

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/362034849>

Методичні вказівки для розробки туристичних продуктів (за видами туризму)

Chapter · July 2012

CITATIONS

0

7 authors, including:



Iryna Kuchynska

5 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



Halyna Kushniruk

Ivan Franko National University of Lviv

46 PUBLICATIONS 43 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



Lubomyr Bezruchko

Ivan Franko National University of Lviv

8 PUBLICATIONS 1 CITATION

[SEE PROFILE](#)



Roman Lozynskyy

Ivan Franko National University of Lviv

103 PUBLICATIONS 12 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Gastronomic tourism [View project](#)



Lviv Jesuit Collegium / Львівський єзуїтський колегіум [View project](#)

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Львівський інститут економіки і туризму
Кафедра теорії і практики туризму і готельного господарства

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДЛЯ РОЗРОБКИ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ
(ЗА ВИДАМИ ТУРИЗМУ)



Львів – 2012

Методичні вказівки для розробки туристичних продуктів (за видами туризму)
– Львів: ЛІЕТ, 2012. – 58 с.

Укладачі: Кучинська І. В., Кушнірук Г. В., Безручко Л. С., Клапчук О. О.,
Лозинський Р. М., Цимбала О. С., Білоцерківська Т. М.

© Львівський інститут економіки і туризму, 2012

ЗМІСТ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ:	4
1. Ключові поняття і терміни	4
2. Класифікація видів туризму	6
3. Види турів	10
4. Класи туристичного обслуговування	11
ОСНОВНІ ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ТУРПРОДУКТУ	13
ОРІЄНТОВНА СХЕМА ПРЕДСТАВЛЕННЯ ТУРУ	15
1. Загальні параметри туру	15
2. Туристичні центри та об'єкти відвідування	17
3. Складання програми перебування	18
4. Основні і додаткові послуги під час туру	18
– Характеристика засобів розміщення	18
– Транспортне забезпечення туру	19
– Організація харчування туристів	20
– Страхування туристів під час подорожі	21
– Інші послуги та туристичні товари	23
МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ...	24
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТУРПРОДУКТІВ ЗА ОКРЕМИМИ ВИДАМИ ТУРИЗМУ	28
1. Лікувально-оздоровчий туризм	28
2. Культурно-пізнавальний туризм	30
3. Релігійний туризм	32
4. Діловий туризм	36
5. Етнічний туризм	39
6. Спортивний туризм	41
7. Сільський туризм	45
8. Екологічний туризм	48
ЛІТЕРАТУРА	52
ДОДАТКИ	53

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ:

1. Ключові поняття і терміни

Туристичний продукт - це комплекс послуг і товарів, матеріальних і нематеріальних благ та ресурсів, призначених для туристичного споживання, що реалізуються на ринку туристичних послуг. Він є здебільшого вузькоспеціалізованим, має складну, динамічну структуру, пристосовану до зміни попиту, і здатен забезпечити задоволення різноманітних потреб людини, що подорожує.

Згідно Закону України «Про туризм», **туристичний продукт** — попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо)

Туристський продукт – комплексне поняття, що охоплює 3 основні види можливої пропозиції туристського підприємства на ринку: *тур, додаткові туристично-екскурсійні послуги і туристські товари.*

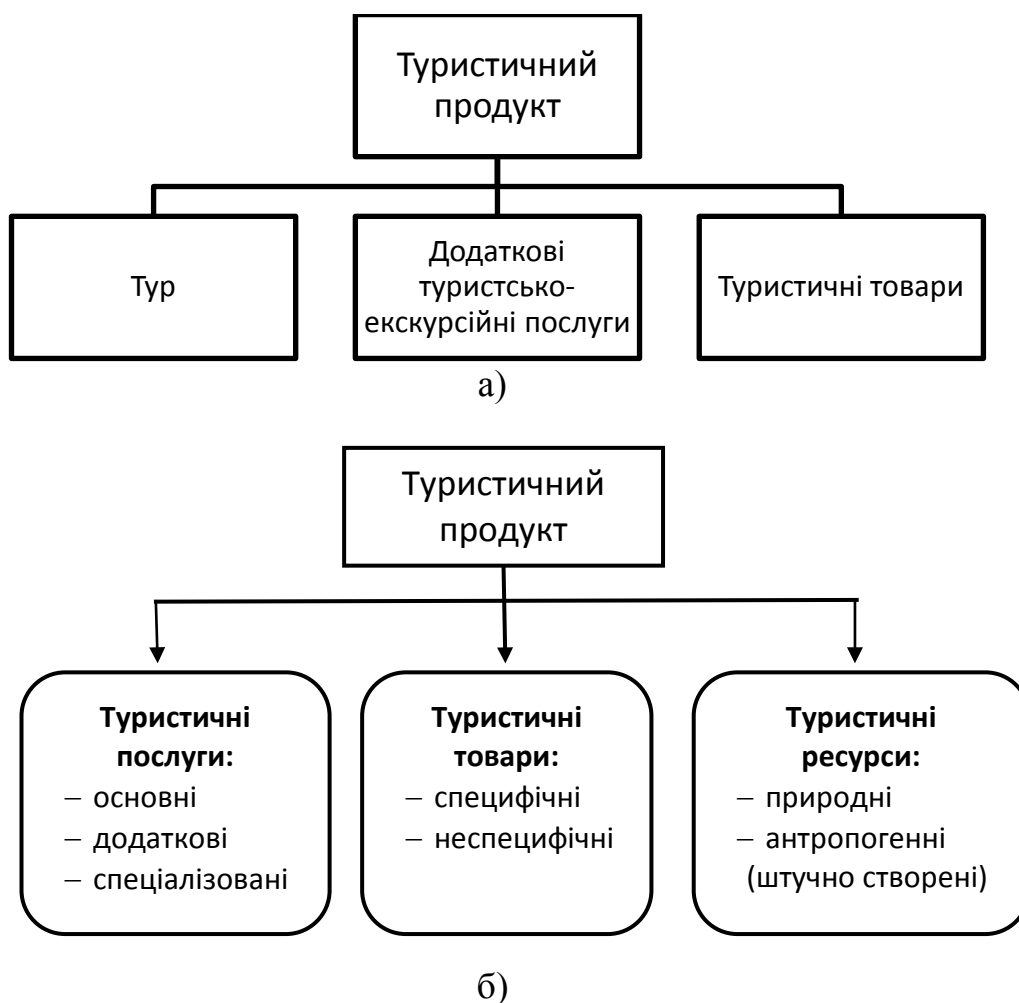


Рис. 1. Структура туристичного продукту: а) за Зорин, Каверина, Квартальнов, 2005; б) за Михайліченко, 2003

Тур – первинна одиниця туристичного продукту, яка реалізується споживачу як єдине ціле. Це комплекс різних видів туристських послуг, об'єднаних на базі головної мети подорожі, що надаються по ходу проходження маршруту в певні терміни для задоволення потреб туриста. Тур оформляється у вигляді путівки або ваучера.

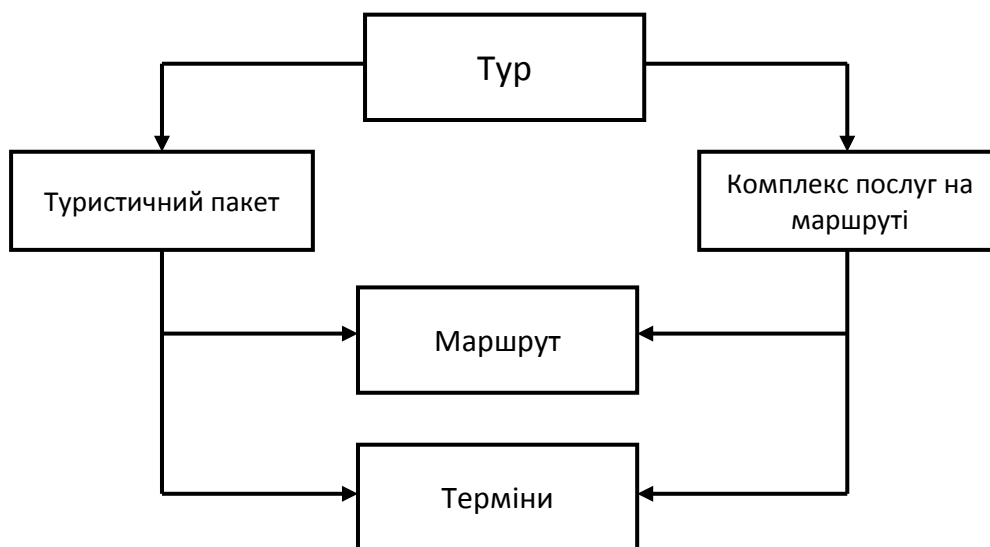


Рис. 2. Структура туру (за Зорин, Каверина, Квартальнов, 2005)

Тур включає в себе як основні, так і додаткові послуги.

Основні послуги – це набір послуг, що складають програму обслуговування у рамках туру (транспорт, проживання, харчування, програмні послуги) і формуються у відповідності із його цільовим призначенням. Основний комплекс послуг є обов'язковим елементом кожного туру і не підлягає заміні або відмові споживача від них. **Додаткові послуги** – будь-які послуги, що можуть бути надані споживачеві у доповнення до основних за його бажанням і відповідно до його інтересів за додаткову плату. Можуть бути запропоновані споживачу в момент придбання туру і будуть враховані у вартості туру, а можуть пропонуватися в ході туру і оплачуватися туристом самостійно. Додаткові послуги в рамках одного туру дозволяють зробити стандартний тур більш індивідуальним.

Додаткові туристсько-екскурсійні послуги – це послуги, не передбачені ваучером чи путівкою, що доводяться до споживача в режимі його вільного вибору.

Туристські товари – включають товари специфічного туристського попиту (карти, листівки, буклети, сувеніри, туристське спорядження та ін.), тобто характерні туристські товари, і неспецифічні, тобто супутні туристські товари, до яких відносяться товари загального призначення (рушники, парасольки, купальники та ін.).

Характерні туристські послуги й товари – послуги й товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких значно скоротиться без їх реалізації туристам.

Супутні туристські послуги й товари – послуги й товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво

скоротиться без їх реалізації туристам.

Туристичний пакет – це розроблений туроператором основний (обов'язковий) стандартний набір послуг, що надаються під час подорожі за індивідуальним чи груповим планом, який має серійний характер і пропонується в широкий продаж. Турпакет включає 4 обов'язкових елементи: *туристичний центр* (місце локалізації турпослуг), *транспорт*, *послуги гостинності* (засоби розміщення) і *трансфер*.

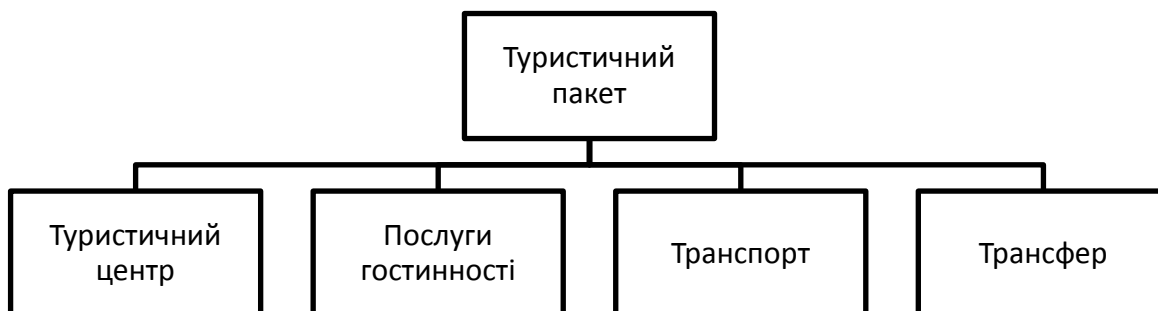


Рис. 3. Структура туристичного пакету

Туристичний центр – це територія на якій сконцентровані туристичні ресурси та створені умови для здійснення туристичної діяльності. Іноді використовується поняття *дестинація*, що дослівно означає місце призначення, прибуття.

Послуги гостинності – це послуги, що надаються туристам закладом розміщення у туристичному центрі.

Транспорт – доставка туриста від місця постійного проживання до туристичного центру

Трансфер – доставка туриста від місця прибуття (аеропорт, автобусна чи залізнична станція) до місця тимчасового проживання (закладу розміщення), а також будь-які переміщення туриста в межах туристичного центру.

Туристський маршрут – наперед спланований шлях пересування туристів протягом певного періоду часу з метою надання їм послуг, передбачених програмою обслуговування.

Програма обслуговування – це перелік послуг, що надаються туристам відповідно до їх потреб і тематики туру, наперед спланований і розподілений за часом проведення туру..

Екскурсія – туристична послуга тривалістю до 24 годин у супроводі гід-екскурсовода за заздалегідь затвердженим маршрутом для забезпечення задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів.

2. Класифікація видів туризму

Туризм можна класифікувати за найрізноманітнішими показниками: за метою, засобами пересування, характером, термінами і тривалістю подорожі, засобами розміщення тощо. Поки що не існує чіткої загальноприйнятої класифікації. Це пояснюється насамперед тим, що практично неможливо виділити чисті форми і види сучасного туризму.

Система класифікації в туризмі

Ознака	Форми і види туризму
За напрямком туристичних потоків	<ul style="list-style-type: none"> – Внутрішній – Міжнародний (виїзний, в'їзний)
За територіальною ознакою	<ul style="list-style-type: none"> – навколосвітній – міжконтинентальний – внутрішньоконтинентальний – міжрегіональний – регіональний – прикордонний – місцевий
За тривалістю подорожі	<ul style="list-style-type: none"> – довгостроковий – короткостроковий – уїкендовий (відпочинок вихідного дня)
За сезонністю	<ul style="list-style-type: none"> – постійний (цілорічний) – сезонний (односезонний, двосезонний) – міжсезонний
За ступенем організації	<ul style="list-style-type: none"> – організований (плановий) – самодіяльний – неорганізований (дикий)
За кількістю учасників	<ul style="list-style-type: none"> – індивідуальний – груповий
За принципом оплати та організації продажів	<ul style="list-style-type: none"> – елітарний – масовий – комерційний – соціальний – інсентив-туризм
За засобами пересування	<p>Транспортний туризм</p> <ul style="list-style-type: none"> – автомобільний – автобусний – авіаційний – водний (морський та річковий) – залізничний <p>Туризм з активними засобами пересування.</p> <ul style="list-style-type: none"> – пішохідний – велосипедний – мотоциклетний – кінний – водний (гребний, сплавний, вітрильний) – лижний та гірськолижний – комбінований – інші

За соціально-демографічними ознаками	<ul style="list-style-type: none"> – дитячий – молодіжний – для середнього віку – для людей похилого віку – для неповносправних – сімейний – змішаний
За метою подорожі	<ul style="list-style-type: none"> – рекреаційний – лікувально-оздоровчий – культурно-пізнавальний – релігійний – діловий – науковий – етнічний – спортивний – пригодницький – екологічний – сільський – кулінарний (гастрономічний) – подієвий – шопінг-туризм та ін..

У класифікації туристичних подорожей і поділі їх на види вирішальне значення має їхня мета.

Пізнавальний або екскурсійний туризм включає подорожі з пізнавальними цілями. Дуже часто він поєднується з туризмом інших видів — відпочинком, етнічним, діловим тощо, але існують також подорожі суто пізнавального характеру. Останнім часом виділився специфічний підвид цього виду туризму – **культурно-пізнавальний (heritage-tourism)**. Це подорожі з відвіданням історико-культурних центрів з метою ознайомлення з культурою країн світу: об'єктами архітектури, історії, мистецтва, археології і так далі. Цей підвид близький також до **культурно-розважального** туризму — туристичних подорожей, що проводяться з метою відвідання музеїв, виставок, картинних галерей, театрів, а також **подієвого туризму** — відвідування різного виду заходів: театральних і музичних свят, конкурсів, фестивалів.

Рекреаційний (відпочинковий) туризм – подорож з метою відпочинку, відновлення фізичних, моральних і духовних сил людини (припускає використання природних лікувальних чинників, але тільки для відпочинку і загального оздоровлення без використання об'єктів оздоровчої інфраструктури). Найчастіше він включає купально-пляжний відпочинок на приморських курортах, але в останні роки підвищується інтерес до поїздок у гори чи інші райони екологічно чистої природи.

Лікувально-оздоровчий туризм передбачає використання природних лікувальних чинників (лікувальні джерела і грязі, ропа лиманів, цілющий

клімат і т. д.), а також об'єктів оздоровчої інфраструктури (санаторії, пансіонати, поліклініки і так далі) з метою лікування і профілактики різних захворювань. Поширений у країнах з вигідним географічним розташуванням та сприятливими кліматичними умовами, які мають бальнеологічні та кліматичні літні й зимові курорти. Лікувальні тури вимагають порівняно тривалих термінів перебування (2-3 тижні) і більш розвиненого обслуговування, відповідно є досить дорогими.

