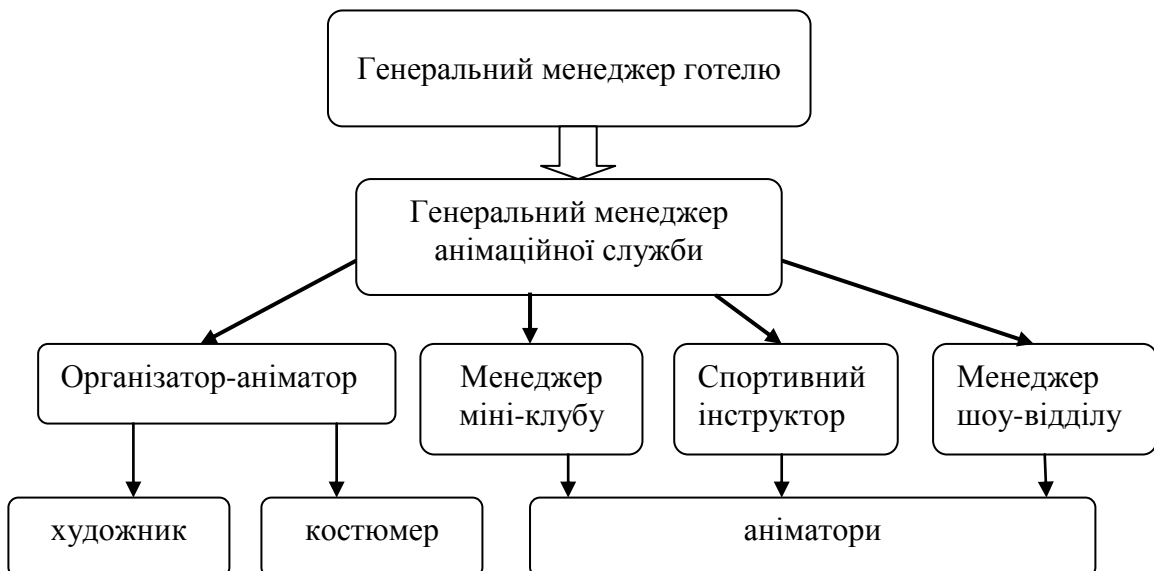
### Класифікація меню



### Класифікація туристської анімації на основі типологічного підходу



### Структура анімаційної служби готельного підприємства





## Стандартна класифікація засобів розміщення туристів

Категорія	Розряд	Група
<b>1. Колективні засоби розміщення туристів</b>	1.1. Готелі та аналогічні засоби розміщення туристів	1.1.1. Готелі 1.1.2. Аналогічні заклади
	1.2. Спеціалізовані заклади	1.2.1. Оздоровчі заклади 1.2.2. Табори праці та відпочинку 1.2.3. Громадські засоби транспорту 1.2.4. Конгрес-центри
	1.3. Інші колективні заклади	1.3.1. Житло для відпочинку 1.3.2. Площадки для кемпінгу 1.3.3. Інші колективні заклади
<b>2. Індивідуальні засоби розміщення туристів</b>	2.1. Індивідуальні засоби розміщення	2.1.1. Власне житло 2.1.2. Орендовані кімнати у сімейних будинках 2.1.3. Житло, яке орендується у приватних осіб чи агентств 2.1.4. Розміщення, що надається безкоштовно родичам чи знайомим 2.1.5. Інше розміщення на індивідуальній основі

