

**Міністерство освіти і науки України
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника**

ОЛЕНА ДУТЧАК

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС

Навчально-методичний посібник

**Івано-Франківськ
2024**

УДК 394.85 (075.8)

Д 84

Затверджено Вченою радою факультету туризму. Протокол № 2 від 17 вересня 2024 р.

Рецензенти:

Зарічняк А. П., к.е.н., старший викладач, завідувач кафедри туризмознавства і краєзнавства Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника;

Реснт О.П., доктор історичних наук, професор член-кореспондент НАН України.

Дутчак О. Міжнародний туристичний бізнес: навчально-методичний посібник / Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. Івано-Франківськ: Пагорб. 2024. 50 с.

© Олена Дутчак
© Прикарпатський національний
університет імені Василя Стефаника

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	4
СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС».....	5
МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ОПРАЦЮВАННЯ ЛЕКЦІЙНОГО МАТЕРІАЛУ.....	11
ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ (ПРАКТИЧНИХ) ЗАНЯТЬ З ДИСЦИПЛІНИ "МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС".....	13
ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ.....	16
ТЕМАТИКА ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ.....	18
ПРОГРАМОВІ ВИМОГИ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС».....	19
ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ.....	21
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	30
ГЛОСАРІЙ.....	36

ПЕРЕДМОВА

На сьогодні можна стверджувати про туризм як про суспільне явище, пов'язане з добровільною тимчасовою зміною місця перебування, ритму та середовища життя, а також безпосереднім контактом із середовищем (природним, культурним чи суспільним). Це суспільне явище настільки багатогранне, що дати йому єдине точне та повне визначення практично неможливо. Воно пов'язане із задоволенням цілого комплексу потреб людини та стало важливим компонентом життя людини.

Туризм виступає ваговою складовою сучасного способу життя, невід'ємним компонентом загальнопланетарних економічних процесів, комунікативної та пізнавальної активності людства.

Навчальна дисципліна «Міжнародний туристичний бізнес» покликана узагальнити знання та фахові компетенції, здобуті під час вивчення інших туристознавчих навчальних дисциплін, а також розкрити багатоаспектний процес загальнопланетарного розвитку туристичної індустрії, акцентуючи увагу на наступних тематичних блоках, що розкривають сутність цього явища: статистика міжнародного туризму, світовий ринок міжнародного туризму, процеси концентрації та транснаціоналізації, тощо.

Навчальний посібник містить необхідне навчально-методичне забезпечення для організації досягнення заявлених програмних результатів навчання та формування відповідних компетенцій у здобувачів освіти за другим (магістерським) рівнем вищої освіти.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет туризму

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Міжнародний туристичний бізнес

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Освітня програма «Туризмознавство»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Затверджено на засіданні кафедри
туризмознавства і краєзнавства
Протокол № 1 від “28” серпня 2024 р.

м. Івано-Франківськ – 2024

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до навчальної дисципліни
3. Мета та цілі навчальної дисципліни
4. Програмні компетентності та результати навчання
5. Організація навчання
6. Система оцінювання навчальної дисципліни
7. Політика навчальної дисципліни
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Міжнародний туристичний бізнес
Викладач (-і)	Дутчак Олена Іванівна, кандидат історичних наук, доцент
Контактний телефон викладача	+380994607890
E-mail викладача	olena.dutchak@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	очний/заочний
Обсяг дисципліни	3 кредитів ECTS, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/developer/course/view/2566
Консультації	Консультації проводяться відповідно до графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді кафедри
2. Анотація до навчальної дисципліни	
<p>Теоретичні основи розвитку міжнародного туристичного бізнесу. Соціально-економічні чинники формування міжнародного туристичного ринку. Статистика міжнародного туризму. Міжнародна співпраця в галузі туризму. Міжнародний туристичний бізнес як галузь сталого розвитку. Основи економіки міжнародного туризму. Сучасні тенденції транснаціоналізації в міжнародному туризмі. Інформаційні технології в міжнародному туризмі. Туристичні формальності. Географічні та суспільні детермінації розвитку міжнародного туристичного бізнесу.</p>	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<p>Метою навчальної дисципліни «Міжнародний туристичний бізнес» є поглиблення і розширення теоретичних знань, вмінь та практичних компетентностей студентів щодо проблем загальнопланетарних тенденцій розвитку міжнародного туристичного бізнесу, стану основних компонентів міжнародної туристичної індустрії та організації інституційного регулювання розвитку міжнародного туризму.</p> <p>Завданням вивчення дисципліни «Міжнародний туристичний бізнес» є теоретична та практична підготовка студентів з питань:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формування та уніфікації термінології в сфері міжнародного туристичного бізнесу; - організації статистичного обліку та спеціальних спостережень; - діяльності міжнародних туристичних організацій; - досвіду зарубіжних країн у побудові організаційних структур управління туристичною сферою; - основних напрямків та тенденцій розвитку міжнародного туристичного бізнесу; - підходів до класифікації та сегментування туристичних ринків світу; - специфічних особливостей та умов виходу України на міжнародний ринок туризму. 	

4. Програмні компетентності та результати навчання

Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері туризму і рекреації.

ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.

ЗК4. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

ЗК6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

СК3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.

СК4. Здатність організовувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду.

СК6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.

СК7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.

Програмні результати:

РН4. Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проєктувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.

РН6. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни – 90 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	18
семінарські заняття / практичні / лабораторні	18
самостійна робота	54

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
	242 «Туризм і рекреація»	2	Нормативний

Тематика навчальної дисципліни

Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Міжнародний туризм як економічний та соціокультурний феномен	2	2	6
Тема 2. Становлення сучасних форм розвитку та державного регулювання міжнародного туризму в країнах світу	2	2	6
Тема 3. Туристичні формальності.	2	2	6
Тема 4. Статистика міжнародного туризму	2	2	6

Тема 5. Географія і напрями ринку туристичного попиту	2	2	6
Тема 6. Ринок міжнародного туризму	2	2	6
Тема 7. Система координації та міжнародна співпраця у галузі туризму	2	2	6
Тема 8. Особливості формування туристичної пропозиції в умовах глобалізації	2	2	6
Тема 9. Сучасний стан та перспективи розвитку найважливіших секторів міжнародної індустрії туризму	2	2	6
ЗАГ.:	18	18	54
6. Система оцінювання навчальної дисципліни			
Загальна система оцінювання курсу	Оцінювання здійснюється за національною та ECTS шкалою на основі 100-бальної системи. (п. 8.3. Види контролю «Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (Наказ ректора № 417 від 03.07.2023 р.). Загальні 100 балів включають: 30 балів – поточний контроль (практичні заняття), 40 балів – тестовий контроль, 20 балів – контроль за самостійною роботою, 10 балів – екзамен		
Вимоги до письмової роботи	Письмова робота є формою самостійної роботи студентів і виконується на одну із заданих тем. Робота подається у електронному вигляді.		
Практичні заняття	Оцінюється у п'ятибальній шкалі		
Умови допуску до підсумкового контролю	Отримання інтегральних результатів до останнього		
Підсумковий контроль	Відбувається вигляді підсумкового тестового контролю		
7. Політика навчальної дисципліни			
Письмові роботи	Робота виконана на певну тему обсягом не більше 4 сторінок		
Академічна доброчесність	Атмосферу довіри, взаєморозуміння, взаємоповаги потрібно будувати щоденно. Політика ректорату спрямована на академічну доброчесність, прозорість та законність діяльності. Задля цього розроблено та впроваджено «Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів		

Відвідування занять	Усі студенти, незалежно від форми навчання, зобов'язані відвідувати аудиторні заняття і проходити всі форми поточного та підсумкового контролю. Відпрацювання пропущених занять відбувається у перший день за графіком консультацій викладача з навчальної дисципліни, за винятком поважної причини у студента (документальне підтвердження) згідно «Порядку організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (п.4)».
Неформальна освіта	Є можливість отримати додаткові бали, пройшовши онлайн-курси на платформах Prometheus, Coursera, EdEra, які мають узгоджуватися попередньо з викладачем відповідно до «Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти, в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника».

8. Рекомендована література

1. Великочий В.С., Дутчак О.І., Шикеринець В.В. Міжнародний туризм: навч. посіб. Івано-Франківськ Вид. Кушнір Г.М. 2015. 254 с.
2. Дутчак О.І. Міжнародний туризм: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ, 2013. 60 с.
3. Закон України «Про порядок виїзду з України і в Україну громадян України». Відомості Верховної Ради України. 1994. № 18. С.95-108.
4. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг: Геопросторові аспекти 2-ге вид., перероб. та доп. Київ Альтерпрес, 2003.
5. Мальська М.П., Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник Київ Знання, 2008. 661с.
6. Мальська М. Я., В.В. Худо Менеджмент туризму. Вступ до спеціальності: Навч. посіб. Львів Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2002.
7. Мальська М. Я. В.В. Худо Туристичний бізнес; теорія і практика: Навч. посіб. Київ Центр учбової літератури, 2007. — 424 с.
8. Мальська М. Я. Основи туристичного бізнесу: Навч. посіб. Київ Центр навчальної літератури, 2004.
9. Compendium of Tourist Statistics. Madrid: WTO, 2015.
10. Compendium of Tourism Statistics, Data 2017 – 2021, 2023 Edition. URL: https://ukrstat.gov.ua/work/compendium_ed2023.pdf

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ОПРАЦЮВАННЯ ЛЕКЦІЙНОГО МАТЕРІАЛУ

Важливе місце у вивченні студентами дисципліни «Міжнародний туристичний бізнес» відіграють лекції. Лекції слугують тим підґрунтям та інструментом, що спрямовують студентів у найбільш раціональному напрямі щодо вивчення навчальної дисципліни та надають йому знання в обсязі, необхідному для подальшого поглибленого вивчення навчальної дисципліни, роз'яснюють найбільш складні поняття та положення навчальної дисципліни. Плідна робота студентів на лекціях є запорукою подальшого успішного оволодіння тим необхідним масивом знань, що сприятиме формуванню із студента фахівця з необхідним рівнем знань та навичок. На початку лекції, як правило, викладач оголошує тему лекції, план її проведення та необхідну навчальну літературу і джерела. Під час лекції студенти повинні уважно слухати викладача, аналізувати отримувану інформацію, а також конспектувати найбільш важливі та необхідні масиви інформації, що надається. У кінці лекції студент може задати викладачеві запитання щодо роз'яснення незрозумілих положень прослуханої лекції. Належне ведення конспекту під час лекції сприятиме збереженню необхідної інформації та надасть йому змогу в подальшому проаналізувати її.