Спортивний туризм об'єднує подорожі для участі у спортивних заходах як у ролі глядача-уболівальника, так і для безпосередньої участі у заняттях спортом. Він має такі різновиди: пішохідний, гірський, водний (на плотах, байдарках), лижний, гірськолижний, велосипедний, автомобільний та ін. Останнім часом популярними стають екзотичні види спортивних занять, такі як дайвінг — підводне плавання, рафтинг — сплави гірськими річками на легких надувних плотах, банджи-джампінг — стрибки з висоти. Туристичні походи мають різні категорії складності.

Релігійний туризм може розглядатися у кількох аспектах

- паломництво, тобто відвідання святих місць, щоб вклонитись церковним реліквіям, святиням і взяти участь у відправленні релігійних обрядів;
- пізнавальні поїздки, мета яких ознайомлення з релігійними пам'ятками, історією релігії та релігійною культурою;
- наукові поїздки — поїздки науковців, які вивчають різні релігії.
- місіонерство - подорожі з метою пропаганди релігійного віровчення

Етнічний туризм – це вид пізнавального туризму, основною метою якого є відвідування етнографічного об'єкта для пізнання культури, архітектури, побуту того чи іншого народу (етносу), що проживає зараз або проживав коли-небудь на даній території. Одним з його різновидів є **сентиментальний, (ностальгійний) туризм** — це поїздки для побачення з рідними та відвідання місць, з якими пов'язана історія народу або життя предків. Цей вид туризму має особливе значення для тих країн, значна частина населення яких проживає за кордоном.

Діловий туризм охоплює подорожі зі службовими цілями без одержання доходів в місці відрядження. До ділового туризму WTO відносить поїздки для участі в з'їздах, наукових конгресах і конференціях, виробничих семінарах і нарадах, ярмарках, виставках і міжнародних салонах та інші службові поїздки. Ділові поїздки характеризуються попитом на обслуговування за найвищими класами, відповідно високої вартості, на них мало впливає фактор сезонності.

Пригодницький туризм – це тури, що пропонують незвичайний відпочинок, можливість зануритись у вир пригод, випробувати себе, повністю змінити оточення (інколи — на дуже екзотичне), отримати нові незвичайні емоції. Як правило, такий туризм є дуже дорогим й елітарним. Пригодницький туризм вимагає від учасників певної фізичної підготовки і майстерності, швидкості реакції, уміння ухвалювати нестандартні рішення, тому він близький до спортивного туризму. Часто він пов'язаний з певним ризиком і вимагає підвищеної уваги до безпеки туристів. Внаслідок цього, з пригодницького виділився **екстремальний туризм**, метою якого є випробування сил людини в складній обстановці.

Сільський туризм та агротуризм - це вид туризму, який дає можливість

міським мешканцям цікаво та змістовно відпочити у сільських місцевостях, де вони знайомляться з побутом сільських мешканців, а також народною культурою — піснями, танцями, кухнею, звичаями та обрядами. Передбачає вживання екологічно чистих продуктів, вирощених у селянському господарстві, участь у сільськогосподарських роботах тощо.

Екологічний туризм – вид туризму, метою якого є відвідання місць з відносно недоторканою природою (заповідники, національні парки), знайомство з місцевою флорою і фауною, проведення екологічної освіти, безпосередня участь туристів в природоохоронних акціях, екологічних таборах тощо. Необхідною умовою є використання екологічних технологій в обслуговуванні туристів (економія води, електроенергії, зменшення кількості відходів тощо), а також залучення частини прибутку від туризму на потреби охорони природи.

Кулінарний (гастрономічний) туризм - це різновид туризму, при якому метою подорожі є пізнання національних кулінарних традицій країн світу, та дегустація страв та ознайомлення з технологією їх приготування, відвідування найвідоміших ресторанів, участь у кулінарних фестивалях та майстер-класах та ін.

Шопінг-туризм – це різновид туризму, головною метою якого є здійснення покупок під час подорожі. Шоп-тури організуються найчастіше в сезон розпродажів та знижок для придбання одягу, взуття, хутряних та ювелірних виробів, косметики тощо. Об'єктами цього виду туризму є великі міста таких країн як Франція, Італія, Великобританія, Іспанія, Греція, Туреччина, ОАЕ, які мають розгалужену мережу торговельно-розважальних центрів, а також магазини duty-free у великих аеропортах

3. Види турів

Таблиця 2

Класифікація турів за різними ознаками

Ознаки	Види турів
1. За метою подорожі	<ul style="list-style-type: none"> • курортно-лікувальні • рекреаційні • культурно-пізнавальні • розважальні • спортивні • ділові • релігійні • етнічні • пригодницькі • екологічні • хобі-тури та ін
2. За формою організації	<ul style="list-style-type: none"> • замовлені • комплексні (інклюзив-тури, пекідж-тури)
3. За кількістю учасників	<ul style="list-style-type: none"> • групові • індивідуальні • сімейні

4. За сезонністю	<ul style="list-style-type: none"> • цілорічні • сезонні
5. За тривалістю	<ul style="list-style-type: none"> • короткострокові (тури вихідного дня) • середньострокові • довгострокові
6. За класом обслуговування	<ul style="list-style-type: none"> • V.I.P. • люкс-апартамент • люкс • перший • туристський • шкільний (здешевлений) • кемпінг
7. За формою маршруту	<ul style="list-style-type: none"> • лінійні • кільцеві • радіальні • комбіновані
8. За способом пересування	<ul style="list-style-type: none"> • транспортні • пішохідні
9. За інтенсивністю пересування	<ul style="list-style-type: none"> • стаціонарні • маршрутно-стаціонарні • маршрутно-транспортні
10. За видами транспорту	<ul style="list-style-type: none"> • наземні: автомобільні, автобусні, залізничні, мотоциклетні, велосипедні, кінні та інші; • водні: річкові, морські, підводні; • повітряні: авіаційні, повітряні кулі, інші види
11. За територіальною ознакою	<ul style="list-style-type: none"> • міжнародні • внутрішні
12. За віком туристів	<ul style="list-style-type: none"> • дитячі • молодіжні • для людей середнього віку • для людей старшого віку
13. За відношенням до життєвого циклу продукту	<ul style="list-style-type: none"> • основні • підтримуючі • стратегічні • тактичні

4. Класи туристичного обслуговування

На підставі переліку послуг, що включені до турпаketу, формується програма обслуговування туристів. Для позначення якості послуг застосовують **клас обслуговування**. Нормативні документи з встановлення класів турів і програм обслуговування відсутні. Проблема полягає в тому, що туристський продукт в більшості випадків є комплексним і складається з набору послуг (розміщення, транспорт, харчування та ін.), що мають свої особливі внутрішні ознаки. При визначення класу обслуговування враховуються:

- Розміщення
- Харчування
- Екскурсійне обслуговування
- Анімаційне обслуговування
- Послуги гідів-перекладачів
- Транспортні послуги
- Зустрічі-проводи, трансфер
- Послуги носія тощо.

Стандартно прийнятими класами обслуговування є: **VIP, люкс, перший, туристський**. У вітчизняній практиці використовують додатково такі класи як «люкс-апартамент», «шкільний» (здешевлений) та «кемпінг».

Клас VIP – надання послуг найвищого рівня якості, розміщення в готелях категорії 5 зірок або розкішних некатегорійних готелях в багатокімнатних номерах категорії «люкс-апартамент», харчування по типу «а-ля карт» (відмінна кухня, широкий вибір блюд), повний пансіон, переліт першим класом, зустріч-проводи автотранспортом з підносом багажу в необмеженій кількості, індивідуальні перевезення на автомобілях класу “люкс”, індивідуальні послуги гіда і т. ін.

Клас “люкс-апартамент” – розміщення в номері типу «люкс-апартамент» в готелях класу 3*-5* за різних умов харчування в ресторанах категорії «люкс» та «вища», зустріч-проводи на автотранспорті з підноскою багажу в необмеженій кількості, переліт першим або бізнес-класом.

Клас “люкс” передбачає, 1-2-місне розміщення в 1.5-2-кімнатному номері категорії «люкс» та «напівлюкс» в готелях класу 3*-5*, харчування у ресторанах категорії «люкс» та «вища» за різних умов, зустріч-проводи на автотранспорті з підноскою багажу згідно умов обслуговування, переліт першим або бізнес-класом.

Перший клас - 1-2-місне розміщення в номерах з усіма зручностями готелі 3*-4*, харчування в ресторанах або кафе вищої або першої категорії на умовах угоди, зустріч-проводи на автотранспорті з підноскою багажу згідно умов угоди.

Туристський клас - 2-4-місне розміщення в номерах з обмеженим набором зручностей в готелях категорій 2-3 зірок, харчування в ресторанах або кафе першої категорії на умовах туру, переліт економічним класом регулярних авіарейсів (допускаються чартери), групові перевезення, зустріч-проводи та підноска багажу – за домовленістю. Обслуговування по туристському класу найбільш широко використовується при організації масових туристських подорожей.

Шкільний (здешевлений) клас – найдешевший варіант обслуговування. Звичайно ним користуються студенти і малозабезпечені верстви населення. Програми обслуговування передбачають мінімум послуг, що характеризуються невисокою якістю (розміщення в готелях категорій 1-2 зірок, в хостелах, гуртожитках; харчування може не надаватися взагалі; переліт, як правило, чартерними авіарейсами; перевезення можуть бути організовані на громадському транспорті).

Кемпінг – може бути повний (розміщення в будиночку, бунгало чи наметі) і неповний (надання місця під власний намет).

ТЕХНОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ ТУРПРОДУКТУ

За О.Любіцевою (2008) технологія розробки туру передбачає 3 основні етапи:

1. Передпроектний
2. Проектний
3. Ринковий

Передпроектний етап передбачає:

- Моніторинг ринку, оцінку конкурентоспроможності туристичного підприємства
- Вибір ринкової стратегії та тактики виходу на туристичний ринок
- Оцінка обраного ринкового сегменту
- Попереднє визначення параметрів туру

Проектування туру включає

- Розробку схеми туру
- Організаційно-технічні заходи
- Визначення економічних параметрів турпродукту

Розробка туру включає такі етапи:

- вибір пунктів маршруту,
- ієрархізація пунктів,
- визначення початкового і кінцевого пунктів,
- розробка схеми маршруту та його оптимізація,
- програмне забезпечення туру

Організаційно-технічні заходи передбачають: визначення класу обслуговування, укладання угод з постачальниками туристичних послуг:

- Угода з готелем
- Угода з підприємством харчування
- Угоди з транспортними підприємствами
- Угода з екскурсійним бюро
- Угода з музеєм тощо

Ринковий етап можна поділити на такі складові:

- Етап просування туру на ринок, пошук споживачів і реалізація
- Етап організації подорожі
- Етап після здійснення подорожі (удосконалення туру та його окремих складових)

Проектування туру як туристичної послуги здійснюється згідно з вимогами наступних міждержавних стандартів:

- ГОСТ 28681.1-95 "Туристично-екскурсійне обслуговування.. Проектування послуг";
- ГОСТ 28681.2-95 " Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Загальні вимоги";
- ГОСТ 28681.3-95 " Туристично-екскурсійне обслуговування. Вимоги до забезпечення безпеки туристів і екскурсантів".

Згідно цих документів, короткий опис послуги "Туристична подорож"

складають на основі вивчення потреб і платоспроможного попиту населення на види і форми туристичних подорожей і можливостей рекреаційних ресурсів у конкретному районі. Короткий опис послуги конкретизують у проекті програми обслуговування туристів.

Розробка програми обслуговування включає визначення

- маршруту подорожі;
- переліку туристичних підприємств - виконавців послуги;
- періоду надання турів кожним підприємством - виконавцем послуги;
- складу екскурсій і визначних об'єктів;
- переліку туристичних походів, прогулянок;
- комплексу дозвільних заходів;
- тривалості перебування в кожному пункті маршруту;
- кількості туристів, що беруть участь у подорожі,
- видів транспорту для внутрішньомаршрутних перевезень;
- потреби в інструкторах-методистах з туризму, екскурсоводах, гідях-перекладачах, іншому обслуговуючому персоналі та необхідній додатковій їхній підготовці;
- необхідної кількості транспортних засобів;
- форм і підготовки рекламних, інформаційних і картографічних матеріалів, опису подорожі для інформаційних листків до туристичних путівок.

Результатом проектування *послуги “Туристична подорож”* є такі технологічні документи туристського підприємства:

- технологічна карта туристської подорожі;
- графік завантаження туристського підприємства;
- інформаційний листок до туристської путівки.

Основним результатом проектування *послуги “Туристичний похід”* є паспорт траси туристського походу,

Паспорт траси туристичного походу повинен бути погоджений з:

- органами санітарно-епідеміологічної служби;
- іншими організаціями, що контролюють переміщення транспортних засобів (державтоінспекцією, водною інспекцією і т. п.);
- органами управління (власниками) земельними угіддями, по яких проходить траса туристичного походу.

Основним результатом проектування *послуги «Екскурсія»* є такі технологічні документи:

- технологічна карта екскурсії
- контрольний текст екскурсії
- матеріали «Портфеля екскурсовода»
- схема траси маршруту транспортної екскурсії

Зразки деяких із цих документів наведені в додатках.

ОРІЄНТОВНА СХЕМА ПРЕДСТАВЛЕННЯ ТУРПРОДУКТУ

При розробці турпродукту за основу можна взяти наступну схему:

1. Загальні параметри туру:

- назва туру (рекламне гасло з підзаголовком роз'яснювального змісту);
- вид туризму;
- форма організації (індивідуальний, груповий);
- тривалість (днів/ночей);
- сезонність;
- цільова група (кількість і склад учасників).
- клас обслуговування;
- параметри маршруту (форма, початковий, проміжні та кінцевий пункти, протяжність, напрям руху)
- схема маршруту (з нанесенням на карту)

2. Короткий опис туристичних центрів та об'єктів показу на маршруті.

3. Програма перебування (перелік ключових заходів у кожному пункті та розрахунок бюджету часу по днях і годинах)

4. Основні і додаткові послуги під час туру

- транспорт і трансфер (вид транспорту, клас перевезення, аргументація вибору)
- послуги розміщення (перелік засобів розміщення, їх категорія, характеристика номерного фонду, перелік послуг)
- послуги харчування (форма організації харчування, кратність, вид обслуговування, особливості меню)
- програмне обслуговування (екскурсійні, розважальні та інші заходи)
- інші послуги (страхування, прокат спорядження, побутове обслуговування, реалізація сувенірів тощо)

5. Розрахунок вартості туру

1. Загальні параметри туру

Визначається нитка маршруту (початковий та кінцевий пункти, пункти проміжних зупинок), його тривалість (кількість днів/ночей), загальна довжина. Наводиться картосхема маршруту.

Для складання траси маршруту необхідно визначити:

- перелік об'єктів, що відвідуються туристами в процесі поїздки;
- основні населені пункти, в яких слід зупинитися туристам при відвідинах даних об'єктів;
- місця ночівлі
- загальну тривалість туру.

У даному розділі повинна бути представлена карта території, на якій відмічені пункти розміщення туристів (міста, в яких вони зупинятимуться), а також об'єкти відвідування (пункти, в які туристи виїжджатимуть з

екскурсійною програмою). Якщо програма туру включає відвідини декількох міст, то потрібно стрілкою вказати послідовність їх відвідування.

При визначенні тривалості поїздки необхідно враховувати вид туризму та мету подорожі. Зокрема, при організації лікувально-оздоровчих турів тривалість перебування туристів на курорті повинна бути не менше 15 днів. В той же час ділові поїздки є менш тривалими, кількість днів такого туру повинна вибиратися залежно від кількості днів заходу, що проводиться (конгресу, виставки, ярмарки і так далі).

Кількість відвідуваних туристами об'єктів залежатиме від їх віддаленості один від одного. Тому рекомендується за допомогою карти визначити приблизну відстань між ними, і, відповідно, час її подолання.

Інформація може бути представлена у вигляді таблиці

Таблиця 3.

Параметри маршруту

Відрізок шляху	Відстань, км	Спосіб долання (вид транспорту)	Час перебування в дорозі (год.)
А- В	180	Автобус ЛАЗ-Турист	2,0
В - С	225	-, -	2,5

Пункти зупинок на маршруті наносять на картосхему у вигляді літер, а нижче наводять їх розшифровку. Початковий і кінцевий пункти, а також пункти ночівлі відмічають спеціальними позначками.

Схема маршруту залежить від обраної форми. За формою маршрути можуть бути лінійні, кільцеві, радіальні та комбіновані, (Рис. 4).