## Класифікація готельних номерів

**STD (Standart)** – стандартна кімната.

**BDR, BDRM (Bedroom)** – номер зі спальнею.

**Superior** – кімната більшого розміру, ніж стандартна.

**Corner room** – кутова кімната.

**Studio** – студія, однокімнатний номер за розміром, більшим за стандартний, зі вбудованою кухнею.

**Family Room** – сімейна кімната з розміром, більшим за стандартну.

**Family studio** – номер для сім'ї з двома суміжними кімнатами.

**Extra Bed** – додаткове ліжко.

**Suite** – номер (більший за стандартний) з вітальнею та спальнею, з меблями та обладнанням високої якості.

**Suite mini** – номер покращеної категорії.

**Junior suite** – двомісний однокімнатний номер великого розміру та покращеного планування.

**De luxe** – такий же номер, але з більш дорогою обстановкою.

**Executive suite, suite senior** – номер підвищеної комфортності, який складається з двох або більше кімнат.

**Business** – великий номер з оргтехнікою (комп'ютером, факсом), придатний для роботи.

**Honeymoon Room** – номер для молодят.

**Connected Rooms** – поєднані номери, що мають двері-прохід з одного в інший.

**Duplex** – двоповерховий номер.

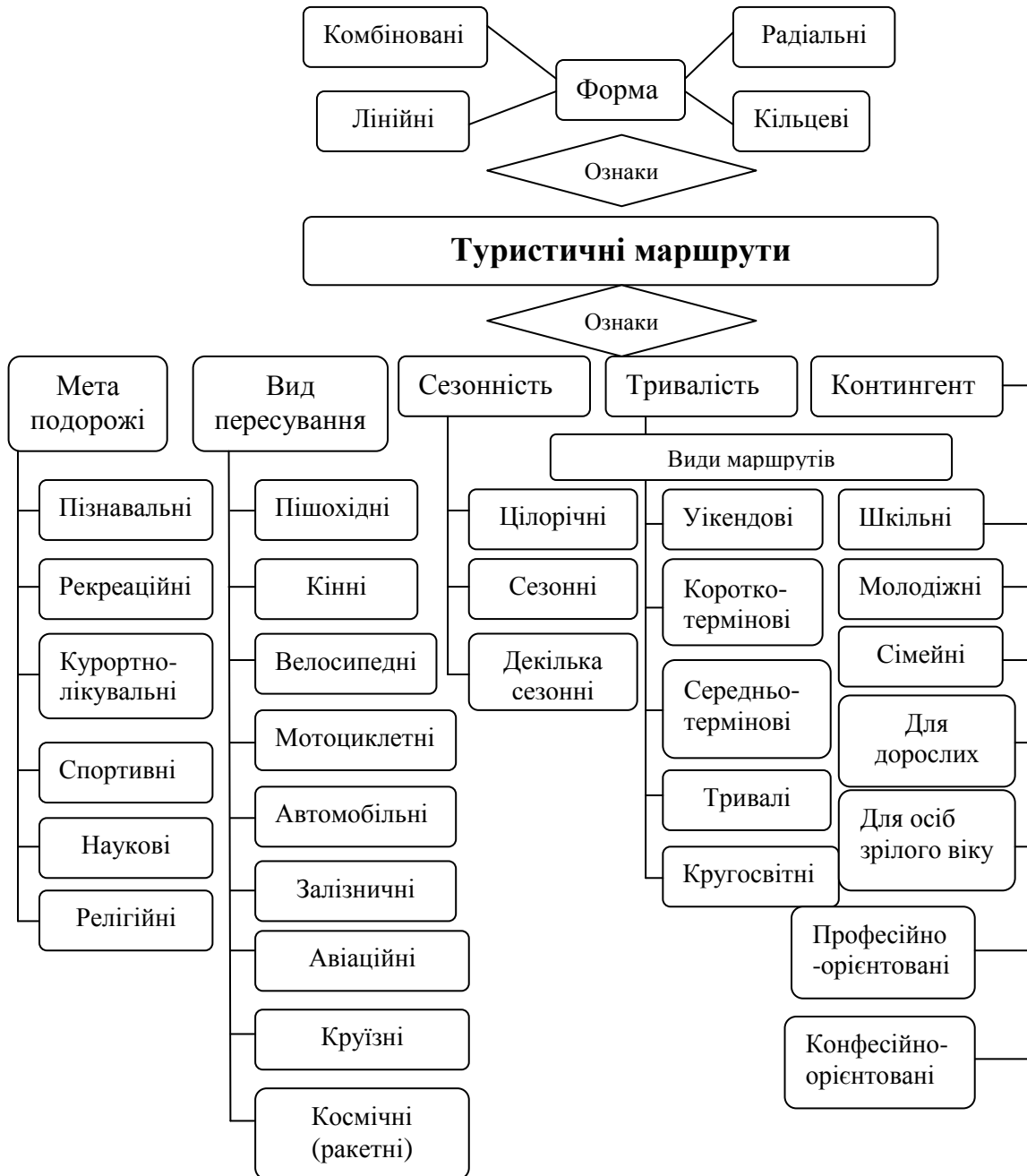
**Apartment** – номери, наближені до виду сучасних квартир, мають місця для приготування їжі; двох або більше кімнатна квартира.

**President** – найрозкішніші номери готелю, які мають кілька спалень, кабінет, два-три туалети.

**Balcony** – номер з балконом.

Додаток 9

## Класифікація туристичних маршрутів



## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алаев Э. Б. Социально-экономическая география: понятийно-терминологический словарь / Э. Б. Алаев. – М.: Мысль, 1983. – 350 с.
2. Александрова А. Ю. Международный туризм. Учебник / А.Ю. Александрова. – М.: АспектПресс, 2001. – 464 с.
3. Аріон О. В. Організація транспортного обслуговування туристів: навч. посіб. / О.В. Аріон. – К.: Альтерпрес, 2008. – 192 с.
4. Бабарицька В.К. Організація туризму: навч. посібник / В.К. Бабарицька, О.О. Любіцева. – К.: КУ, 1998. – Ч. 1. – 230 с.
5. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник / В.К. Бабарицька, О.Ю. Малиновська. – К.: Альтерпрес, 2004. – 288 с.
6. Биржаков М.Б. Индустрия туризма: Перевозки / М.Б. Биржаков. – СПб.: Издат.дом «Герда», 2003. – 400 с.
7. Бутко И.И. Транспортное обслуживание туризма: Учебное пособие/ И.И. Бутко, В.А. Ситников. – М.: ИКЦ «МарТ, Ростов н/Дону Издательский центр «МарТ», 2006. – 336 с.
8. Вавилов Е.В. Основы международного туризма: Учеб. пособие / Е. В. Вавилов. – М.: Гардарики, 2005. – 160 с.
9. География международного туризма: Зарубежные страны: учеб. пособие / сост. Л.М. Гайдукевич [и др.]. – Минск: Аверсэв, 2003. – 304 с.
10. География международного туризма: Страны СНГ и Балтии: учеб. пособие / сост. Л.М. Гайдукевич [и др.]. – Мн.: Аверсэв, 2004. – 252 с.
11. Герасименко В.Г. Основы туристического бизнеса. Учебное пособие / В.Г. Гермасименко. – Одесса: Черноморье, 1997. – 160 с.
12. Гостиничный и туристический бизнес / под. ред. А.Д. Чудновского. – М.: ЭКСМОС, 1998. – 352 с.
13. Гуляев В.Г. Организация туристских перевозок / В.Г. Гуляев. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 512 с.
14. Державне агентство України з туризму та курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.tourism.gov.ua](http://www.tourism.gov.ua).
15. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: Учеб.пособие / М.А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2005. – 192 с.
16. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
17. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы: Учебник / Е. Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 192 с.
18. Квартальнов В.А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 320 с.
19. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. – К.: «Альтерпрес», 2005. – 436 с.

20. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 335 с.
21. Любіцева О.О. Методика розробки турів. Навч.. посіб. / О.О. Любіцева. – 2-е вид., перероб. та допов. – К.: Альтерпрес, 2008. – 300 с.
22. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 335 с.
23. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2005. – 436 с.
24. Олійник Я.Б. Теоретичні основи туризмології. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Я.Б. Олійник, А.В. Степаненко. – К.: Ніка-Центр, 2005. – 316 с.
25. Осипова О.Я. Транспортное обслуживание туристов. Учебное пособие. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 384 с.
26. Повітряний Кодекс України Український інформаційно-правовий центр. – К.: «Форум» IV 8/2002. – 154 с.
27. Правила перевезення пасажирів, багажу, вантажобагажу та пошти залізничним транспортом України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0310-07>
28. Закон України «Про транспорт» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/232/94-%D0%B2%D1%80>
29. Сенін В.С. Организация международного туризма. Учебник / В.С. Сенін. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 400 с.
30. Смолій В.А. Енциклопедичний словник- довідник з туризму / В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух. – К.: Видавничий Дім «Слово», 2006. – 372 с.
31. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб. / І. М. Школа. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. – 662 с.
32. Дурович А.П. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / А.П. Дурович. – 7 е изд. – Минск: Новое знание, 2007. – 496 с.
33. Немоляева М.Е. Маркетинг в иностранном туризме / М.Е. Немоляева. – М.: Вильямс, 2002. – 204 с.
34. Савельєв Р.П. Загальна концепція маркетингу / Р.П. Савельєв. – К.:Знання, 2008. – 412 с.

## ЗМІСТ

Вступ	3
1. Програма навчальної дисципліни	4
2. Завдання для практичних занять	5
<i>Практичне заняття 1</i>	
Туризмологія: процес формування теорії туризму	5
<i>Практичне заняття 2</i>	
Індустрія туризму	10
<i>Практичне заняття 3</i>	
Особливості обслуговування туристів на авіаційному транспорті	13
<i>Практичне заняття 4</i>	
Особливості обслуговування туристів на залізничному транспорті	17
<i>Практичне заняття 5</i>	
Особливості обслуговування туристів на автомобільному транспорті	21
<i>Практичне заняття 6</i>	
Особливості обслуговування туристів водним транспортом	26
<i>Практичне заняття 7</i>	
Заклади розміщення туристів	30
<i>Практичне заняття 8</i>	
Організація харчування туристів	33
<i>Практичне заняття 9</i>	
Послуги дозвілля туристів	38
3. Теми семінарських занять	41
1. Складання меню для іноземних туристів	41
2. Системи класифікації готелів	42
4. Понятійно-термінологічний словник	43
5. Додатки	52
1. Класифікація автобусів за видами і призначенням	52
2. Класифікаційні вимоги до автобусів, які виконують міжміські, міжобласні та міжнародні перевезення пасажирів	53
3. Загальна класифікація закладів ресторанного господарства	54
4. Класифікація меню	54
5. Класифікація туристської анімації на основі типологічного підходу	55
6. Структура анімаційної служби готельного підприємства	55
7. Стандартна класифікація засобів розміщення туристів	56
8. Класифікація готельних номерів	56
9. Класифікація туристичних маршрутів	57
6. Список рекомендованої літератури	58

**Горожанкіна Наталія Анатоліївна**

**Практикум**

**до вивчення курсу**

**«Туризмологія»**

**Українською мовою**

**Підписано до друку 25.09.2014. Формат 60×84/16.  
Папір офсетний. Друк офсетний. Гарнітура Times New Roman.  
Умов. друк. арк. 3,1  
Тираж 100 прим. Зам. № 5.**

**Віддруковано у типографії «Нова ідеологія»  
49101, м. Дніпропетровськ, пр. Кірова, 103.  
Тел.: (056) 745-07-07.  
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру:  
Серія ДК №191 від 20.09.2000 р.**