Робота над конспектами лекцій

При підготовці до семінарських та практичних занять студент уважно читає складений ним конспект лекції та аналізує повторно отримувану інформацію. При опрацюванні матеріалу лекції він звіряє наявність викладеного на лекції та законспектованого ним матеріалу із планом семінарського заняття, що знаходиться у навчально-методичному комплексі та методичних матеріалах для проведення семінарських та практичних занять із обраної дисципліни. При відсутності у конспекті матеріалу з окремих питань лекції, неповне розкриття того чи іншого питання лекції або винесенні їх на самостійне опрацювання чи написання реферату, доповіді зобов'язує студента звернутися до рекомендованих підручників, навчальних посібників, статистичних даних тощо.

Робота з навчальною, науковою літературою, джерелами

Працювати із підручниками, навчальними посібниками та джерелами (матеріалами Держкомстату України, інтернет-ресурсами офіційних сайтів туристичних підприємств) та науковою і спеціальною літературою необхідно так, щоб отримати з них максимум теоретичних знань та необхідних відомостей. При роботі з цими джерелами студент, в першу чергу, повинен ознайомитись із їх змістом, щоб визначити, чи необхідно опрацювати дане джерело і чи має воно відношення до навчального курсу, що вивчається, а лише після цього відбирає необхідний для вивчення матеріал з цього джерела (глави, розділи і т. ін.) та розпочинає його вивчення. При опрацюванні матеріалу необхідно з'ясувати суть питання, що вивчається, не уникаючи при цьому визначення суті незрозумілих чи незнайомих слів, термінів та не з'ясувавши їх змісту у словниках, довідниках, контексті речення. При вивченні матеріалу за підручником, навчальним посібником, роботі із науковою і спеціальною літературою необхідно аналізувати прочитане із прослуханою та законспектованою лекцією, робити логічні висновки, записувати незрозумілі положення з метою їх подальшого з'ясування на практичному занятті. Тому під час опрацювання студентом матеріалу за підручником, навчальним посібником, опрацюванні різних матеріалів бажано і необхідно відпрацювати зручну для себе певну систему позначень (підкреслювання, помітки на полях книги чи нормативно-правового акту, виписки, позначення маркерами різних кольорів, формулювання інших авторів та нормативно-правових джерел, посилання на інші джерела, виписки необхідних відомостей на окремих листках та ін.) та фіксації опрацьованого матеріалу. Крім того, при роботі із науковою та спеціальною літературою студент може отримати посилання на джерела не вказані в навчально-методичному комплексі, що є, безперечно, цінним для самостійного поглибленого вивчення правового матеріалу.

ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ (ПРАКТИЧНИХ) ЗАНЯТЬ З ДИСЦИПЛІНИ "МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС"

Практичне заняття № 1.

Тема 1. Міжнародний туризм як економічний та соціокультурний феномен

План

1. Сутність міжнародного туризму.
2. Міжнародний туризм як чинник економічного розвитку.
3. Соціокультурне значення міжнародного туризму
4. Прояви негативного впливу міжнародного туризму

Тема 2. Становлення сучасних форм розвитку та державного регулювання міжнародного туризму в країнах світу

План

1. Історичні форми розвитку туризму
2. Чинники формування попиту і пропозиції міжнародного ринку туристичних послуг
3. Форми організації державного регулювання туристичної галузі країн світу.

Тема 3. Туристичні формальності.

План.

1. Види формальностей у міжнародному туризмі:
 - а) поліцейські формальності;
 - б) паспортні формальності;
 - в) візові формальності;
 - г) митні формальності та валютний контроль;
 - д) медико-санітарні формальності;
 - е) формальності безпеки.
2. Страхування в міжнародному туризмі:
 - а) медичне страхування;
 - б) майнове страхування;
 - в) страхування цивільної відповідальності.

Тема 4. Статистика міжнародного туризму

1. Історія розвитку статистики міжнародного туризму
2. Сучасні концептуальні засади статистики міжнародного туризму
3. Основні статистичні одиниці туризму
4. Статистика туристських потоків
5. Статистика туристичних доходів і витрат
6. Організація і методи статистичного обліку

Тема 5. Географія і напрями ринку туристичного попиту

План.