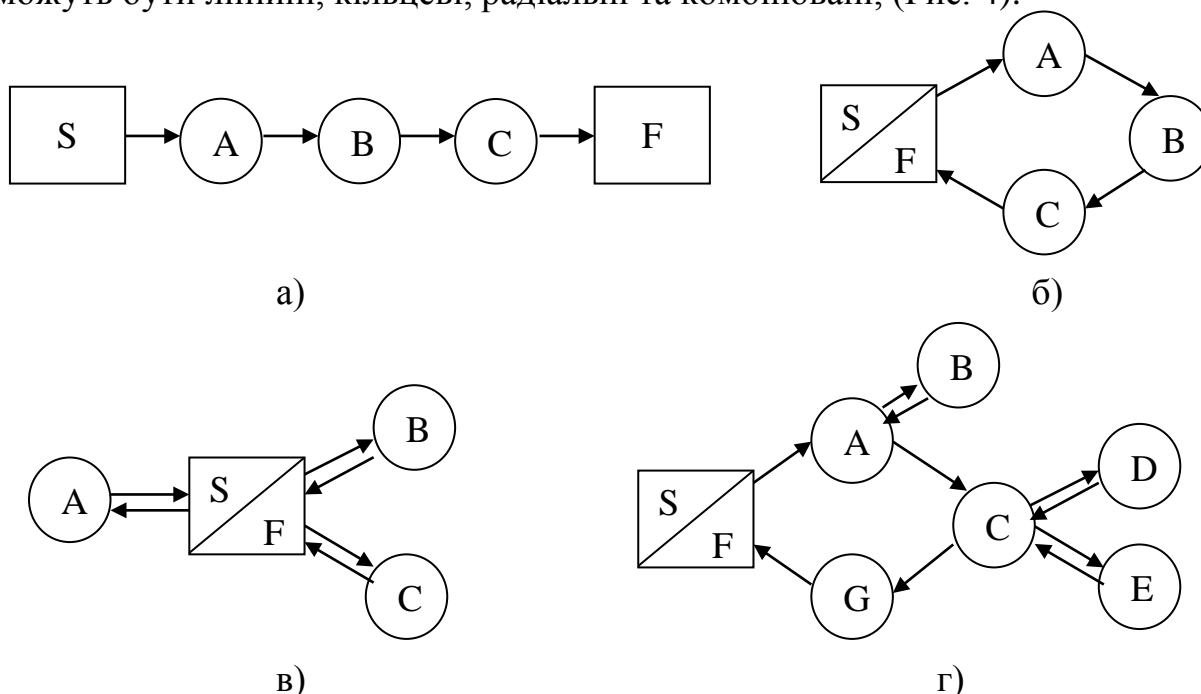


Рис. 4. Види туристичних маршрутів за формою побудови траси: а) лінійний; б) кільцевий; в) радіальний; г) комбінований (S, F – початковий і кінцевий пункти маршруту, А, В, С, D, Е, G – проміжні пункти)

Вибір схеми маршруту залежить від конфігурації транспортної мережі, її густоти та технічного стану, рівня розвитку окремих видів транспорту, а також від рівня розвитку туристичної інфраструктури (наявності в окремих пунктах засобів розміщення, закладів харчування тощо).

Після визначення схеми маршруту необхідно провести його оптимізацію, яка полягає у встановленні ряду об'єктивних та суб'єктивних обмежень. Об'єктивні обмеження виходять з умов сегментації ринку, а суб'єктивні визначаються можливостями туроператора. Основним обмеженням на початковому етапі розробки туру є обмеження в часі та засобах по забезпеченню комфортності подорожування. Саме часові обмеження визначають вибір транспортних засобів та їх тип під час проходження маршруту. Обмежуючими факторами може бути також відсутність засобів розміщення відповідного класу чи недостатній номерний фонд, поганий стан доріг на окремих ділянках маршруту

2. Туристичні центри та об'єкти відвідування

У цьому розділі необхідно навести перелік об'єктів, що будуть відвідуватися туристами у кожному з відвідуваних міст, а також дати стислу характеристику кожного з них. Даний перелік повинен відповідати обраному виду туризму. Наприклад, при організації культурно-пізнавального туру основними об'єктами показу є замки, палаци, пам'ятники історії і архітектури, культури і мистецтва і т.д.; при організації екологічного туру – цікаві об'єкти природи, природно-заповідні території, заповідники і так далі. При розробці гірськолижного туру слід описати відвідувані гірськолижні курорти, існуючі лижні траси і підйомники.

Розробляючи діловий тур, необхідно провести аналіз ділових заходів, які проводяться на території країни (бажано представити календар виставок, ярмарків, що проводяться за поточний рік). В результаті проведеного аналізу рекомендується розробляти тур, присвячений якому-небудь конкретному діловому заходу, що проходить в одному конкретному місті. Необхідно навести програму заходу та умови участі в ньому.

При організації дитячого туристського маршруту необхідно обирати місцевості, які є привабливими для відпочинку дітей. При цьому слід пам'ятати, що організація дитячого відпочинку має ряд своїх особливостей: територія дитячого відпочинку повинна знаходитися на екологічно чистій території, мати відповідні рекреаційні ресурси. При організації дитячого туру в екскурсійну програму, крім культурно-пізнавальних об'єктів, бажано включати розважальні поїздки: у парки розваг, зоопарки, дельфінарії і так далі.

При розробці рекреаційного або лікувального туру необхідно охарактеризувати рекреаційні можливості обраного курорту, його інфраструктуру, різноманітність оздоровчих послуг тощо. Окрім того, з метою організації дозвілля, в якості доповнення до основної програми варто запропонувати кілька одноденних пізнавальних екскурсій до найбільш цікавих об'єктів, що знаходяться неподалік.

3. Складання програми перебування

Програма перебування — це набір запланованих туристичних послуг, розподілених за днями та годинами їх надання.

Як правило, програми закордонних подорожей та маршрутів, що включають відвідання декількох пунктів, складаються за днями перебування. У кожному пункті маршруту програмні заходи розписують погодинно.

- *цільові* — заходи, зумовлені метою подорожі;
- *додаткові* — заходи, що включаються до програми з метою її урізноманітнення;
- *супутні* — час, який відводиться на сон, харчування, відпочинок, самостійну діяльність туристів;
- *технологічні* — час на очікування, доїзди тощо.

Складання програми починається з розподілу за днями туру кількості ночівель та кількості разів прийому їжі, які в комплексі мають складати певну кількість туроднів.

При складанні програми перебування слід враховувати час, відведений на супутні та технологічні елементи. Загальний ліміт часу програмного забезпечення становить залежно від контингенту туристів 12-14 годин.. Молодші та старші вікові групи повинні мати більше часу на відпочинок вночі та можливість відпочинку вдень.. При складанні програм треба керуватися нормативними витратами часу на поселення (включаючи трансфер), харчування (сніданок – 30 хв., обід – 60 хв., вечеря – 45 хв.), екскурсійне обслуговування (тривалість екскурсії коливається від 1-3 год. На оглядові до 6-10 год. на виїзді), дозвіллеві заходи (тривалість спектаклю, концерту тощо). Програмою повинен забезпечуватись відпочинок мінімум 8 год. вночі та після харчування).

Не рекомендується включати більш ніж дві екскурсії тривалістю 2-3 години, або однієї замиської екскурсії тривалістю 6-12 годин на один екскурсійний день.

При створенні програми перебування враховуються можливості міста (курорту, країни). До програми вносяться найбільш значимі заходи та найвідоміші об'єкти. При плануванні екскурсійної програми слід уникати однотипності об'єктів показу, в той же час варто передбачити можливість їх взаємозамінності.

Підбір програмних заходів обумовлюється метою подорожі та залежить від складу її учасників. Так, у подорожах на відпочинок екскурсійні та розважальні заходи можуть бути майже цілком віднесені до додаткових послуг; в пізнавальних програмах екскурсії займають основне місце, додатково плануються розважальні заходи. У програмах для дітей значне місце приділяється пізнавально-виховним та розважальним заходам.

4. Основні і додаткові послуги під час туру

Характеристика засобів розміщення

У даному розділі необхідно скласти перелік засобів розміщення у містах, де запланована ночівля туристів, і дати їх детальну характеристику. Категорію

готелю необхідно вибрати відповідно до обраного класу обслуговування. При характеристиці кожного готелю студент повинен вказати:

- місце розташування готелю, його адресу;
- категорію готелю;
- характеристику номерного фонду;
- наявність додаткових послуг;
- рівень цін (нижня і верхня межа).

Доцільно подати ілюстрації зовнішнього вигляду готелю та інтер'єру одного з номерів, що пропонуються туристам. Якщо під час подорожі туристи увесь час житимуть в одному місці, то варто запропонувати кілька варіантів готелів на вибір. Після вивчення зібраної інформації, її можна систематизувати у вигляді наступної таблиці.

Таблиця 4

Характеристика засобів розміщення

№ п/п	Місце розташування	Назва готелю	Категорія	Номерний фонд	Ціна
1.					
2.					

Вибір засобів розміщення в значній мірі залежить від виду туризму та засобів пересування. Зокрема, **для ділового туризму**, як правило, це готелі високого рівня комфортності і сервісу, які мають умови для організації і проведення конгрес-заходів: з'їздів, нарад, симпозіумів, виставок, конференцій, семінарів, ділових зустрічей, переговорів (конгрес-готелі, конгрес-центри бізнес-центри тощо). Для лікувально-оздоровчого туризму це такі спеціалізовані

засоби розміщення як профілакторій та санаторій, для рекреаційно-відпочинкового – курортний готель, пансіонат, будинок відпочинку, для спортивного туризму – туристична база, кемпінг, гірський притулок, намет, для сільського туризму – котедж, сільський будинок (агрооселя), для водного туризму – акватель, ботель, флотель, круїзне судно, для автотуризму – мотель, кемпінг, караван і т.д.

Транспортне забезпечення туру

В цьому розділі потрібно обґрунтувати вибір того чи іншого виду (або видів) транспорту та конкретних транспортних засобів, що будуть використані під час подорожі для перевезення туристів до місця призначення, організації трансферу та транспортного обслуговування програмних заходів (екскурсій). Вид транспорту обирається залежно від відстані, мети туру та класу обслуговування.

Вибір транспортних засобів для забезпечення туристської подорожі залежить від цілого ряду чинників:

- цільової спрямованості і програми туру;
- тривалості транспортування;
- кількості туристів;

- місткості транспортного засобу;
- сезонності
- безпеки пересування;
- мобільності транспортного засобу і рівня комфорту
- вартості оренди транспортного засобу.

При організації *автобусного туру* необхідно вказати назву автобуса, його клас (кількість сірок), місткість, перелік необхідних послуг.

При використанні *повітряного транспорту* треба визначити клас польоту (економ-клас, бізнес чи перший клас), назву авіакомпанії, навести графік рейсів.

При використанні *залізничного транспорту* необхідно вказати вид, назву та номер поїзда, графік руху, тип вагона, додаткові послуги під час подорожі (якщо такі передбачені).

При організації *водних перевезень* слід дати загальну характеристику судна, визначити його категорію, класи кают, набір основних і додаткових послуг тощо.

Туристична подорож може проходити при комбінованому використанні декількох видів транспорту: залізничний+автобус, авіаційний+автобус і т. д. У тих випадках, коли турист використовує кілька видів транспорту, рекомендується виділяти основний засіб транспорту, який визначається за способом пересування для подолання найбільшої відстані.

Найбільш мобільні види транспорту – автобус і легковий автомобіль використовуються як на самостійних маршрутах, так і у вигляді трансферного транспорту для доставки туристів з аеропорту чи вокзалу в готель і назад.

На невеликих відстанях можуть бути використані активні засоби пересування (велосипеди, катамарани, байдарки тощо). У цьому випадку необхідно передбачити необхідну кількість транспортних засобів, послуги прокату, наявність інструктора та відповідні заходи безпеки.

Організація харчування туристів

Необхідно обрати один з трьох основних варіантів організації харчування під час туру.

- сплачене харчування (всі витрати на харчування включені у вартість туру або готельного номера);
- харчування не включене у вартість турпакету і надається за додаткову плату в місці перебування;
- самообслуговування (туристи або самі готують собі їжу, або харчуються в інших закладах харчування як звичайні відвідувачі).

У перших двох випадках необхідно подати коротку характеристику закладів харчування в готелі (готелях). У третьому випадку наводиться орієнтовний перелік закладів харчування відповідної категорії, які можна рекомендувати відвідати туристам. Варто зупинитися також на особливостях національної кухні, подати перелік страв, які обов'язково варто скуштувати, перебуваючи в цій країні

Дуже важливим є вибір плану харчування та форми обслуговування.

При організації харчування в готелях залежно від того, чи входить вартість

харчування разом з розміщенням до готельного тарифу, розрізняють 4 системи обслуговування:

– *європейський план*. Являє собою готельний тариф, що включає вартість розміщення без урахування харчування.

– *американський план* (повний пансіон, FB). У готельний тариф входить вартість розміщення і вартість триразового харчування;

– *модифікований американський план* (напівпансіон, HB), при якому до готельного тарифу входять вартість розміщення і вартість дворазового харчування;

– *континентальний план* («ліжко і сніданок», VB), при якому у вартість номера входить одноразове харчування (сніданок).

Крім триразового харчування в готелях може надаватися чотириразове харчування за формулами “*все включено*” (*All inclusive*), “*ультра все включене*” (*Ultra All inclusive*) і “*екстра все включено*” (*Extra All inclusive*). Воно охоплює сніданок, обід, полудень і вечерю, а також додаткові закуски.

Харчування за формулою *Ultra All inclusive* надають спеціалізовані ресторани: “*а ля карт*” (замовлення за меню) + алкогольні напої імпортного виробництва без обмеження.

Під час їжі по формулі *All inclusive (All i Al)* до безкоштовних напоїв місцевого виробництва офіціант може запропонувати воду, чай, каву, прохолодні напої, а також вино і пиво.

Оскільки формула “*все включено*” відрізняється в різних країнах і навіть готелях, то при бронюванні туру необхідно розкривати цю формулу саме для того готелю, в якому розміщуватимуться туристи під час туру.

При організації харчування використовують різні *форми обслуговування*: “*а ля карт*”; “*а парт*”; “*табльдот*”; шведський стіл.

При використуванні форми обслуговування “*а ля карт*” гості з карти меню блюд і напоїв вибирають те, що їм найбільше подобається. Замовлення передається на кухню і зразу починається приготування і сервіровка замовлених блюд і напоїв..

“*А парт*”. При цьому методі обслуговування гості, заздалегідь зробивши замовлення, обслуговуються у встановлений проміжок часу. Часто зустрічається в будинках відпочинку і курортних готелях.

“*Табльдот*” відрізняється від “*а парт*” тим, що всі гості обслуговуються в один і той же час і за одним і тим же меню. Часто використовується в пансіонатах, будинках відпочинку та інших засобах розміщення, де виробничі потужності й можливості кухні обмежені.

Шведський стіл представляє широкий вибір страв з вільним доступом: можна взяти все що завгодно в бажаній кількості з того, що запропоновано і виставлено. Шведський стіл практично аналогічний буфетному обслуговуванню, яке припускає часткове самообслуговування гостей.

Страховання туристів під час подорожі

Основними обов’язковими видами страхування в туризмі є

- *страхування від нещасних випадків*
- *медичне страхування*

Страховання від нещасних випадків є підгалуззю особистого страхування і передбачає виплату страхового забезпечення (повністю або частково) у зв'язку з настанням несприятливих явищ – нещасних випадків (або їх наслідків), пов'язаних з життям і здоров'ям застрахованого. Під *нешасним випадком* розуміють раптову подію, що відбулась незалежно від волі застрахованого і призвела до розладу його здоров'я, травмування, інвалідності або смерті. *Страховим випадком* у цьому разі визнається: смерть застрахованого, інвалідність або часткова втрата працездатності, які відбулися внаслідок нещасного випадку у період дії договору страхування.

Медичне страхування відноситься до видів особистого страхування, що надають страховий захист у випадках несприятливої дії страхових ризиків на стан здоров'я застрахованих. При медичному страхуванні *страховим випадком* вважається раптове захворювання застрахованого, що становить загрозу його життю і потребує термінового втручання..

Страхові компанії найчастіше пропонують комплексний договір страхування подорожуючих, який включає програму медичного страхування і програму страхування від нещасних випадків. Вартість страхового полісу для подорожуючих залежить від:

- країни перебування;
- розміру страхової суми;
- програми страхування;
- терміну перебування на території іншої країни;
- мети поїздки (відпочинок, заняття спортом, робота);
- наявності франшизи.

Більшість страхових компаній пропонують кілька варіантів програм медичного страхування подорожуючих за кордон. Найпростіша програма (тип А) зазвичай включає:

- швидку та невідкладну медичну допомогу
- амбулаторне лікування
- стаціонарне лікування
- оплату вартості медикаментів та засобів медичного призначення
- екстрену стоматологічну допомогу до 100 USD/EUR
- медичне транспортування у країні перебування в лікувальну установу
- репатріацію останків
- дострокове повернення застрахованого на батьківщину

Тип В додатково до попередньої програми включає візит третіх осіб (родичів) у разі госпіталізації застрахованого, евакуацію дітей до 14-16 років, продовження терміну перебування за кордоном, переоформлення проїзних документів в разі передчасного повернення і т.д. Тип С, крім всього вищезгаданого, передбачає також пошук втраченого багажу, юридичні витрати, компенсацію витрат при втраті закордонного паспорта. Рідше зустрічається тип D, який до попередньої програми додає ще комплекс послуг по підтримці автомобіля.

Програма медичного страхування подорожуючих по Україні включає швидку медичну допомогу, амбулаторне та стаціонарне лікування, невідкладну стоматологічну допомогу та медичне транспортування.

Важливе значення має розмір страхової суми (ліміту відповідальності страховика). Ця сума залежить від ряду чинників: переліку пропонованих полісом послуг; країни перебування; маршруту закордонної поїздки і т. ін. Крім того, ряд країн самі встановлюють мінімальні вимоги до ліміту відповідальності для в'їжджаючих. Так для країн СНД цей ліміт становить 5 тис. USD, для Туреччини і Єгипту – 15 тис. USD, для країн Європи, що належать до Шенгенської зони – 30 тис. EUR, для поїздки в США, Канаду, Японію, Австралію – 50 тис. USD.

Додатково оплачуються ризики, пов'язані з віком туристів. Для осіб, старших за 65 років (в окремих компаніях – старших за 60 років) сума внеску збільшується вдвічі, старше 70 років - втричі. Так само вводиться поправочний коефіцієнт 1,5-2 для дітей віком менше 3 років.

Не укладаються договори відносно осіб, які страждають психічними захворюваннями, важкими нервовими захворюваннями та інвалідів 1-ї і 2-ї групи.

Для турів з підвищеним ризиком також вводяться типові коефіцієнти для страхових платежів: зимові види спорту за винятком гірськолижного – 1,8, гірськолижний – 2,8, плавання – 1,2, стрибки у воду – 2,0, підводне полювання – 1,8, велосипед – 2,0, альпінізм – 3,0 []. Деякі страхові компанії для активних видів відпочинку використовують поправочний коефіцієнт 1,5, а для занять професійним спортом – 2.

Інші послуги і товари

До складу туристичного продукту можуть додатково входити велика кількість специфічних і неспецифічних послуг і товарів, їх вибір залежить в першу чергу від виду туризму та мети подорожі. Це можуть бути:

- екскурсійні послуги;
- дозвіллево-розважальні (анімаційні) послуги;
- послуги з оформлення візи (при організації подорожей, що передбачають візові формальності);
- лікувально-оздоровчі послуги;
- SPA-послуги;
- побутове обслуговування (прання та прасування білизни, хімчистка, надання в користування побутових приладів);
- прокат спорядження та інвентарю;
- інформаційні послуги (надання довідок, інформаційних джерел);
- оренда транспортних засобів (наприклад, автомобіля);
- догляд за дітьми (послуги няні);
- послуги з користування Інтернетом, бездротовим зв'язком, сейфом і т.д.;
- послуги гідів, перекладачів, інструкторів, провідників тощо.

Серед туристичних товарів найважливіше місце займає сувенірна продукція, інформаційно-довідкові та рекламні видання (карти, путівники, буклети, листівки), а також туристичне спорядження (особливо для активних видів туризму.)

МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Ціна типового туру на стадії планування включає такі основні складові:

1. Ціна «нетто», в тому числі:

1.1. Вартість окремих видів послуг (транспортні перевезення, розміщення туристів, харчування, екскурсійне обслуговування, страхування, оформлення візи та ін.), що склалася у конкретних виробників послуг.

1.2. Непрямі податки на окремі види послуг (універсальні та специфічні акцизи, місцеві збори).

2. Дохід (маржа) туристичного підприємства, який поділяється на:

2.1. Поточні витрати туристичної фірми (туроператора) на розробку туристських маршрутів, екскурсійних програм, програм обслуговування туристів у процесі реалізації туру.

2.2. Прибуток туроператора з урахуванням податкових платежів прибутку.

2.3. Комісійна винагорода на користь турагента та інших посередників, які беруть участь в реалізації туру.

2.4. Сезонні та інші комерційні знижки для окремих туристів та туристських груп.

3. Податок на додану вартість з маржинального доходу.

Прямі змінні витрати (вартість окремих видів послуг)	Непрямі податки (на окремі види послуг)	Умовно-постійні витрати на розробку та реалізацію туристичного продукту	Прибуток туристичного підприємства (з урахуванням податкових платежів)	Комісійна винагорода на користь турагенства та інших посередників	Сезонні та інші комерційні знижки для окремих туристів	ПДВ з доходу від реалізації туру
Ціна «нетто» (обмежена собівартість) туру		Маржинальний дохід				
Виробнича собівартість туру						
Ціна пропозиції («брутто») туру						

Рис. 5. Відпускна вартість пакету туристичних послуг.

До ціни «нетто» групового туру найчастіше відносяться такі складові собівартості туру:

- вартість транспортного квитка.
- вартість проживання в готелі та інших місцях розміщення.
- вартість харчування.
- трансфер.
- вартість екскурсійного обслуговування.

- страхові платежі.
- вартість оформлення віз
- вартість інших послуг, передбачених програмою туру

До ціни «брутто» включається вартість послуг туристичних фірм по просуванню й реалізації туру з врахуванням витрат, прибутку, податкових платежів, а також суми комерційних знижок для окремих категорій туристів.

Таким чином, при встановленні відпускнуої вартості пакету туристичних послуг і ціни туру використовуються два варіанти цін:

- Ціна - «нетто», що характеризує «обмежену собівартість» турпродукту.
- Ціна - «брутто», тобто ціна пропозиції турпродукту на ринку.

Ціна - «нетто» відбиває суму цін, розцінок та тарифів на всі види послуг, що надаються туристам, включаючи податок на додану вартість, готельний збір, митні збори, страхові платежі. Трансфер, як правило, входить до вартості пакету послуг, бо він від самого початку забезпечує чітке обслуговування туристів. Для перевезення туристів та їхнього багажу до готелю (трансфер) використовують мікроавтобуси, легкові автомобілі та інші транспортні засоби.

Для визначення повної собівартості туру до ціни «нетто» додаються витрати туристичних фірм, пов'язані з організацією їхньої діяльності. До переліку цих витрат входять: заробітна плата персоналу, амортизація устаткування (комп'ютерної техніки, меблів тощо), утримання приміщень (прибирання, охорона, ремонт, комунальні послуги, витрати на електроенергію, зв'язок та ін.), витрати на рекламу, маркетинг, відрядження, представницькі заходи, виробниче навчання та інші адміністративні й загальногосподарські витрати.

Ціна - «брутто» включає повну собівартість туру, прибуток туроператора, всі види його податкових платежів, комісійну винагороду тур агента та інших посередників, сезонні та інші комерційні знижки для окремих туристів і туристських груп, суму ПДВ.

Ціна турпакета в розрахунку на одного туриста визначається за формулою:

$$Ц = [(\sum Vi + \sum Ni) + (Vn + П + К + Vчi + \sum Zn(k)) * 1,2] / Чт, \quad (1)$$

де Ц - ціна турпакета в розрахунку на одного туриста, грн.;

$\sum Vi$ - вартість послуг, які входять до пакета, складеного туроператором, грн.;

$\sum Ni$ - непрямі податки на окремі види послуг, грн.;

Vn - умовно-постійні витрати туроператора, грн.;

П - прибуток туроператора, грн.;

К - комісійна винагорода турагенту чи іншому посереднику, який реалізує турпакет (без урахування ПДВ);

$Vчi$ - вартість послуг осіб, які супроводжують групу туристів, грн.;

$\sum Zn(k)$ - комерційні знижки для окремих туристів чи туристських груп;

Чт - чисельність туристів у групі, осіб;

1,2 - коефіцієнт, що враховує податок на додану вартість з маржинального доходу.

Комплексна ціна туру має змінні елементи — так звані прямі змінні витрати (ціна «нетто») та умовно-постійні витрати туристичної фірми — складові ціни «брутто». Ряд умовно-постійних витрат (вартість послуг гίδα екскурсовода, перекладача та інших послуг працівників, що супроводжують групу туристів) в розрахунку на одного туриста зменшується (збільшується) по мірі збільшення (зменшення) чисельності туристів у групі й враховуються у ціні туру як прямі змінні витрати. Тому при визначенні вартості й ціни турпакета враховують загальний обсяг операцій та сумарну вартість угоди.

У туристичній практиці прямі змінні витрати туру включають складові ціни «нетто»), передбачені у складі туру контрактною, агентською чи іншою туристичною угодою, а також прямі виробничі витрати турфірми на придбання прав на послуги сторонніх організацій, оплату праці виробничого персоналу з відрахуваннями на соціальні заходи, вартість послуг гίδα, екскурсовода, перекладача та комісійну винагороду іншим посередникам — вітчизняним чи іноземним фірмам-партнерам.

Типова структура непрямих умовно-постійних адміністративних, комерційних та інших загальних витрат вітчизняних туристичних фірм на виробництво і реалізацію туристичної продукції (Вп) включає такі складові:

$$\mathbf{Вп = Воп + Всз + Вр + Взб + Він} \quad (2)$$

де Воп. — витрати на оплату праці працівників адміністративного апарату тур- фірми — 30 - 35%;

Всз. — відрахування на соціальні заходи — 12 - 15%;

Вр. — витрати на рекламу — близько 20%;

Взб. — витрати на інші заходи щодо стимулювання збуту — близько 10%;

Він. — усі інші витрати, в т. ч. оренда офісу, комунальні послуги, опалення, банківські послуги, амортизаційні відрахування та ін. — близько 20%.

Отже, понад дві третини умовно-постійних витрат турфірм — це витрати на рекламу та на оплату праці працівників адміністративного апарату з вників адміністративного апарату з відрахуваннями на соціальні заходи.

При розробці ціни на туристичний продукт, який реалізуватиметься через посередників, враховують загальний розмір комісійної винагороди туроператора та комісійні винагороди посередників.

Практика вітчизняного туристичного бізнесу розрізняє такі **види комісійних винагород**:

1. Комісійна винагорода туроператорів, що розробляють програми турів та реалізують їх самостійно або через посередників — 15 - 30% від ціни «нетто».

2. Роздрібна комісійна винагорода, що виплачується турагентам, які реалізують тури — 5 - 10% від ціни «нетто».

3. Комісійна винагорода інших посередників між туристом та готелем, екскурсійним бюро, розважальним закладом тощо — від 5% до 15% від ціни «нетто», з врахуванням обсягу реалізації послуг.

У вітчизняній практиці найчастіше ціна туру визначається на основі його обмеженої собівартості та нормативної надбавки («маржі» або «доданого

прибутку»). Доданий прибуток (маржа) встановлюється фірмою у відсотках до ціни «нетто». Розмір маржі на вітчизняні туристичні продукти коливається в межах 15 - 30% від ціни «нетто» туру й залежить від багатьох факторів, але насамперед від кількості посередників, що беруть участь в реалізації туру.

Розрахунок загального планового обсягу маржинального доходу туристичної фірми необхідний для того, щоб визначити, чи зможе підприємство покрити постійні витрати та чи залишаться в нього кошти для формування прибутку. Маржинальний дохід необхідно визначати окремо по кожному турпродукту, тому що тури нерівноцінні за своєю вартістю, різною є сума змінних витрат, які відносяться на собівартість туру. Загальний обсяг маржинального доходу туристичного підприємства визначається як різниця між виручкою від реалізації туристичної продукції й прямими змінними витратами.

Маржинальний дохід від організації туру в розрахунку на одного туриста розраховується за формулою:

$$D_m = C - S \quad (3)$$

де D_m — маржинальний дохід у розрахунку на одного туриста;

C — ціна туру («брутто»);

S — обмежена собівартість туру (ціна «нетто»).

Критерій беззбитковості визначається мінімальним обсягом продажу послуг, необхідним для покриття всіх витрат туристичної фірми. Розрахунок здійснюється за допомогою трьох показників, а саме:

- рівень маржинального доходу, відсоток до ціни «брутто» туру;
- сума умовно-постійних витрат;
- середня ціна туру.

Рівень маржинального доходу розраховується таким чином :

$$\text{Рівень маржинального доходу в складі ціни туру} = \frac{\text{маржинальний дохід}}{\text{ціна туру}} * 100\% \quad (4)$$

Виручка, що забезпечує беззбитковість реалізації турів (Вир.) розраховується за такою формулою:

$$\text{Вир.} = \frac{\text{Постійні витрати} * 1,2 * 100\%}{\text{Рівень маржинального доходу}} \quad (5)$$

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТУРПРОДУКТІВ ЗА ОКРЕМИМИ ВИДАМИ ТУРИЗМУ

1. Лікувально-оздоровчий туризм

Визначення, мета, об'єкти.

Лікувально-оздоровчий туризм як різновид рекреаційного вважають одним із найстаріших видів туризму у світі. Він включає подорожі з метою лікування та профілактики різних захворювань, загального оздоровлення та реабілітації, що здійснюється на базі санаторно-курортних установ. Поширений у країнах з вигідним географічним розташуванням та сприятливими кліматичними умовами, які мають бальнеологічні та кліматичні літні й зимові курорти.

Основними об'єктами лікувально-оздоровчого туризму є природні ресурси (цілющий клімат, лікувальні джерела і грязі, мальовничі й садово-паркові ландшафти тощо) та створені на базі цих ресурсів заклади санаторно-курортної сфери. Поїздки на лікування тісно пов'язані з медичним обслуговуванням.

Розрізняють три основних типи курортів: бальнеологічні, грязьові і кліматичні. На *бальнеологічному курорті* в якості головного лікувального фактора використовуються природні мінеральні води. *Грязьові курорти* прив'язані до родовищ лікувальних грязей (пелоїдів). *Кліматичні курорти* поділяють на приморські, лісові (рівнинні), гірські, клімато-кумисо-лікувальні тощо. Кожному з них властива унікальна комбінація кліматичних факторів (температура, атмосферний тиск, сонячне випромінювання і т.п.), що використовуються з лікувально-профілактичною метою.

Основні центри розвитку (в світі і в Україні)

Основні райони лікувально-оздоровчого туризму в Старому Світі знаходяться в Західній, Центральній та Східній Європі (Німеччина, Австрія, і Швейцарія, Італія, Угорщина, Чехія, Словаччина тощо). На американському континенті безперечним лідером на ринку лікувально-оздоровчого туризму є *США*. На Близькі Схід потоки туристів з лікувально-оздоровчими цілями спрямовані в *Ізраїль* на Мертве море. У країнах Південної, Східної і Південно-Східної Азії користуються попитом поїздки з лікувальними цілями в *Непал, Китай, Таїланд* завдяки послугам східної нетрадиційної медицини. В Україні визнаними центрами лікувально-оздоровчого туризму є відомі кліматичні курорти Південного узбережжя Криму, Одеської, Херсонської та Запорізької областей, бальнеологічні курорти Львівщини та Закарпаття, Поділля, Полтавщини та Донеччини, грязьові курорти Криму та Одещини.

Загальні вимоги до турпродукту

- Особливостями туристичного продукту лікувально-оздоровчого туризму є:
- тривалість перебування (повинна бути не менше 2-3 тижнів, не залежно від типу курорту і захворювання, лиш тоді досягається оздоровчий ефект);
 - висока вартість перебування і лікування, високі вимоги до рівня обслуговування. Зазвичай, лікування на курортах є дорогим, тому даний вид туризму розрахований на заможних клієнтів, що замовляють індивідуальну програму перебування і лікування;
 - специфічна цільова аудиторія (найчастіше люди старшого або середнього

віку, які мають певні проблеми зі здоров'ям, а також сім'ї з дітьми). Вибір робиться між курортами, що спеціалізуються на лікуванні конкретного захворювання, і курортами змішаного типу, що здійснюють загальноукріплюючий вплив на організм та сприяють відновленню сил і зняттю стресу;

- Тісний зв'язок із медичним обслуговуванням (від рекомендацій лікаря до організації спеціальних процедур), що вимагає від туристичних фірм певної обізнаності у цій сфері.

Останнім часом ринок лікувально-оздоровчого туризму зазнає змін. Традиційні санаторні курорти перестають бути місцем лікування і відпочинку осіб похилого віку і стають поліфункціональними оздоровчими центрами, розрахованими на широке коло споживачів.

Особливості засобів розміщення

В лікувально-оздоровчому туризмі використовуються спеціалізовані засоби розміщення - санаторії, профілакторії, курортні поліклініки, бальнеологічні лікарні та грязелікарні, лікувальні пансіонати, будинки відпочинку тощо), які, крім стандартного набору готельних послуг можуть надавати також специфічні послуги – лікувальні, загально-оздоровчі тощо. Категорія такого закладу та тип номера залежать від цільової аудиторії, але на загал вимоги до класу обслуговування є дещо вищими, ніж при інших видах туризму. Визначальним при виборі закладу є не його категорія, а спеціалізація на наданні тих чи інших лікувальних послуг.