1. Географічні фактори розвитку міжнародного туризму
2. Туризм з метою відпочинку і розваг:
 - а) Європа;
 - б) Америка;
 - в) Азійсько-Тихоокеанський район
3. Спортивний міжнародний туризм
4. Світові центри лікувально-оздоровчого туризму

Тема 6. Ринок міжнародного туризму

План

1. Особливості ринку міжнародного туризму
2. Світовий і регіональний ринки міжнародного туризму
3. Методи і фактори туристичного попиту
4. Методи прогнозування туристичного попиту

Тема 7. Система координації та міжнародна співпраця у галузі туризму

План

1. Сутність міжнародної співпраці та координація у сфері туризму
2. Всесвітня туристична організація (ЮНВТО):
 - а) Історія створення та організаційна структура ЮНВТО
 - б) Цілі, завдання та напрями діяльності ЮНВТО
 - в) Діяльність ЮНВТО з питань торгівлі туристичними послугами
3. Заходи співпраці України з ЮНВТО

Тема 8. Особливості формування туристичної пропозиції в умовах глобалізації

1. Сутність та значення ТНК на сучасному етапі розвитку світового господарства
2. Історичний аспект розвитку та основні причини зростання міжнародного виробництва ТНК
3. Теоретичні концепції діяльності ТНК
4. Позитивні та негативні аспекти діяльності ТНК в приймаючих країнах
5. Прискорення економічного розвитку національної економіки шляхом активізації діяльності ТНК в сфері міжнародного туризму

Тема 9. Сучасний стан та перспективи розвитку найважливіших секторів міжнародної індустрії туризму

План

1. Особливості і структура індустрії міжнародного туризму.
2. Транспортне забезпечення міжнародного туризму :
 - а) залізничний транспорт;
 - б) автомобільний транспорт;
 - в) водний транспорт;
 - г) повітряний транспорт;
3. Організація закладів розміщення.
4. Підприємства харчування в індустрії міжнародного туризму.
5. Соціально-психологічні фактори в туризмі. Мотивація туристичних подорожей
6. Інформаційно- екскурсійне обслуговування в міжнародному туристичному бізнесі
7. Значення анімаційних послуг в індустрії міжнародного туризму

ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

1. Мета самостійної роботи

Формування у студентів професійних компетенцій на основі здобутих у процесі вивчення навчальної дисципліни знань та узагальнення накопичених знань, що сформувалися у процесі вивчення комплексу дисциплін туризмознавчого характеру. Формування у студентів комплексного уявлення про сучасний стан міжнародного туризму у загальнопланетарном масштабі, формування навичок прогнозування діяльності суб'єктів туристичної діяльності у реаліях сучасних глобалізаційних процесів.

2. Завдання самостійної роботи

Основними завданнями самостійної роботи з навчальної дисципліни «Міжнародний туризм» виступає широкий комплекс проблем теоретичного та праксеологічного характеру: соціокультурне значення міжнародного туризму, його позитивні та негативні прояви на суспільство та економіку приймаючих країн, статистика міжнародного туризму, регіональні особливості функціонування ринку туристичних послуг на сучасному етапі, діяльність транснаціональних корпорацій у міжнародному туристичному бізнесі, особливості функціонування основних складових

3. Запитання для самопідготовки.

1. Зміст понять «туризм», «міжнародний туризм», «подорожанин», «екскурсант», «турист».
2. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму.
3. Двосторонній рівень міжнародної туристичної співпраці.
4. Багатостороння співпраця у сфері туризму.
5. Міжнародні туристичні організації.
6. Діяльність ЮНВТО.
7. Базові умови розвитку міжнародного туризму.
8. Спеціальні умови розвитку міжнародного туризму.
9. Статистичне спостереження у міжнародному туризмі.
10. Методи статистичного спостереження у міжнародному туризмі
11. Види формальностей у міжнародному туризмі.
12. Вплив туризму на довкілля і суспільство.
13. Що таке ТНК? Принципи її функціонування та діяльності.
14. Позитивні та негативні наслідки діяльності ТНК у міжнародному туризмі.
15. Основні складові індустрії міжнародного туризму.
16. Сучасні інформаційні технології у індустрії міжнародного туризму.
17. Концепція статистики міжнародного туризму.
18. Основні статистичні одиниці міжнародного туризму.
19. Облік туристів у закладах розміщення
20. Специфіка реєстрації туристичних прибуттів на кордоні.

- 21.Світові центри (дестинації) відпочинку і розваг.
- 22.Світові центри лікувально-оздоровчого туризму.
- 23.Міжнародний спортивний туризм.
- 24.Обмежувальні фактори розвитку міжнародного туризму.

ТЕМАТИКА ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ

Робота виконується у формі презентації

1. Форми концентрації виробництва в туризмі (інтеграція, диверсифікація, конгломерація)
2. Правове забезпечення міжнародного туризму.
3. Особливості і форми глобалізації у світовому туризмі.
4. Міжнародний туризм як галузь регіонального розвитку.
5. Туризм як фактор розвитку депресивних і сільських районів
6. Туризм як фактор розвитку районів нового освоєння
7. Туризм як фактор розвитку морських і річкових басейнів.
8. Туризм як фактор удосконалення галузевої структури господарства.
9. Зміст арготуризму і зарубіжний досвід його розвитку.
10. Формування ринку арготуризму.
11. Міжнародний туризм як чинник боротьби з бідністю.
12. Вплив міжнародного туризму на систему охорони здоров'я.
13. Міжнародний туризм та охорона культурно-історичної спадщини.
14. Екологія як фактор розвитку світового туризму:
15. Інформаційні туристичні ресурси
16. Сутність та види інформаційних технологій у туризмі
17. Глобальні дистриб'юторські системи в Інтернеті
18. Інтернет-технології в туристичному менеджменті
19. Структура та властивості туристичних сайтів
20. Основні закордонні туристичні сайти онлайн-бронювання