Особливості організації харчування

Харчування організовується у спеціальних ресторанах та їдальнях при санаторіях чи інших засобах розміщення. Воно обов'язково включене у вартість туру, 3- або 4-разове, здійснюється по типу «повний пансіон» (FB) чи «все включено» (AI). Важливою умовою є наявність різних варіантів дієтичних столів, залежно від виду захворювань, на яких спеціалізується даний заклад. Вибір дієти здійснюється відповідно до рекомендацій лікаря.

Програмне обслуговування.

Лікувально-оздоровчі тури є стаціонарними і передбачають тривале перебування туристів в одному місці, тому організація змістовного дозвілля є дуже важливою.

Програма перебування включає проходження різноманітних лікувальних процедур, які відбуваються, зазвичай, у першій половині дня. Це потрібно враховувати при плануванні дозвіллевих заходів.

Екскурсійна програма не повинна бути дуже насиченою, вона може включати 1-2 екскурсії за радіальними маршрутами до найближчих історико-культурних чи природних пам'яток, найчастіше у вихідні дні. Екскурсії пропонуються туристам в режимі вільного вибору і за окрему плату. Популярними є інформаційні заходи (лекції та кінолекторії, зустрічі з відомими людьми), культурно-видовищні (концерти, фестивалі, театральні вистави), розважальні масові дійства, танці, атракціони, вікторини та конкурси), спортивно-оздоровчі (оздоровча гімнастика, прогулянки по околицях, стежки

здоров'я, відвідування тренажерного залу, басейну, SPA-салону тощо). Важливо, щоб такі заходи не були занадто втомливими для туристів.

Основні та додаткові послуги

До основних послуг в рамках лікувально-оздоровчого туру входить розміщення, харчування, іноді транспортне перевезення, а також обов'язкові медичні послуги за призначенням лікаря (різного виду терапія, масажі, ванни, водо- та грязелікування, лікувальна фізкультура, інші лікувальні та профілактичні процедури).

До додаткових послуг належать екскурсії, відвідування тренажерних залів, SPA-салонів, сауни та басейнів, різні побутові послуги (прання та прасування одягу, хімчистка, перукарня), прокат спортивного інвентаря тощо. Крім того, туристи можуть самостійно обирати низку профілактичних та загальнооздоровчих процедур, що не потребують спеціального призначення лікаря. У цьому випадку послуги є додатковими і здійснюються за окрему плату.

2. Культурно-пізнавальний туризм

Визначення, мета, об'єкти.

Культурно-пізнавальний туризм – це вид туризму, головною метою якого є пізнання особливостей матеріальної й духовної культури населення територій і місцевостей. Вважається найпопулярнішим, наймасовішим видом туризму. Відрізняється різноманітністю форм і підвидів.

Доволі часто одно-двох денні поїдки з культурно-пізнавальною метою можуть виступати як частина триваліших туристичних подорожей (під час відпочинку на морі, в санаторно-курортному закладі, поїздки з діловою метою тощо).

Основними об'єктами пізнання туристів, є т.зв. «історико-культурні туристичні ресурси» – пам'ятки оборонного мистецтва, сакральні пам'ятки, пам'ятки монументального мистецтва, музеї, пам'ятки археології, народна архітектура й ін. Об'єктами подорожей також є сучасні культурні об'єкти, події й явища.

Основні центри розвитку (в світі і в Україні)

Найбільшими центрами розвитку культурно-пізнавального туризму в світі є населені пункти і місцевості, у яких розташовано т. зв. «об'єкти Світової культурної спадщини ЮНЕСКО» – видатні культурні цінності, що становлять надбання усього людства. В Україні такі об'єкти є в Києві (Софійський собор, Києво-Печерська Лавра), Львові (історичний центр міста), Чернівцях (резиденція буковинських митрополитів). Крім цього, центрами розвитку культурно-пізнавального туризму є населені пункти України, в яких розміщено найатракційніші історико-культурні пам'ятки (особливо замки, палацово-паркові ансамблі). У таких місцях часто створено т. зв. «історико-культурні заповідники» (комплекси пам'яток, що мають особливу культурну, історичну і наукову цінність). Історико-культурних заповідників в Україні понад 60, у них зосереджено більшість найвідоміших в державі пам'яток культури.

Загальні вимоги до турпродукту

Культурно-пізнавальний туризм охоплює усі сегменти туристів.

Поширеними є як групові поїздки (чисельність групи залежно від місць у автобусі), так і поїздки індивідуальні та сім'ями. Значною є частка самодіяльного туризму, коли туристи, здійснюючи подорожі з культурно-пізнавальною метою, не звертаються за посередництвом до туристичних фірм.

Найчастіше тури тривають декілька днів, до тижня, масовими є також одноденні екскурсійні поїздки. За інтенсивністю пересування культурно-пізнавальні тури є маршрутними або маршрутно-стаціонарними, тобто передбачають постійне переміщення від одного об'єкту до іншого з нетривалими зупинками, головним чином для ночівлі.

Маршрут залежить від географічного розташування пам'яток, які турист планує відвідати. При плануванні турів на відвідування одного населеного пункту чи туристичного центру, як правило, відводиться від 1 до 3 днів залежно від його розміру і кількості об'єктів, які планується відвідати.

Ціна подорожі найчастіше залежить від обраного засобу розміщення, транспортного засобу і від відстані, на якій розташовані пам'ятки культури від місця виїзду. В окремих випадках доволі значну частку витрат туриста можуть становити вхідні квитки, що дозволяють відвідати обрані туристичні об'єкти.

Особливості засобів розміщення

Особливих вимог не має, залежно від особливостей туру та цільової аудиторії можуть використовуватися найрізноманітніші засоби розміщення. Часто використовуються недорогі 2-3 зіркові готелі, оскільки основу туристів становлять люди з середнім рівнем доходів, крім цього, в культурно-пізнавальному туризмі час перебування туриста в засобах розміщення є нетривалим, основний час він проводить, відвідуючи туристичні об'єкти. В окремих випадках з метою економії коштів на готелі можливі нічні переїзди з ночівлею в транспортному засобі, однак їх не повинно бути більше ніж 1-2 (залежно від тривалості туру).

Особливості організації харчування

Харчування найчастіше організовується по типу «напівпансіон» (НВ) або «ліжко+ сніданок» (ВВ). Залежно від особливостей туру та цільової аудиторії можуть використовуватися найрізноманітніші заклади харчування. Сніданок, а іноді і вечеря здійснюється в ресторані готелю і зазвичай включені у вартість туру. Обід організовується у закладах харчування на зупинках транспорту або поблизу екскурсійних об'єктів і може оплачуватись туристами самостійно або бути включеним у вартість туру. Для групових турів оптимальними формами обслуговування є «шведський стіл» або «табль дот» (комплексний обід за попередньо узгодженим меню). Доречним буде включення в меню національних страв.

Транспортне забезпечення

Найпопулярнішим видом транспорту при організації культурно-пізнавальних турів є автобусний. Для турів, що передбачають тривалі переїзди (в т.ч. нічні), використовуються комфортні автобуси класу 3*, або вище. Вони повинні бути пристосовані для тривалого перебування туристів (м'які

регульовані крісла з підголівниками, індивідуальне освітлення, кондиціонер, міні-бар тощо). Важлива також наявність великих панорамних вікон та мікрофона для екскурсовода. Можлива також комбінація автобусного транспорту із залізничним, водним чи повітряним.

Програмне обслуговування,

Програма перебування туристів є дуже насиченою. В ній особливе місце відводиться екскурсіям що ознайомлюють з найвідомішими пам'ятками культури даного міста чи регіону. Це можуть бути оглядові екскурсії по місту, відвідування, сакральних об'єктів, пам'яток історії, архітектури, різноманітних музеїв, скансенів тощо. Протягом дня може бути заплановано 2 екскурсії тривалістю 2-3 години, при цьому кількість екскурсійних об'єктів не повинна перевищувати 15-20. Важливо під час екскурсій уникати відвідування однотипних об'єктів. Для урізноманітнення програми доцільно включати в неї також кілька розважальних чи культурно-видовищних заходів (відвідування театрів, концертів, фестивалів, тематичних парків, дегустацій, участь у театралізованих дійствах тощо. Такі заходи найчастіше пропонуються туристам в режимі вільного вибору і оплачуються додатково. У випадку тривалого перебування в одному населеному пункті (день і більше) бажаним є виділення туристам вільного часу для самостійного ознайомлення з окремими пам'ятками, купівлі сувенірів тощо.

Основні та додаткові послуги

До основного пакету послуг, що визначають вартість турпродукту, входять: транспортні послуги, послуги розміщення (часто туристові надається можливість вибору категорії номера) чи навіть типу готелю, дорожчий засіб розміщення передбачає доплату), частково послуги харчування (сніданок, або сніданок і вечеря), страхування, а також вартість обов'язкових екскурсій згідно програми. Окремо оплачуються додаткові екскурсії, вхідні квитки (у музеї, на виставки, на театральні вистави та ін.), участь у розважальних заходах, а також візові послуги (при організації турів до країн, що передбачають отримання візи).

3. Релігійний туризм

Визначення, мета, об'єкти.

Релігійний туризм - це подорож особи, або групи осіб по святих місцях. Більшість науковців виділяють два види релігійного туризму: паломницький та екскурсійний.

Паломництво – це подорож особи, або групи осіб основною метою якої є поклоніння святим місцям, віднайдення душевного спокою, відмолення гріхів, або зцілення від фізичних недуг. Паломництвом займаються представники усіх світових релігій. Особа, яка здійснює паломництво має сформовану систему морально-духовних цінностей, є глибоко віруючою людиною і має чітко сформовану мету, яку хоче досягти у процесі відвідання святого місця.

Екскурсійний релігійний туризм - вид туризму, при якому туристи відвідують сакральні пам'ятки та святі місця різних релігій, беруть участь у релігійних обрядах з пізнавальною метою, не залежно від власного

віровизнання. В цьому полягає його ключова відмінність від паломництва.

Об'єктами релігійного туризму є культові споруди (монастирі, церкви, синагоги, мечеті), поховання та мощі святих, чудотворні ікони, святі місця, пов'язані із важливими релігійними подіями тощо.

Основні центри розвитку (в світі і в Україні)

Головними центрами паломництва у світі за основними релігіями є:

Християнство: храм Гробу Господнього, Хресна дорога, Гетсиманський сад (Єрусалим, Ізраїль); собор св. Петра (Рим, Італія); місце об'явлення Матері Божої, базиліка Вервиці (Люрд, Франція); місце об'явлення Матері Божої, базиліка (Фатіма, Португалія); базиліка св. Миколая (Барі, Італія); базиліка св. Франциска (Ассізі, Італія); Ясногірський монастир (Ченстохова, Польща); Автономна чернеча держава Святої гори Афон (Афон, Греція);

Іудаїзм: синагога Рамбана, Синагога Іуди та Хасида, Стіна Плачу (Єрусалим, Ізраїль); могила Мойсея Маймоніда, могила Рабі Менр (Твер, Ізраїль); могила Арісаль, могила Єсєв Карє, гробниця Рахелі (Цфат, Ізраїль); могила цадика Нахмана (Умань, Україна); могила Патріархів (Хеврон, Ізраїль).

Іслам: Кааба (Мекка, Саудівська Аравія); храм Аллаха (Медина, Саудівська Аравія); мечеть аль-Акса, Купол скали (Єрусалим, Ізраїль); Айя-Софія (Стамбул, Туреччина).

Буддизм: буддистські будівлі (Хорюдзі, Японія); Велика ступа (Санчі, Індія); храм Махабодхі (Бодх-Гая, Індія); монастир Аджанта (Махараштра, Індія).

Індуїзм: печери Еллори (Махараштра, Індія); Храм сонця (Конарк, Індія); храми Чоли (Таміл-Наду, Індія);

Головними об'єктами та центрами паломництва християн в Україні є: місце об'явлення Матері Божої, Святотроїцький монастир (Зарваниця, Тернопільська обл.); Свято-Успенська Почаївська лавра (Почаїв, Тернопільська обл.); Гошівський монастир (Гошів, Івано-Франківська обл.); Манявський скит (Манява, Івано-Франківська обл.); Крехівський монастир св. Миколая (Крехів, Львівська область); Києво-Печерська Лавра, Софія Київська, Михайлівський золотоверхий собор, Володимирський собор, Андріївська церква, Троїцький монастир, Голосіївська пустинь, Покровська церква (Київ); "Малий Єрусалим" (Євпаторія, Автономна Республіка Крим); Святогірський монастир (Святогірськ, Донецька обл.); Красногірська Свято-Покровська обитель, Матроненський та Мгарський монастирі (Черкаська обл.); Спасо-Преображенський собор (Чернігів); Свято-Борисо-Глібський жіночий монастир (Водяне, Харківська обл.) тощо.

Для іудеїв найважливішими місцями відвідування є: могила цадика Нахмана (Умань, Черкаська обл.); синагоги у містах Острог, Дубно, Луцьк, Броди, Жовква, Дрогобич, "Малий Єрусалим" (Євпаторія, Автономна Республіка Крим) і т.д.

Загальні вимоги до турпродукту

Паломницьким туризмом займаються як окремі особи, так і групи осіб (сімейні пари, молодіжні групи), рідше діти та підлітки. Такий вид туризму розрахований на людей із міцним здоров'ям, витривалих до будь-яких

навантажень, оскільки рівень комфорту, під час організації таких подорожей, не є визначальним. Паломницькі тури часто приурочені до релігійних свят, тому їх програма залежить від графіка богослужінь та інших святкових заходів.. Часто під час туру обов'язковим є піст, смирення та постійна молитва, тому чим нижчий рівень комфорту під час такої мандрівки, тим краще.

Екскурсійні релігійні тури обов'язково включають екскурсійну програму супровід гіда. За своїми загальними ознаками вони подібні до культурно-пізнавальних (див. вище). Часто такі екскурсії включають у більш масштабні тури, де вони стають їх частиною. Розраховані такі екскурсії на людей будь-якого віку та фізичної форми, в тому числі дітей

Туристичні послуги у релігійному туризмі – це послуги, які надаються паломникам та екскурсантам під час відвідування святих місць. Релігійний чи паломницький тур – це комплекс послуг із розміщення, харчування та перевезення туристів, які подорожують із паломницькими, релігійно-екскурсійними чи науковими цілями. Під час таких мандрівок складається комплексна програма туру.

Послуги, які надаються під час таких турів бувають основні та додаткові. Основні послуги заздалегідь включені у тур, додаткові послуги турист купляє безпосередньо у місці прибуття. До основних послуг належать послуги розміщення та перевезення.

Особливості засобів розміщення

Релігійний туризм має свою специфіку щодо засобів розміщення таких туристів. Закладами розміщення поблизу святих місць можуть бути монастирські келії, монастирські паломницькі центри, гуртожитки, наметові містечка, безпосередньо самі храми (часто паломники ночують у храмі на підлозі, чи просто на вулиці). У таких закладах паломники живуть всі разом, і дуже часто є залученими до послуку, тобто виконують різноманітну монастирську роботу. Такі монастирські центри надають житло паломникам за певну плату (пожертву на монастир), або безплатно (за виконання певної роботи по господарству). Вимоги до таких засобів розміщення є невисокими, рівень комфорту є досить низьким, тобто вони повинні задовольняти основні потреби (ночівля), повинні бути достатньо чистими та тихими. Основна послуга, яка надається – послуга ночівлі, інколи вона поєднується із послугами харчування. Дуже рідко паломники зупиняються у дорогих готелях, кемпінгах чи винаймають житло у приватних власників. При створенні таких турів, організатори повинні домовлятися із керівництвом монастиря чи релігійного центру про розміщення туристів. Крім того, для розміщення паломників можуть використовуватись хостели, одно-, дво і тризіркові готелі, а також мотелі, кемпінги, бунгало. Головною вимогою до таких готелів є їх демократична ціна.

При екскурсійному релігійному туризмі подорожуючі найчастіше проживають у готельних комплексах із високим рівнем комфорту і харчуються переважно у ресторанах готелю (послуги харчування включені у їх тур), або у інших закладах ресторанного господарства із достатньо високим рівнем сервісу.

Особливості організації харчування.

Харчування у паломницьких турах входить до додаткових послуг.. Харчуються релігійні туристи або безпосередньо у місці паломництва, або у закладах громадського харчування. У паломницьких центрах послуги харчування дуже часто пропонуються разом із послугами розміщення. Їжа у таких закладах сильно відрізняється від ресторанної. Асортимент як правило є невеликим, їжа проста, невибаглива, дуже часто може бути пісною (коли припадає піст). В залежності від релігії та національної кухні, їжа може бути дуже гострою, вегетаріанською чи просто незвичною для туриста. У таких закладах їжа подається строго у певні години, із мінімальним вибором страв (часто вибір взагалі відсутній). Проте такі обмеження тільки вітаються паломниками, оскільки у таких подорожах, вони самі добровільно накладають на себе піст та відмовляються від різних благ. Сам процес обслуговування повинен проходити у формі “шведського стола”, оскільки зазвичай у таких центрах багато людей і постійні черги. Туристи, які хочуть поїхати у паломницький тур повинні розуміти всю специфіку такого виду туризму, і бути готовими до того, що їжа буде дуже скромною, оскільки головною метою такої подорожі є відмова від звиклого комфорту. Паломники прагнуть не насолоджуватись їжею, а банально відновити сили, тобто вживати їжу строго за призначенням, а не для насолоди чи якихось нових відчуттів. Якщо турист прагне харчуватись не у паломницькому центрі, а самостійно, то головними закладами харчування які йому підійдуть будуть недорогі кафе, ресторани швидкого харчування, громадські їдальні та вулична їжа. Дуже часто паломники харчуються просто на вулиці. Якщо тривалість паломницької подорожі є значною, часто туристи, або організатори поїздки домовляються із місцевим населенням про доставку певних продуктів. Під час паломницького туру про послуги харчування організатори повинні домовлятися із релігійними організаціями, місцевими постачальниками таких послуг, або власниками ресторанів чи кафе. Дуже часто місцеве населення зголошується на безплатний прийом паломників і також надає їм послуги харчування.