ПРОГРАМОВІ ВИМОГИ
з дисципліни «Міжнародний туристичний бізнес»

1. Види формальностей у міжнародному туризмі:
 - а) Поліцейські формальності
 - б) Паспортні формальності
 - в) Візові формальності
 - г) Митні формальності та валютний контроль
 - д) Медико-санітарні формальності
 - е) Формальності безпеки
2. Страхування в міжнародному туризмі:
 - а) Медичне страхування
 - б) Майнове страхування
 - в) Страхування цивільної відповідальності
3. Географічні фактори розвитку міжнародного туризму
4. Туризм з метою відпочинку і розваг:
 - а) Європа;
 - б) Америка;
 - в) Азійсько-Тихоокеанський регіон.
5. Спортивний міжнародний туризм
6. Світові центри лікувально-оздоровчого туризму
7. Світовий і регіональний ринки міжнародного туризму
8. Методи прогнозування туристичного попиту
9. Сутність міжнародної співпраці та координація у сфері туризму
10. Історія створення та організаційна структура ЮНВТО
11. Цілі, завдання та напрями діяльності ЮНВТО
12. Діяльність ЮНВТО з питань торгівлі туристичними послугами
13. Заходи співпраці України з ЮНВТО
14. Особливості і структура індустрії міжнародного туризму
15. Соціально-психологічні фактори в туризмі. Мотивація туристичних подорожей.
16. Сутність та значення ТНК на сучасному етапі розвитку світового господарства
17. Теоретичні концепції діяльності ТНК
18. Позитивні та негативні аспекти діяльності ТНК в приймаючих країнах
19. Міжнародний туризм як чинник економічного розвитку
20. Соціокультурне значення міжнародного туризму
21. Прояви негативного впливу міжнародного туризму
22. Історичні форми розвитку туризму
23. Чинники формування попиту і пропозиції міжнародного ринку туристичних послуг
24. Форми організації державного регулювання туристичної галузі країн світу
25. ООН в системі міжнародного туристичного співробітництва
26. Класифікація міжнародних туристичних організацій.

27. Нормативно-правові засади міжнародного туризму
28. Історія розвитку статистики міжнародного туризму
29. Концепція статистики міжнародного туризму
30. Основні статистичні одиниці туризму
31. Статистика туристських потоків
32. Статистика туристичних доходів і витрат
33. Організація і методи статистичного обліку
34. Сутність та особливості ринку міжнародного туризму
35. Класифікація ринків міжнародного туризму за цілями подорожей.

Туристичне районування світу

36. Суб'єкти ринку туристичних послуг, специфіка їх цілей та діяльності
37. Проблеми сегментування туристичного попиту
38. Особливості формування та вивчення туристичного попиту
39. Місце України на ринку міжнародного туризму
40. Турпродукт. Капітал як ресурс виробництва туристичного продукту
41. Форми концентрація капіталу у міжнародному туристичному бізнесі
42. Транснаціональні корпорації у туристичній індустрії
43. Транснаціоналізація готельного бізнесу
44. Туроператори і турагенти
45. Заклади розміщення та харчування туристів
46. Система транспортних перевезень
47. Прогнозування перспектив розвитку індустрії міжнародного туризму експертами Всесвітньої туристичної організації
48. Туризм як фактор розвитку відсталих і депресивних районів.
49. Туризм як фактор економічної інтеграції та глобалізації.
50. Обмежувальні фактори розвитку індустрії міжнародного туристичного бізнесу

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

1 Туризм набуває масового характеру

- а) на початку ХХ ст.;
- б) у післявоєнні роки;
- в) у кінці ХІХ ст.;
- г) у міжвоєнні роки.

2. Згідно з концепцією статистики міжнародного туризму до числа туристів не входять:

- а) транзитні мандрівники;
- б) міжнародні відвідувачі;
- в) іноземні туристи;
- г) міжнародні туристи.

3. Яка з наведених відповідей правильна:

- а) початок становлення елітарного туризму - після Другої світової війни;
- б) початок масового туризму - після Другої світової війни;
- в) передістрія туризму – поч. ХХІ ст.;
- г) початок становлення туризму у Європі – ХХ ст.

4. Виберіть із наведених період в індустрії відпочинку:

- а) первісний;
- б) сучасний;
- в) постмодернізм;
- г) інституціоналізм.

5. Туристичний бізнес включає три елементи:

- а) економіка, організація, аналіз;
- б) аналіз, управління, етика;
- в) аналіз, синтез, управління;
- г) організація, управління, економіка;

6. До туристсько-готельної індустрії відносять:

- а) турфірми, засоби розміщення;
- б) військові бази;
- в) університети;
- г) науково-дослідні установи.

7. До основних напрямків господарської діяльності суб'єктів туристичної діяльності належить:

- а) послуги аутсорсингу;
- б) поселення туристів у закладах розміщення;
- в) послуги обміну валют;
- г) виготовлення поліграфічної продукції.

8. Відповідно до цілей подорожі, міжнародний туризм класифікують:

- а) загальнопланетарний;
- б) консультаційний;
- в) діловий;
- г) самодіяльний.

9. Цілями іноземних туристів виступають:

- а) отримання роботи;
- б) активний відпочинок та розваги;
- в) отримання прибутку;
- г) франшиза.

10. Контрактна форма відносин між туристичними підприємствами та виробниками турпослуг реалізується у формі:

- а) агентської угоди;
- б) асистанс-підтримки;
- в) франдрайзингу;
- г) конвергенції

11. Вкажіть країну, де вперше було відкрито ресторан:

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

12. Вкажіть першого фахівця у галузі міжнародного туризму:

- а) Т. Кук;
- б) Дж. Кук;
- в) Ф. Магеллан;
- г) Ф. Петрарка.

13. Сучасний етап розвитку світового господарства характеризується:

- а) домінуванням сфери послуг у структурі міжнародних економічних відносин;
- б) рівномірністю розвитку туристичної галузі різних країн світу;
- в) зниженням попиту на турпослуги;
- г) відсутністю етнічних інкорпорацій.

14. Індустрія міжнародного туризму – це...

- а) сукупність туристичних підприємств світу;
- б) комплекс взаємопов'язаних національних туристичних послуг;
- в) комплекс, що охоплює всю сферу обслуговування;
- г) міжнародні зв'язки в індустрії туризму.

15. Однією з передумов виникнення масового міжнародного туризму є:

- а) надлишок робочої сили;
- б) добровільне страхування;
- в) збільшення вільного часу у працюючих;
- г) сучасний рівень медицини.

16. До чинників формування туристичного попиту належать:

- а) ідентифікаційні, контroversійні;
- б) соціокультурні, урбаністичні;
- в) сегрегативні, стабілізаційні;
- г) ідентифікаційні, етнічні.

17. Вікова структура міжнародного туризму включає:

- а) п'ять секторів;
- б) чотири сектори;
- в) три сектори;
- г) шість секторів.

18. До головних детермінантів пропозиції на туристичному ринку відносять:

- а) доступність ресурсів;
- б) пізнавальні цілі;
- в) рівень безробіття;
- г) інфляція.

19. До соціально-демографічних чинників туристичного попиту належать:

- а) вікова і соціальна структура суспільства;
- б) співвідношення міського і сільського населення;
- в) мотивація подорожей
- г) комунікаційні процеси

20. До основних принципів туризму як чинника стійкого розвитку належить:

- а) відсутність детермінованості просторовими межами;
- б) проведення соціопитувань;
- в) сприяння рівномірному розподілу турпотоків;
- г) проведення масових заходів.

21. Виберіть із запропонованих одну із моделей розвитку національної туристичної індустрії:

- а) мотиваційна модель;
- б) модель саморозвитку;
- в) каузальна модель;
- г) гіперболізаційна модель

22. Характерною особливістю міжнародного туризму виступає:

- а) туризм є надзвичайно мінливою сферою економіки;
- б) надання міжнародних туристичних послуг – у компетенції окремих монополістів;
- в) до міжнародного туристичного бізнесу не входить діловий туризм;
- г) на розвиток міжнародного туристичного бізнесу не впливають культурні відносини між країнами;

23. Вкажіть сферу економіки, що поставляє на ринок певний продукт, який задовольняє потреби населення у відпочинку та оздоровленні:

- а) туристична індустрія;
- б) туристично-рекреаційне обслуговування;
- в) економіка туризму;
- г) туристичний кластер.

24. Вкажіть характерне для туризму явище, яке полягає у неможливості надання окремих турпослуг круглодобово

- а) адаптивність;
- б) циклічність;
- в) сезонність;
- г) мінливість.

25. Очевидне зменшення чи збільшення попиту на турпослуги під впливом зміни цін:

- а) пропозиція;
- б) цінова політика;
- в) дисконтна програма;
- г) кон'юнктура.

26. Початок систематизованого обліку туристів: -

- а) кінець XIX ст.;
- б) поч. XX ст.;
- в) середина XX ст.
- г) кінець XX ст.

27. Основна причина виникнення статистики міжнародного туризму – це:

- а) потреба контролювати еміграцію;
- б) потреба впорядкувати показники;
- в) потреба здійснювати планування матеріально-технічної бази туризму;
- г) потреба контролю фінансів.

28. Поточну реєстрацію прибуттів здійснюють:

- а) заклади розміщення;
- б) заклади харчування;

- в) туроператори;
- г) пропускні пункти пропуску міждержавного значення.

29. Будь-яка особа, яка подорожує між двома і більше країнами чи в межах країни свого проживання – це ...

- а) екскурсант;
- б) транзитний мандрівник;
- в) подорожанин;
- г) одноденний відвідувач.