Транспортне забезпечення.

Туристи які відправляються у паломницькі чи екскурсійні тури використовують різноманітні транспортні засоби: автомобільний, залізничний, авіаційний, річковий та ін. Крім цього, багато паломників здійснюють пішохідні переміщення (піша проща). Головна мета пішої прощі подолати певну відстань (до монастиря чи іншого релігійного центру), подолати фізичні труднощі, які виникають в процесі походу, усмирити свої бажання і таким чином досягти просвітлення. Дуже часто паломники здійснюють піші походи і тому, що багато релігійних об’єктів, святих місць знаходяться у важкодоступних місцях, недоступних для транспорту. Якщо паломники все таки користуються послугами транспортних засобів, то вони повинні бути недорогими, невеликими за розмірами, водій, який перевозить таких туристів, теж повинен розуміти всю специфіку релігійних турів. Під час організації перевезень туристів-паломників, у тур повинне бути включено перевезення до релігійного центру та доставка туристів додому, також можна включити доставку безпосередньо до різних святих об’єктів (якщо вони розміщені на

значних відстанях одні від одних).

Додаткові послуги. До додаткових послуг належить торгівля сувенірною продукцією у паломницьких центрах. Сувенірна продукція може бути різноманітною, проте у релігійному туризмі вона має свою специфіку. Найпоширеніші сувеніри, які купляють паломники це – різноманітні прикраси у формі хреста; ікони святих; образи, попередньо прикладені до святих реліквій і освячені; освячені свічки; духовна література; хлібні вироби, приготовані у монастирях (хліб, булочки, проскурки); вервиці; магнітики; одяг; ханукія (спеціальний світильник, який ортодоксальні євреї запалюють під час великого релігійного свята – Хануки); свічники і світильники; резервуар з водою ріки Йордану; “набір прочанина” (у нього входять ладан, елей, жменя святої землі й вода з ріки Йордан); хамса (оберіг, виконаний у формі людської долоні); мезуза (сувій з пергаменту, виробленого за стародавньою технологією, на якому записані молитви) та ін. Всі ці сувеніри схожі за призначенням та мають одну ціль – захистити власника від злих сил, дарувати здоров’я та слугувати згадкою про подорож. Торгівля сувенірами зазвичай налагоджена на території паломницького центру, рідше у центрі міста, у приватних магазинах.

.Отже, під час організації релігійного туризму та різних його видів – паломницького та екскурсійного, потрібно врахувати його специфіку, специфіку закладів розміщення таких туристів, спосіб оплати у таких закладах, особливості процесу харчування релігійних туристів як у паломницьких центрах, так і при організації харчування у ресторанах, а також враховувати специфіку перевезення таких туристів. Цим видом туризму, як правило, займаються люди із невисоким рівнем достатку, які розраховують на демократичні ціни, недорогі готелі та транспортні засоби. І основною метою такої подорожі є не відпочинок із високим рівнем комфорту, а духовне очищення, відмолення гріхів та досягнення душевної рівноваги.

4. Діловий туризм

Визначення, мета, об’єкти

Діловий туризм (бізнес-туризм, MICE-туризм) — це подорожі, що здійснюються з метою участі в конгресах, зборах, семінарах і інших важливих ділових заходах.

Сьогодні замість терміну діловий-туризм часто використовується англійський термін-аббревіатура — MICE, що точно відображає структуру цього виду туризму: meetings /incentives/conferences/exhibitions and events, що в перекладі означає: зустрічі / заохочувальні поїздки / конференції /виставки і події.

Поняття «діловий туризм», за сформованою у міжнародному туризмі практикою, охоплює широке коло поїздок:

- ділові поїздки співробітників підприємств для переговорів, участі у виробничих нарадах, презентаціях, збутова діяльність тощо;
- поїздки на конгреси, конференції, виставки, ярмарки, біржі; інсентів-тури (поїздки, що організуються компаніями з метою нагородження та преміювання своїх співробітників за високі показники в роботі);

- поїздки на спортивні змагання команд, гастролі;
- поїздки офіційних делегацій тощо.

Основні центри розвитку (в світі і в Україні)

У світі щорічно відбувається близько 100 млн. бізнес-поїздок. На даний момент «пальму першості» за кількістю відвідувань бізнес-туристів з усього світу тримає Європа. Серед країн Європи, що найбільш активно приймають бізнес-туристів, можна виділити Німеччину, Великобританію, Францію, Нідерланди, Італію, Швецію, Швейцарію та Бельгію. Крім Європи, популярними напрямками для ділових поїздок є США, країни Східної та Південно-Східної Азії (Японія, Гонконг, Сінгапур). Не виключено, що напередодні футбольного Євро-2012 Україна також увійде до числа країн, що активно приймають бізнесменів з інших країн. Сьогодні ж розвиток бізнес-туризму в Україні спостерігається в найбільших регіональних центрах: Донецьку, Одесі, Львові, Харкові, Дніпропетровську.

В інсентив-туризмі близько 80% поїздок припадає на Європу, 10% — на США, 6% — на країни Південно-Східної Азії, 4% — в інші регіони. Рейтинг напрямків по лінії інсентиву у європейських туристів очолюють Франція (Париж, Страсбург, Ніцца), Іспанія, Швейцарія, Австрія, Кіпр, США (Нью-Йорк, Флорида, Західне узбережжя), а також острова Карибського басейну [].

Загальні вимоги до турпродукту

Організація конгресових заходів висуває певні вимоги до інфраструктури і організаторів. Проведення конгресів є меншим за масштабом, ніж виставка, але має набагато вищий за кваліфікацією і вимогами склад учасників. Конгреси, особливо міжнародні, орієнтуються на більш ексклюзивне обслуговування, тим самим забезпечуючи завантаження кращих готелів.

Конгресовий туризм характеризується нетривалим перебуванням туриста в готелі (1-2 дні), але великою кількістю учасників, що дозволяє завантажити конференц-зали, номерний фонд і ресторани .

Конгреси та інші заходи подібного роду організуються в місцях, де, крім відповідної матеріальної бази (готелі високого класу, що мають великий набір послуг, наявність конгрес-центрів), є й можливості для відпочинку, розваг, занять спортом.

Інсентив - тур має деякі відмінні особливості в порівнянні зі звичайними поїздками: це тур, який зазвичай узгоджується з туристичною фірмою за 1-2 роки до початку поїздки, так як програма реалізації заохочень компанією розрахована на тривалий період; він організовується так, що учасник поїздки захищений від всяких проблем, пов'язаних з підготовкою та проведенням туру, до того ж туристи, які подорожують по інсентив - турам – найбільш вимоглива публіка до питань якості обслуговування. Поїздки, як правило, організуються в несеzon – з жовтня по квітень (за винятком різдвяних свят і Нового року); в програму таких поїздок часто включаються ділові заходи, презентації, обмін досвідом, навчання. Тривалість інсентив-турів - в середньому 5-6 днів.

Основні та додаткові послуги.

При плануванні, організації і здійсненні бізнес-туру необхідно врахувати: візову підтримку; бронювання квитків і трансфер; бронювання готелю та

забезпечення умов проживання (в тому числі, харчування); страховку; вхідні квитки, програми заходів (якщо це виставка, конференція); трансфери під час перебування в турі; послуги перекладача (при необхідності); екскурсійну програму і послуги гіда (при необхідності); відпочинок. У стандартну програму входить мешкання, сніданки, трансфери, оформлення візи. Додатково надаються такі послуги як: акредитація на виставку або вхідні квитки, послуги гідів, перекладачів додаткові переїзди або оренда автомобіля і багато іншого, що може бути необхідним на тому чи іншому заході

Особливості засобів розміщення

Загальні функціональні вимоги до готельних підприємств, які обслуговують бізнес-туристів: місцезнаходження поблизу адміністративного центру міста, а також в рекреаційних зонах; готелі категорії 4* та 5*; наявність умов для роботи в номерах; обов'язкова організація в номері «робочої зони», призначеної для денної роботи, проведення нарад, ділових зустрічей; наявність оргтехніки, компютерів, мультимедійних пристроїв тощо; наявність у номерному фонді номерів-апартаментів; ізоляція номерів з метою забезпечення умов для зосередженості під час роботи; наявність розвиненої мережі служби зв'язку; наявність відділень банку, пунктів обміну валют тощо; наявність відкритих стоянок для автотранспорту мешканців готелю та їх гостей.

Специфічні функціональні вимоги: наявність спеціальних приміщень для проведення ділових заходів: конференц-залів (бажано декількох різної місткості), кімнат для переговорів, приміщень для розміщення експозицій тощо; наявність спеціального технічного устаткування, тобто умов для проведення різних заходів на власній матеріально-технічній базі; наявність приміщень спортивно-оздоровчого та торгово-розважального призначення. Термін перебування споживачів в готелях для ділового туризму коливається від одного до семи днів.

Особливості організації харчування.

Харчування учасників бізнес-турів може бути одноразовим (наприклад, тільки обід або розміщення та сніданок (B&B - bed and breakfast), як правило, по типу « шведський стіл»); а також кількарізовим - півпансіон (НВ - half board) (сніданок та обід/вечеря); повний пансіон (FB - full board) (сніданок, обід, вечеря). Харчування, як правило, організують в ресторані при готелі. Чисельність групи, час їх харчування, меню, вартість раціону, форма розрахунку і інші питання наперед узгоджують з уповноваженим представником оргкомітету, що відповідає за проведення конференції, семінару, симпозіуму тощо. Харчування повинне бути різноманітним, з урахуванням вікових, національних і інших особливостей контингенту, що обслуговується. Тому, в меню включають по 2-3 види холодних закусок, гарячих страв і напоїв, різних як по складу продуктів, так і за способом приготування. У приміщеннях, де проводиться зустріч, організують буфети. Їх розміщують в окремих залах, фойє, коридорах і інших приміщеннях.

Транспортне забезпечення. Оскільки учасники бізнес-турів зазвичай володіють обмеженим часовим ресурсом, для доставки їх до місця призначення, як правило, використовують повітряний транспорт. Переліт здійснюється

бізнес-класом або першим класом. Для здійснення трансферних перевезень індивідуальних туристів в межах ділового центру надаються послуги з бронювання автомобіля. Як правило, ця послуга бронюється одночасно з бронюванням авіаквитка, а ключі від автомобіля турист отримує безпосередньо в аеропорту. Для групових перевезень учасників масових заходів може бути використаний автобус чи мікроавтобус з високим ступенем комфорту.

Програмне обслуговування

Організація бізнес-турів має свою специфіку. Як правило, бізнесмени планують свої поїздки за декілька місяців, що особливо актуально для «високого сезону» у виставковому бізнесі, який припадає на лютий-травень і вересень-листопад. Програма перебування бізнес-туристів залежить від багатьох чинників: тематики і мети (від організації конференцій до відвідин виставки чи конкретного підприємства); чисельності групи; для індивідуальних бізнес-туристів тощо.

Ділові поїздки організуються, як правило, з повною культурною і екскурсійною програмою. Така програма є додатковою і складається виходячи із розкладу проведення ділових заходів та вільного часу, що залишається після них, а також залежно від особистих вподобань клієнта. Можуть бути запропоновані екскурсії до найвідоміших історико-культурних об'єктів, відвідування музеїв, презентацій, театрів, вечірні розважальні програми тощо. Як правило, накі заходи плануються в другій половині дня.

5. Етнічний туризм

Визначення, мета, об'єкти

Етнічний туризм — це різновид пізнавального туризму, який передбачає організацію туристичних поїздок у регіони історичного проживання певного етносу для ознайомлення з його матеріальною та духовною культурою, збереженою в автентичному середовищі.

У рамках етнічного туризму традиційно виділяють кілька найпоширеніших напрямків. Одним із них є *ностальгійний* або *сентиментальний* туризм. У перекладі з грецької ностальгія (з грец. *nostos* — повернення додому і *algos* — біль) означає «туга за батьківщиною, і виникає як наслідок відриву людини від рідних місць, від своєї країни. Відвідування своєї етнічної батьківщини людиною, яка народилася і виховувалася в іншому соціокультурному середовищі, є своєрідним генетично сформованим «покликом предків». Все більше людей мають бажання відвідати історичну батьківщину своїх батьків, дідів, прадідів, або ж відвідати місця поховань своїх славетних одноплемінників. У рамках ностальгійного туризму іноді виділяють подорожі з метою відвідування родичів і друзів («*relative & friends visitors tour*»), які проживають на історичній батьківщині.

Окремим напрямом етнічного туризму прийнято вважати культурно-пізнавальні мандрівки з метою ознайомлення з життям етнічних груп, які у повній мірі зберегли традиційні архаїчні риси матеріальної і духовної культури. При цьому приналежності туриста до етнічної групи, яку він відвідує, не є необхідною умовою. Так, знайомство з побутовим життям, традиціями,

віруваннями африканських племен, аборигенів Австралії чи гуцулів українських Карпат однаково може розглядатися як напрямок етнічного туризму.

Різновидом етнічного туризму може бути прикордонний обмін, що дає для статистики значні цифри кількості тимчасових відвідувачів, хоча не має великого економічного значення. Однак в цілому цей вид подорожей займає важливе місце у структурі міжнародного туризму.

Ресурсна база етнічного туризму багата і своєрідна. Сюди відносять пам'ятки матеріальної та духовної культури етносу, зокрема етнічну архітектуру, тематичні музейні експозиції, фольклор, звичаї, традиції, вірування, релігійну обрядовість, архаїчну говірку, етнічний одяг, предмети побуту тощо у комплексному поєднанні з природно-рекреаційними ресурсами, притаманними для регіону проживання етносу.

Основні центри розвитку (в світі і в Україні)

Основні центри розвитку етнічного туризму прив'язані до ареалів проживання етнічних груп, які зберігають та культивують свою етнічну ідентичність. Пріоритетне значення цей вид туризму має для країн з великою діаспорою у різних країнах світу, а також для країн, на території яких компактно проживають чітко виражені етнічні групи. Серед світових центрів етнічного туризму можна назвати Ізраїль, Вірменію, Україну тощо. Свою нішу у цьому виді туризму починають займати країни Африки, Азії та Тихоокеанії, Південної та Центральної Америки, що володіють «екзотичною етнікою». В Україні це в першу чергу Карпатський регіон (регіони проживання бойків, лемків, гуцулів), Крим (кримські татари), Одеська область (велике розмаїття національних культур). З точки зору ностальгійного туризму значні перспективи мають прикордонні території, що межують з Польщею, Угорщиною, Румунією, а також місця, де збереглися військові поховання з часів I та II світових воєн.

Загальні вимоги до турпродукту

Оскільки етнотури можна вважати одним із різновидів культурно-пізнавальних турів, вимоги до них є подібними.

Тривалість етнотуру та кількісний склад туристичних груп не є чітко фіксовані. Тури зазвичай є маршрутними або маршрутно-стаціонарними і передбачають насичену програму. Іноді вони можуть бути приурочені до певних подій (наприклад, проведення етнофестивалю, чи роковин якоїсь історичної дати). Цільова аудиторія формується або з вихідців певної етнічної групи, або із людей, зацікавлених етнічною культурою. Це можуть бути люди різного віку. Пізнавальні чи подієві етнотури найчастіше є груповими, тоді як в ностальгійному туризмі переважають індивідуальні та сімейні тури, а також невеликі групи, часто пов'язані родинними зв'язками.

Особливості послуг розміщення та харчування

Специфіка засобів розміщення у рамках етнічного туризму може проявлятися у використанні агроосель чи готелів, облаштованих у етностилі. Вимоги до ступеня комфорту можуть бути різними, залежно від цільової аудиторії. Важлива роль відводиться організації харчування. У групових

поїздках воно зазвичай включено до вартості туру (повністю або частково) При плануванні етнотурів доцільним є включення у раціон харчування страв етнічної кухні. Іноді програма туру може включати участь у гастрономічних фестивалях з вираженим етнічним характером («Гуцульська бринза», «Верховинська яфина», «Золотий гуляш» тощо), на яких туристи можуть не лише скуштувати національні страви, але й ознайомитись із старовинними традиціями їх приготування. У ностальгійних турах (особливо індивідуальних та сімейних) харчування може організовуватись туристами самостійно або пропонуватись у якості додаткової послуги.