30. Особа, що подорожує до країни, яка не є країною місця його проживання:

- а) рекреант;
- б) міжнародний відвідувач;
- в) туризмознавець;
- г) турист.

31. ЮНВТО виокремлює:

- а) 5 макрорегіонів світу;
- б) 6 макрорегіонів світу;
- в) 7 макрорегіонів світу;
- г) 4 макрорегіони світу.

32. Найважливіший показник статистики міжнародного туризму:

- а) кількість одноденних відвідувачів;
- б) кількість прибуттів;
- в) обсяг наданих послуг;
- г) обсяг платежів.

33. Найбільш динамічно розвивається:

- а) Азійсько-Тихоокеанський регіон;
- б) Американський регіон;
- в) Близькосхідний регіон;
- г) Європейський регіон.

34. Основними розділами статистики міжнародного туризму виступають:

- а) статистика туристських потоків;
- б) статистика макроекономічних процесів;
- в) статистика бюджетних надходжень;
- г) статистична стратифікація.

35. Виберіть із запропонованих три основні групи статистичних показників, рекомендованих ВТО

- а) відпочинок, рекреація, дозвілля;
- б) відпочинок, дозвілля, спорт;

- в) відвідування знайомих; оздоровлення, спілкування;
- г) відновлення сил, туризм, спорт

36. До одноденних відвідувачів не належать:

- а) міжнародні туристи;
- б) відвідувачі країни без зупинки на ночівлю;
- в) члени екіпажів іноземних транспортних засобів, які не ночують у країні призначення;
- г) дипломатичні представництва.

37. Вкажіть одиницю часу перебування туристів, прийняту для обліку UNWTO:

- а) робочий день;
- б) академгодина;
- в) година;
- г) туродень.

38. Наука, що обробляє і вивчає кількісні показники розвитку суспільного виробництва і життя суспільства:

- а) соціологія;
- б) демографія;
- в) статистика;
- г) праксеологія.

39. Формування методики статистичних досліджень туризму відбулося:

- а) на поч. ХХ ст.;
- б) у 40-50-ті рр.;
- в) у 80-ті рр. ХХ ст.;
- г) у кін. ХХ – на поч. ХХІ ст.

40. Контроль за виконанням договорів двосторонньої міжнародної співпраці покладаються на:

- а) національні туристичні адміністрації;
- б) спеціальні відомства;
- в) представництва ЮНВТО;
- г) міжнаціональні комісії.

41. Рішення про щорічне відзначення Всесвітнього дня туризму було ухвалено:

- а) на Раді міністрів туризму;
- б) на Манільській конференції;
- в) на Токійській конференції;
- г) на засіданні Генеральної асамблеї ЮНВТО.

42. Усі міжнародні та регіональні туристичні організації здебільшого є:

- а) урядовими;
- б) неурядовими;
- в) парламентськими;
- г) профспілковими.

43. Керівний орган UNWTO:

- а) Конференція;
- б) Виконавча рада;
- в) Генеральна асамблея;
- г) Парламант.

44. Основна міжнародна туристична організація до 1969 року:

- а) UNWTO;
- б) MSOТО;
- в) IATA;
- г) ICAO.

45. Вкажіть рік проведення Гаазької конференції UNWTO:

- а) 1989
- б) 1969
- в) 1975
- г) 1920

46. Основним із завдань двосторонньої співпраці в галузі туризму виступає:

- а) розробка туристичних маршрутів;
- б) спрощення туристичних формальностей;
- в) зниження попиту на окремі види послуг;
- г) анулювання туристського страхування.

47. Вкажіть найдоступнішу та найефективнішу форму міжнародної співпраці:

- а) двостороння;
- б) багатостороння;
- в) одностороння;
- г) трьохстороння.

48. Вкажіть дату ухвалення рішення створення ВТО:

- а) 1963;
- б) 1969;
- в) 1980;
- г) 1989.

49. Проблеми правового статусу іноземних туристів розглядались на:

- а) Римській конференції;
- б) Гаазькій конференції
- в) Манільській конференції;
- г) Токійській конференції.

50. Подорож громадян однієї країни до інших країн та відповідне вивезення коштів – це

- а) активний туризм;
- б) пасивний туризм;
- в) індивідуальний туризм;
- г) сезонний туризм.

51. Виберіть із запропонованих тверджень обмежувальний фактор розвитку туризму

- а) цивільні обмеження;
- б) обмеження попиту;
- в) гідравлічний тиск;
- г) експлікаційні засоби.

52. Вкажіть термін, що позначає коефіцієнт доходу від туризму

- а) мультиплікатор;
- б) сегрегатор;
- в) кореляційний залишок;
- г) мультифікатор.

53. Вкажіть термін, що позначає комплекс туристичних послуг, об'єднаних програмою перебування:

- а) турпотік;
- б) тур;
- в) франшиза;
- г) туродень.

54. Подорож водою, яка часто поєднується з відвідуванням різних країн – це...

- а) турне;
- б) тур;
- в) вояж;
- г) круїз.

55. Туристичний напрямок – це...

- а) дестинація;
- б) мультиплікатор;
- в) туристичний центр;
- г) інклюзив.