Програмне обслуговування.

Подорожі у рамках етнічного туризму не мають чітко вираженої сезонності, однак часто прив'язуються до дат відзначення релігійно-культових та обрядових свят того чи іншого етносу (Різдво, Великодень, Івана-Купала, Обжинки та ін.), проведення етнофестивалів («Всесвітні бойківські фестини», «Сорочинський ярмарок») тощо. Зазвичай, такі заходи супроводжуються елементами анімаційних програм з відтворенням ритуальних дійств та залученням до них туристів. Серед інших програмних заходів у рамках етнотурів варто назвати;

- відвідування етнографічних та тематичних музеїв, скансенів;
- відвідування місць поховань;
- концерти фольклорних колективів;
- зустрічі з народними майстрами, майстер-класи народних ремесел;
- дегустації місцевих страв та напоїв;
- участь у фестивалях, ярмарках тощо.

Значна частина таких заходів належать до обов'язкової програми і включаються у вартість туру. В програмі також повинен бути передбачений вільний час для самостійного ознайомлення з туристичним центром та придбання сувенірів.

Додаткові послуги і товари.

Специфікою етнічного туризму є розмаїття автентичної сувенірної продукції, яку турист може придбати на згадку. Сувенірна продукція може бути як символічного значення, так і мати прикладне застосування. При цьому варто уникати централізованих місць продажу та великих сувенірних базарів через великий ризик підробки. Якщо є можливість, найкраще організувати придбання сувенірів безпосередньо у народних майстрів. Додатковою послугою є також проведення майстер-класів народних ремесел (наприклад, писанкарства, лозоплетіння, виготовлення ляльки-мотанки, різьба по дереву тощо), під час яких туристи можуть самі виготовити для себе сувенір.

6. Спортивний туризм

Визначення, мета, об'єкти

Спортивний туризм – вид туризму метою якого є удосконалення в подоланні природних перешкод. Це означає удосконалення всього комплексу знань, умінь і навичок, фізичної підготовленості, необхідних для безпечного пересування людини по місцевості. Для реалізації спортивної мети здійснюють

подорожі, насичені природними перешкодами, що дає змогу класифікувати їх як спортивні походи. За участь у спортивних походах можуть присуджуватися спортивні розряди і звання. Іноді у спортивному туризмі як окремий під напрямок виділяють *спортивно-оздоровчий туризм*, який об'єднує подорожі непрофесіоналів (аматорів) з метою активного відпочинку та заняття улюбленими видами спорту. Окрім того елементи спортивного туризму можуть використовуватись для інших видів туризму (культурно-пізнавального, екологічного, рекреаційного).

Спортивний туризм поділяється на: пішохідний; гірський; лижний; водний; велосипедний; спелео; вітрильний; автомобільний; мотоциклетний та інші. У зв'язку із таким великим переліком різновидів спортивний туризм є важливою складовою туристичної індустрії. Часто використовуються і комбіновані спортивні тури.

В залежності від виду спортивного туризму виділяються і його основні об'єкти: спелеологічний – печери, шахти; гірський – гірські системи, окремі вершини; водний – водні об'єкти тощо.

Основні центри розвитку (в світі і в Україні)

Спортивний туризм може розвиватись практично на усій території, але особливо привабливими є гірські системи, що пов'язано із можливістю організації тут більшої кількості підвидів спортивного туризму. Одним з найбільш поширених у світі видів спортивного туризму є гірськолижний. Популярними місцями лижного відпочинку у світі є Австрія, Андорра, Франція, Швейцарія, Болгарія, Італія, Словаччина, Туреччина, Фінляндія, Швеція, Норвегія.. Останнім часом здобувають прихильність Румунія, Чехія, Словенія, Іспанія, Канада. Основними місцями водного спортивного туризму є США, Канада, Швеція, Туреччина, Єгипет, Австралія, Китай, Індонезія, Росія, Бразилія, Словаччина, Норвегія. Центрами розвитку гірського туризму є найбільші гірські системи світу (Гімалаї, Кавказ, Памір, Альпи, Кордільєри тощо). Такі види спортивного туризму, як пішохідний, велотуризм можуть розвиватися в будь-якій країні світу за умови наявності облаштованих туристичних маршрутів. В Україні пішохідний та велосипедний туризм може розвиватися по всій території. Для гірського туризму, альпінізму, скелелазіння перспективними регіонами є Карпати і Кримські гори, для спелеотуризму – печери Криму і Поділля. Водний туризм розвивається як на рівнинних річках (Дніпро, Десна, Дністер, Сіверський Донець, Південний Буг), так і на гірських (Прут, Чорний та Білий Черемош, Опір).

Загальні вимоги до туру

Залежно від технічної складності, кількості природних перешкод, протяжності, тривалості походи поділяються на категорійні (з I до VI категорії складності) та некатегорійні. До некатегорійних походів належать походи, що мають складність, протяжність або тривалість, меншу від установленної для маршрутів I категорії, — 1-3-денні походи (походи вихідного дня) та походи 1, 2, 3 ступеня складності.

Основні нормативи спортивних туристичних походів

Вид туризму та характеристика походів	Категорійні походи (категорія складності – к.с.)						Некатегорійні походи (ступінь складності – ст.с.)			
	I	II	III	IV	V	VI	1-3 денні	1 ст.с.	2 ст.с.	3 ст.с.
Тривалість походів у днях (не менше – для ступеневих та категорійних походів)	6	8	10	13	16	20	1-3	3	4	6
Протяжність походів у км (не менше):										
пішохідний	130	160	190	220	250	300	до 30	30	50	75
лижний	130	150	170	210	240	300	до 30	30	50	75
гірський ^[a 2]	100	120	140	150	160	160	до 25	25	50	60
водний (на гребних суднах та плотах)	150	160	170	180	190	190	до 25	25	40	60
велосипедний ^[a 3]	250	400	600	700	800	–	до 50	50	80	120
мотоциклетний	1000	1500	2000	2500	3000	–	–	–	–	–
автомобільний	1500	2000	2500	3000	3500	–	–	–	–	–
спелео (кількість печер)	5	4-5	1-2	1-2	1	1	до 3	3-4	2-3	1
вітрильний	150	200	300	400	500	–	–	–	–	–

Більшість видів спортивного туризму (за винятком гірськолижного) в Україні мають самодіяльний характер. Організаторами спортивних туристичних походів найчастіше виступають не туристичні фірми, а громадські об'єднання: туристичні клуби та асоціації. Основна цільова аудиторія - це молодь та люди середнього віку, одною з найважливіших умов є хороша фізична підготовка. Найкраще, коли чисельність групи коливається в межах 6-15 чоловік для походів першої категорії складності (не більше 20 для ступеневих подорожей).

Особливості маршруту є різними для різних видів спортивного туризму. Так, для водного туризму це маршрути по річках, озерах та водосховищах, для рафтингу – ділянки гірських річок з перепонами, для гірського туризму – маршрути по гірських територіях з подоланням вершин, перевалів чи інших складних ділянок, для спелеотуризму – проходження підземними тунелями та ін. Гірськолижний туризм потребує наявності зручних схилів, спеціально оснащених лижних трас, витягів та іншої супутньої інфраструктури. Важливою умовою для використання маршрутів спортивного туризму є їх знакування. Слід вказати, що на сьогодні в Україні немає стандарту для туристичного знакування, і тому існує проблема різних підходів до знакування, що ускладнює розвиток спортивного туризму.

Вартість спортивних турів є різною і залежить від виду туризму, дальності подорожі та форми організації туру. У більшості випадків вона є достатньо демократичною порівняно з іншими видами, що пояснюється використанням порівняно дешевих засобів розміщення та відсутністю спеціальних вимог до комфорту (винятком є гірськолижний туризм). Значну

частину вартості складає прокат спеціального спорядження, послуги інструктора, а також страхування.

Особливості засобів розміщення

Засоби розміщення для різних підвидів спортивного туризму відрізняються. Для гірського, пішохідного та велосипедного туризму здебільшого використовують пересувні індивідуальні засоби розміщення (намети), а також туристичні бази, гірські притулки). Авто- та мототуристи, зазвичай, використовують засоби розміщення вздовж автошляхів (мотелі, кемпінги), у випадку караванінгу - пересувні засоби розміщення (автофургони, автопричепа).

Під час організації гірськолижних турів туристи можуть проживати у готелях різних категорій, спортивних базах, приватних котеджах та агросадибах на території гірськолижних курортів або поблизу них. Головною умовою є близькість до основних лижних трас. Серед додаткових послуг, що пропонують такі заклади – трансфер до витягів, користування басейном, парною або сауною, масаж, прокат та зберігання інвентаря, послуги інструктора тощо.

Особливості організації харчування

Організація харчування у спортивному туризмі теж залежить від його підвиду. У похідних спортивних турах (пішохідних, гірських, велосипедних, водних) туристи зазвичай готують їжу у польових умовах централізовано або самостійно. При цьому харчовий раціон визначається, перш за все, тривалістю та складністю походу. За умови централізованої організації харчування важливим є складання меню, розрахунок необхідної кількості та калорійності продуктів. Харчування є 2-х або 3-разове (2 основні прийоми їжі – сніданок і вечеря, та обід сухим пайком без приготування гарячих страв).

Гірськолижний туризм передбачає організацію 2-3 разового харчування у закладах розміщення за місцем проживання туристів. У проміжках між основними прийомами їжі доцільно передбачити можливість додаткового харчування та споживання гарячих напоїв у місцевих кафе та інших пунктах харчування поблизу витягів..

Програмне обслуговування,

Особливою умовою для спортивного туризму є складання маршруту подорожі з визначенням місць ночівлі, харчування, перепочинку та ін. Обов'язковим є зображення на карті нитки маршруту.

Основу програми перебування складають спортивно-оздоровчі та розважальні заходи. Екскурсійна програма невелика за об'ємом, здебільшого у випадку нескладних маршрутів, може включати відвідування цікавих природних та історико-культурних об'єктів, розташованих неподалік. Можливе поєднання екскурсійно-пізнавальних та спортивних програм.

У випадку гірськолижного туризму часто застосовуються різні розважальні заходи та анімаційні програми в межах засобів розміщення.

Під час спортивних турів необхідно обов'язково передбачити вільний час для самостійних занять спортом, прогулянок чи просто відпочинку.

Особливості страхування

Страховання учасників спортивних турів має дуже важливе значення. Вартість страхового полісу може бути в кілька разів дорожчою, ніж для інших видів туризму, що пов'язано із введенням поправочних коефіцієнтів при визначенні максимального розміру відповідальності страховика через підвищені ризики. Для різних видів туризму і різних страхових компаній цей коефіцієнт може складати 1,5-2, а в окремих випадках – навіть 5-7. До видів спортивного туризму, що характеризуються підвищеним ризиком, належать: стрибки з трампліну, гірськолижний спорт, підводне полювання, авто(мото) гонки, альпінізм, гірський туризм, сплав, дельтапланеризм, парапланеризм, парашутний спорт. На ціну страховки впливає також країна і термін подорожі.

Додаткові послуги і товари,

Необхідними послугами в спортивному туризмі є прокат спорядження та інвентарю, а також послуги інструктора та інформаційні послуги (карти, путівники тощо). Спортивний туризм потребує спеціалізованого спорядження: від засобів пересування (лижі, велосипед, рафтинг та ін.) до спецодягу та засобів безпеки (лижні, гідро- та велокостюми, намети, наплечники, казани, каски, рятувальні жилети та ін.). Загальна кількість спорядження повинна відповідати кількості туристів. Для деяких видів туризму спорядження є досить дорогим і становить значну частку у структурі вартості туру.

При наявності туристів-новачків є потреба у послугах інструкторів – фахівців з певного виду спортивного туризму.

Обов'язково потрібно передбачити засоби орієнтування (карта, компас, GPS- навігатор та ін.).

Інші організаційні особливості.

Перед виходом на маршрут у гірській місцевості керівник групи повинен поставити групу на облік у контрольно-рятувальній службі (КРС). Для цього треба з'явитися в КРС, заповнити реєстраційну книгу, заплатити за реєстрацію і отримати печатку та підпис у маршрутні документи. Таким чином, правильно заповнений маршрутний лист або маршрутна книжка повинні мати три підписи відповідальних осіб та бути завірені трьома печатками.

Федерація спортивного туризму України при проведенні походів використовує такі документи: довідку про залік походу; звіт МКК; маршрутну книжку спортивного туристського походу; маршрутний лист некатегорійного спортивного туристського походу; рецензію на звіт про спортивний туристський похід.

7. Сільський туризм

Визначення, мета, об'єкти

У вузькому трактуванні під поняттям “сільський туризм” найчастіше розуміють вид туризму, що має такі типологічні ознаки: здійснюється у сільській місцевості (на сільських територіях); туристи мешкають у т. зв. агрооселях; відпочинок туристів пов'язаний з використанням ресурсів сільської місцевості (природні ландшафти, місцеві історико-культурні пам'ятки, етнографічна самобутність населення тощо).

Ще вужчим вважається поняття “агротуризм”. Цей вид туризму, крім

зазначених вище трьох ознак, передбачає використання з метою рекреації сільського (фермерського) господарства та активне залучення туриста до традиційних у сільській місцевості форм господарювання (праця у полі, догляд за домашніми тваринами тощо).

У широкому трактуванні сільський туризм включає не лише відпочинок у сільській місцевості, але й різні форми відпочинку в національних парках та інших природоохоронних територіях, у малих містах, приміських дачних зонах і деяких інших місцевостях. У такому розумінні сільський туризм фактично включає і екологічний туризм. Дуже часто також використовують поняття “сільський зелений туризм”. Воно підкреслює екологічну спрямованість відпочинку в сільській місцевості й найчастіше виступає як синонім поняття “сільський туризм”.

Основними об’єктами сільського туризму є рекреаційно-туристичні ресурси сільської місцевості: природні ландшафти, місцеві історико-культурні пам’ятки, етнографічна самобутність населення тощо.

Основні центри розвитку (в світі і в Україні)

У світі поширений у більшості розвинених країнах, особливо, в таких країнах Європи як Франція, Італія, Польща, Угорщина, Австрія, країни Скандинавії, у сільських місцевостях. На сьогодні сільський туризм більше чи менше розвинений майже у всіх регіонах України. Садиби сільського туризму успішно діють у 22 з 24 областей, а також в АР Крим. Однак головними територіями розвитку цього виду туризму є все-таки традиційні туристичні регіони, зокрема Західна Україна (Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська, Чернівецька, Волинська, Тернопільська та Хмельницька області), де, за даними Спілки сприяння розвитку сільського туризму в Україні, розташовано близько 60 % активно функціонуючих в державі агроосель. Розвитку сільського туризму на заході України сприяють різноманітність природних ландшафтів, відносно низький рівень урбанізації території, збережена традиційна сільська культура, сприятлива екологічна ситуація тощо.

Загальні вимоги до турпродукту.

Найчастіше туристичні фірми не формують і не продають окремих турів з сільського туризму, а лише, за запитом туриста, можуть подати інформацію про розміщені в регіоні агрооселі. Сільський туризм відноситься до видів туризму, в розвитку яких особливо значною є роль неурядових організацій, що об’єднують організаторів цього виду туризму. Саме вони займаються просування продукту сільського туризму на туристичному ринку. Найвідомішою неурядовою організацією, що об’єднує організаторів сільського туризму є Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні

Тривалість відпочинку туристів становить від 2-3 днів до 2 тижнів, залежно від того чи це подорож вихідного дня, чи відпочинок під час відпустки. Такі тури є стаціонарними, тобто передбачають тривале перебування в одному місці, без постійних переїздів

Найчастіше туристи добираються самостійно до місця відпочинку, окремі групи не формуються. Доволі високою є частка осіб, що подорожують сім’ями. Сільський туризм найчастіше розрахований на осіб середнього і нижче від

середнього цінового сегменту, які не мають коштів на дорожчі види відпочинку. Найчастіше цільовою аудиторією є мешканці великих міст та промислових регіонів (зокрема, на сході України), а також іноземці.

Особливості засобів розміщення

У вузькому розумінні сільський туризм передбачає проживання туризму в агрооселі. Терміном “агрооселя” (“агросадиба”) зазвичай позначають житлове приміщення, що знаходиться в сільській місцевості, має до п’яти кімнат, пристосованих для проживання туристів, і належить на правах приватної власності господарю, який займається сільськогосподарською діяльністю або зайнятий у сфері обслуговування чи соціальній сфері села. Важливим елементом є збереження сільського колориту та автентичності, що досягається через дизайн приміщень, присутність у ньому елементів сільського побуту, використання природних матеріалів тощо.

В широкому розумінні сільський туризм передбачає проживання туриста в найрізноманітніших засобах розміщення, розпочинаючи від розміщених в сільській місцевостях замках і палацах, пристосованих для проживання туристів, і завершуючи окремими будиночками для самотійного проживання туристів, що розміщені в малолюдних місцевостях.

Особливості організації харчування

Харчування може забезпечувати власник агрооселі, поширеним явищем є самотійне приготування їжі туристами. Для організації харчування використовують також місцеві заклади харчування. Важливим елементом харчування і водночас додатковим програмним заходом в агрооселі може бути ознайомлення туристів з традиційною національною кухнею, а також використання в процес приготування їжі екологічного чистих продуктів, вирощених власником агрооселі.

Програмне обслуговування.

Зазвичай програма перебування остаточно формується разом з власником закладу розміщення уже після приїзду туриста в пункт відпочинку.

Програма перебування може включати прогулянки, піші, велосипедні, кінні прогулянки, риболовлю, збирання грибів і ягід, відвідання місцевих природних і й історико-культурних пам’яток, участь у святкуваннях, фестивалях й ін. Всі ці заходи пропонуються туристу у довільному режимі і, як правило, оплачуються окремо.

Основні та додаткові послуги

Основними є послуги розміщення і послуги харчування (якщо турист не харчується самотійно). Туристи зазвичай добираються до місця відпочинку самотійно, або ж їм забезпечується трансфер з вокзалу, автостанції, або переїзд з найближчого обласного центру чи іншого великого міста.

Серед додаткових послуг найчастіше зустрічаються:

- прокат спорядження для активного відпочинку
- прокат автомобіля
- продаж грибів, ягід, певних видів сільськогосподарської продукції (фрукти, ягоди, мед, соки й ін.), виробів народних умільців тощо
- пішохідні або кінні екскурсії місцевістю

- побутове обслуговування (прання білизни, чищення та прасування одягу)
- догляд за дітьми
- користування сауною або парною
- приготування гарячих напоїв (фіто чаї, глінтвейн)
- користування комп'ютером, телефоном та доступ до Інтернету
- фотографування в національному одязі
- організація пікніка тощо
- інформаційні послуги (надання карт, путівників, відомостей про музеї, визначні пам'ятки, місцеві події тощо).

Значна частина додаткових послуг може входити у вартість проживання, як невід'ємна частина тур продукту.

8. Екологічний туризм

Визначення, мета та об'єкти.

Поняття екологічного туризму є відносно новим у туристичному бізнесі. Воно з'явилося наприкінці 80-х років минулого століття як відповідь на виклики часу, пов'язані із нераціональним використанням туристичних ресурсів та погіршенням якості довкілля через туристичну діяльність. Цей термін сьогодні широко обговорюється в літературі і має багато різних трактувань.

В широкому трактуванні під екотуризмом розуміють такі види туризму, які не приносять шкоди довкіллю і сприяють гармонійному розвитку туристичних регіонів. В більш вузькому – це подорожі, в яких основним мотивом виступає пізнання відносно недоторканої «дикої» природи.

На нашу думку, *екологічний туризм* - це вид туризму, що передбачає відвідування відносно незмінених природних територій з пізнавальною метою, має мінімальний вплив на довкілля, сприяє екологічному вихованню й освіті туристів, а також стійкому соціальному, економічному та екологічному розвитку регіонів.

Все різноманіття форм і видів екотуристичної діяльності можна об'єднати в кілька основних напрямків:

- *Науковий (спеціалізований) екотуризм* - тури для фахівців у певній галузі, найчастіше орієнтовані на дослідження конкретних об'єктів (геологічних, ландшафтних, гідрологічних, ботанічних, зоологічних і т.д.)
- *Пізнавальний екотуризм* – природознавчі або краєзнавчі тури та екскурсії для широкого кола відвідувачів
- *Активний (пригодницький) екотуризм* – об'єднує всі подорожі, пов'язані з активними способами пересування і відпочинку на природі, що здійснюються за стандартами екотуризму і містять елементи екологічної освіти
- *Екоетнотуризм (кантрі-екотуризм)* - ознайомлення з традиційною культурою, господарством, звичаями, побутом, кухнею, місцевого населення у нерозривному зв'язку з природним середовищем.

Основними об'єктами екологічного туризму можуть бути:

- Заповідні території різних категорій та видів

- Найбільш популярні біологічні види флори і фауни (релікти, ендеміки тощо)
- Унікальні об'єкти неживої природи (елементи ландшафту)
- Екзотичні рослинні угруповання, біоценози в цілому (тундра, степ, тропічний ліс)
- Природно-антропогенні ландшафти в цілому, а також культурні, археологічні, історичні та інші об'єкти, що знаходяться в їх межах.

Основні центри розвитку в світі і в Україні.

Найважливішими центрами розвитку екотуризму у всьому світі є природоохоронні території, а саме національні природні парки та регіональні ландшафтні парки, заповідники, ботанічні сади, зоологічні парки, дендропарки тощо. В світі найбільш привабливими екотуристичними дестинаціями є Коста-Ріка, Аляска (США), ПАР, Кенія, Непал, Беліз, Бразилія, Еквадор, Індія, Австралія, Нова Зеландія тощо.

В Україні це в першу чергу захід і південь країни, а саме *Українські Карпати* (Карпатський біосферний заповідник, природний заповідник «Горгани», національні парки Карпатський, Синеvir, Ужанський, Вижницький, Гуцульщина, Сколівські Besкиди), *Поділля* (природний заповідник „Медобори”, національні парки „Подільські Товтри”, «Дністровський каньйон», *Західне Полісся* (Рівненський природний заповідник, національні парки Шацький, Прип'ять-Стохід), *Крим* (Кримський, Ялтинський гірсько-лісовий, Карадазький природні заповідники, Нікітський ботанічний сад), *Причорномор'я та Побужжя* (біосферні заповідники Дунайський, Чорноморський, Асканія-Нова, національні парки Азово-Сивашський, Нижньодністровський, Бузький Гард) тощо. Окремі привабливі об'єкти відвідування знаходяться також у східному (природних заповідники Український степовий, Дніпрово-Орільський, Луганський, національні парки – „Святі Гори”, „Гомільшанські ліси”), північному та центральному регіонах (Канівський та Поліський природні заповідники, національні парки Деснянсько-Старогутський, Ічнянський, Мезинський, дендропарк «Софіївка»).

Загальні вимоги до туру

Організація екологічних турів має свої характерні особливості. Це, зокрема:

- обмеження кількості відвідувачів,
- жорсткі правила поведінки туристів на маршруті,
- наявність елементів екологічної освіти,
- використання так званої малоформатної нічліжної бази та альтернативних видів транспорту,
- споживання місцевих страв та напоїв із екологічно чистих продуктів,
- залучення місцевих жителів до процесу обслуговування туристів
- застосування ресурсозберігаючих технологій тощо.

Еко туристи представляють практично всі вікові групи. В розвинутих країнах Європи та Америки основу складають особи віком 35-54 років, тоді як в Україні це головним чином молодь до 30 років. Найчастіше це люди з вищою або незавершеною вищою освітою, які часто подорожують і віддають перевагу

активному відпочинку, екологічно свідомі і готові відмовитися від частини комфорту заради відчуття близькості до природи.

Екологічні тури – найчастіше індивідуальні або сімейні, при групових турах кількість учасників не повинна перевищувати 15-20 чоловік. Класичні екологічні тури зазвичай є тривалими (7-14 днів), хоча в Україні часто практикується організація турів вихідного дня (2-3 або 3-4 дні). Вартість екологічних турів в зв'язку з їх неповторністю і винятковістю зазвичай є набагато вищою, ніж стандартних відпочинкових чи культурно-пізнавальних продуктів. Це пов'язано також із тим, що частина грошей, які платять туристи, йде на потреби охорони природи

Особливості засобів розміщення

При створенні екотуристичних продуктів використовується т.зв. малоформатна нічліжна база. Засоби розміщення повинні бути скромними, але одночасно забезпечувати мінімальний набір необхідних зручностей. Це, в першу чергу, помешкання місцевих жителів, агротуристичні господарства, малі пансіонати, гірські притулки, кемпінги і т.д. У багатьох країнах для проживання екотуристів використовують спеціальні будиночки, що нагадують оселі місцевих племен. Нічліжна база повинна забезпечувати дотримання основних екологічних норм (економія води, тепла та електроенергії, використання альтернативних джерел енергії, матеріалів що піддаються вторинній переробці, без фосфатних миючих засобів, диференціація та утилізація сміття. Популярними є екоготелі та інші засоби розміщення, що отримали знаки екологічної сертифікації.

Особливості організації харчування

Еко туристи потребують традиційних, характерних для даного регіону страв, приготованих зі здорових продуктів, що вирощені в малих локальних фермерських господарствах, що пропонуються в маленьких ресторанчиках домашньої кухні чи агротуристичних оселях. Часто пропонуються спеціальні програми для вегетаріанців, популярні також дієтичні страви. Великою популярністю користуються продукти органічного землеробства. Представляє інтерес для екотуризму гастрономічна база, локалізована в старовинних об'єктах, давніх корчмах, заїздах, тавернах, винних погребях і т.д. При організації харчування не повинні використовуватись дрібнофасовані продукти та поліетиленові пакувальні матеріали

Транспортне забезпечення. При створенні екологічних турів перевага віддається громадському транспорту. Там, де немає регулярного транспортного сполучення, виникає потреба в спеціальних перевезеннях туристів, для яких використовуються локальні транспортні послуги, а також засоби, що мають мінімальний вплив на довкілля (газові автомобілі або електромобілі). Менші відстані туристи можуть долати з допомогою таких засобів, як велосипеди, лижі, брички чи вози, в'ючні тварини (коні, слони, верблюди, оленячі чи собачі упряжки), човни, вузькоколіяка і т.д.

Програмне обслуговування,

Екологічні тури передбачають високу еластичність та багатоваріантність, в першу чергу щодо можливості внесення змін у графік подорожі, а також значну попередню інформаційну підготовку. Програма екологічних турів, зазвичай, є дуже насиченою. До неї, в першу чергу, входять екскурсії по екологічних стежках та маршрутах у супроводі кваліфікованих фахівців, відвідування візит-центрів, музеїв природи, вольєрних господарств, екологічних ферм тощо. Дуже часто крім чисто природничих екскурсій програмою передбачено огляд археологічних, історичних, етнографічних пам'яток, знайомство з культурою і побутом місцевих жителів, дегустацію традиційних місцевих страв та напоїв тощо. Своєрідною родзинкою є використання різноманітних засобів пересування (сплав на байдарках, подорожі на човні або катері, фотосафарі на відкритих автомобілях тощо). Обов'язковою є наявність в програмі елементів екологічної освіти. Це може бути перегляд фільмів на екологічну тематику, відвідування «проблемних» об'єктів, участь туристів у природоохоронних акціях (прибирання сміття, посадка дерев тощо).

Основні та додаткові послуги

У вартість туру, як правило, включається вартість проживання, транспортного перевезення та трансферу, плата за вхід на територію природоохоронного об'єкта, вартість обов'язкових екскурсій згідно програми, страхування, послуги гідів та інструкторів. Окремо оплачується прокат спорядження, вхідні квитки в музеї, зоопарки чи на екологічні стежки, факультативні екскурсії, участь у майстер-класах, фестивалях чи інших масових заходах тощо. Харчування може входити до вартості пакету, а може оплачуватись туристами самостійно.

Серед додаткових послуг найчастіше зустрічаються:

- Прокат туристичного і спортивного спорядження, збільшувальної оптики (біноклі, підзорні труби) та транспортних засобів
- Послуги гідів, провідників та інструкторів (спеціальні знання в певній галузі науки (орнітологія, ботаніка, етнографія) чи певного виду активного туризму (кінний чи лижний спорт, дайвінг тощо), обізнаність із місцевістю, знання місцевої мови та висока екологічна свідомість)
- Реалізація сувенірів, місцевих виробів, екологічних продуктів харчування, фото-, відео- та аудіопродукції
- Туристично-інформаційні послуги (надання довідкової інформації, карт, путівників, брошур, буклетів тощо)
- концерти народної пісні чи танцю, майстер-класи, зустрічі з цікавими місцевими особистостями і т.д.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Любіцева О.О. Методика розробки турів: Навч посібник. – К.: Альтерпрес, 2008. – 300 с.
2. Мальська М.П. Міжнародний туризм: сфера послуг : підручник / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. - К. : Знання, 2008. – 661 с
3. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія і практика. Київ., ЦНЛ., 2007. - 424 с.
4. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей.- Київ., КНТЕУ., 2003. - 156 с.
5. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності. Київ., Грамота., 2006. - 264 с.
6. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. и др. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 406 с.
7. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Навч. посібник. - К., 2002. - 358 с.
8. Організація туризму: підручник / І.М. Писаревський, С.О. Погасій, М.М. Поколюдна та ін.; за ред. І.М. Писаревського. – Х.: ХНАМГ, 2008. – 541 с.
9. Грабовський Ю.А., Скалій О.В., Скалій Т.В. Спортивний туризм / Навчальний посібник. - Тернопіль: Навчальна книга - Богдан, 2009. - 304 с.
10. Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. Сільський туризм. Київ., Знання., 2006. - 271 с.
11. Сучасні різновиди туризму: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / Кляп М.П., Шандор Ф.Ф., — К., 2011. — 334 с/
12. Христов Т.Т. Религиозный туризм / Учебное пособие. - М.: Издательский центр "Академия", 2005. - 288 с.
13. ГОСТ 28681.1-95 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование услуг"

Туристична фірма _____	Адреса фірми: _____ _____ _____	Address: _____ _____ _____
	Тел./факс: _____ e-mail: _____	

ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА
туристської подорожі за маршрутом

(назва маршруту)

на _____ р.

1. Основні показники маршруту:

Вид маршруту – _____
(за конфігурацією маршруту, за формою організації, за видом транспорту)

Термін подорожі (дн./ночівель) – _____

Число туристів в групі – _____

Початок обслуговування на маршруті першої групи – _____

Початок обслуговування на маршруті останньої групи – _____

Закінчення обслуговування останньої групи – _____

Вартість путівки – _____

(може змінюватися в залежності від обраного розміщення)

Місяць року	Кількість туристів в місяць	Графік заїзду туристських груп за датами місяця	Кількість груп в місяць

Адреса туристського підприємства, з якого починається подорож: _____

Проїзд до початкового туристського підприємства: *трансфер* _____

2. Програма обслуговування туристів за маршрутом

Населені пункти, відстань між ними, способи пересування, час прибуття до пункту та виїзду з нього	Найменування туристських підприємств та умови розміщення	Заплановані туристські послуги	Внутрімаршрутні перевезення на маршруті (в місці перебування) здійснюються

3. Короткий опис подорожі (повторюється в інформаційному листку до туристської путівки)

Керівник туристського підприємства, що обслуговує маршрут:

П.І.Б.

Підпис

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЛИСТОК до путівки туристської подорожі

«_____»
(найменування маршруту)

Складається за наступним змістом:

1. Обов'язкова інформація

1. Вказівка виду і типу туристської подорожі, основного змісту програми обслуговування, протяжності та тривалості всього маршруту.

2. Опис траси подорожі – пунктів перебування, тривалості перебування і умови розміщення в кожному пункті обслуговування (тип будівлі, число місць в номері, його санітарно-гігієнічне обладнання).

3. Короткий опис району подорожі (визначні пам'ятки, особливості рельєфу місцевості і т. п.), програми обслуговування в кожному пункті подорожі (відповідно до технологічної карти туристської подорожі).

4. Перелік послуг, що надаються за додаткову плату.

5. Наявність і коротка характеристика спортивних споруджень і майданчиків, автостоянок, пасажирських канатних доріг, водоймищ, пляжів, атракціонів, дитячих ігрових майданчиків (кімнат), бібліотек, кінозалів і т.д.

6. Адреса туристського підприємства, з якого починається туристська подорож і проїзд до нього.

2. Приблизний перелік додаткової інформації

1. Інформація щодо вікових обмежень, прийому батьків з дітьми, сімейних.

2. Інша інформація і рекомендації щодо перебування іноземних туристів в Україні.

ГРАФІК ЗАВАНТАЖЕННЯ

туристського підприємства _____

групами туристів _____ 200__ р.
(місяць)

Номер групи туристів	Номер маршруту туристського підприємства	Дати обслуговування																																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				

ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ РОЗРАХУНКУ ВАРТОСТІ ТУРУ

(назва туру)

№ з/п	Назва статті	Вартість за одиницю (у.о./грн.)		Кількість (од./діб)	Загальна вартість (грн.)
1.	Вартість проживання (за умовами розміщення): – -місний номе: – -місний номер:				
2.	Вартість харчування: - сніданок: - обід: - вечеря:				
3.	Вартість проїзду:				
4.	Трансфер:				
5.	Екскурсійна програма:				
5.1					
5.2					
5.3					
5.4					
5.5					
....					
6.	Страхування				
7.	Послуги гіда-перекладача				
8.	Інші види затрат:				
8.1					
8.2					
8.3					
...					
Загальна вартість туру: за умов різних варіантів розміщення					