56. Україна стала членом ВТО у:

- а) 1996 р.;
- б) 2002 р.;
- в) 1998 р.;
- г) 1997 р.

57. В Україні переважає:

- а) виїзний;
- б) в'їзний туризм;
- в) археологічний;
- г) екстремальний.

58. Україна святкує Всесвітній день туризму

- а) 29 грудня;
- б) 27 вересня;
- в) 14 жовтня;
- г) 21 вересня.

59. Україна є учасником проекту ЮНВТО-ЮНЕСКО:

- а) «Туризм по Великому Шовковому шляху»;
- б) план розвитку туризму країн Балто-Чорноморської співдружності;
- в) генплан розвитку туризму країн Східної Європи;
- г) «Гендерні проблеми туристичної галузі».

60. Сприятливою умовою розвитку туристичної галузі України виступає:

- а) відсутність туристичних формальностей;
- б) наявність рекреаційних територій;
- в) аридизація клімату;
- г) політична субординація.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Азарян О.М., Жукова Н.Л. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу: Монографія. Донецьк: Вид-во ДонМУ, 2002. 241 с.
2. Алексеев Ю. В. Державне регулювання туризму в Україні. Трансформаційні процеси розвитку туризму та готельного господарства України: Матеріали Всеукр. наук.-практ. студент. конф. Київ: КУТЕП, 2002. С. 79-80
3. Алексеев Ю. В. Регіональні аспекти регулювання туристичної галузі України. Державне управління в умовах інтеграції України в Європейський Союз: Матеріали наук.- практич. конф.: У 2 т. / За заг. ред. В.І.Лугового, В.М.Князева. Київ: Вид-во НАДУ, 2002. Т.2. С. 233–234
4. Антоненко І.Я. Державне регулювання просування туристичного продукту: міжнародний та вітчизняний досвід. Інвестиції: практика та досвід. 2013. №21. С.17-22.
5. Антонюк К. Інституціональна структура регулювання та розвитку міжнародного туризму. Ринок цінних паперів України. 2014. №9-10. С.3-10.
6. Ахмедова О.О. Можливості використання світового досвіду державного регулювання у сфері туризму в Україні. Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія "Державне управління". 2016. №1. С.32-37.
7. Бартошук О.В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід). Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». 2011. №2. С.62-68.
8. Білецька І. Діловий туризм у контексті розвитку міжнародного туризму. Журнал європейської економіки. 2011. Т.10. №2. С.178-187.
9. Білоцерківець Н. Україна туристична. Українська культура. 2006. № 3-4. С. 8-10.
10. Біркович В.І. Модернізація туристичного та рекреаційного потенціалу регіонів України. Статистика України. 2006. № 3. С. 83-86.

- 11.Буданова О.С. Міжнародний туризм як засіб формування іміджу України. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та по-слуг. 2013. Вип.1. С.304-312.
- 12.Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. Диференційне забезпечення керівництва. 2005. Вип. 12/7, 4782. С. 1–35
- 13.Верланов Ю Фінансово-економічний механізм та інструменти політики розвитку туризму в Україні. Наукові праці ЧДУ імені Петра Могили. 2005. Випуск 25
- 14.Великочий В.С., Дутчак О.І., Шикеринець В.В. Міжнародний туризм: навч. посіб. Івано-Франківськ Вид. Кушнір Г.М. 2015. 254 с.
- 15.Гаврилюк А. Туристично-інформаційні центри як чинник державного регулювання туристичної галузі України. Вісник НАДУ. 2009. № 1. С. 78-86.
- 16.Гарбар Г.А. Культурний туризм в контексті масової культури. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2014. Вип.56. С.140-148.
- 17.Гусякова О.Ю. Стратегічно-управлінські підходи до розвитку туристичної галузі.Держава та регіони. Серія «Державне управління». 2010. №2. С.9-13.
- 18.Драпушко Р. Індустрія туризму: міжнародний та вітчизняний дос-від. Вісник Інституту розвитку дитини. Серія "Філософія, педагогіка, пси-хологія". 2014. Вип.35. С.31-36.
- 19.Дутчак О.І. Міжнародний туризм: навчально-методичний посібник Івано-Франківськ, 2013. 60 с.
- 20.Дубовікова О. Система фінансування курортно-рекреаційного комплексу. Економіка Криму. 2009. №28.
- 21.Дубодєлова А.В., Кулиняк І.Я., Бондаренко Ю.Г. Кластерний підхід до аналізу розвитку міжнародного туризму в Україні. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип.24.6. С.195-201.
- 22.Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.] Київ: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.

23. Жадько К.В. Понятійне визначення механізмів державного управ-ління міжнародним туризмом. Держава та регіони. Серія «Державне управління». 2008. №3. С.72-76.
24. Жадько К.В. Феномен міжнародного туризму: соціально-філософський аналіз: автореф. дис... к.філос.н.: 09.00.03. Запоріжжя, 2010. 18 с.
25. Заболоцька Р.О. Світовий ринок послуг. Київ: Знання України, 2005. 280 с.
26. Закон України «Про порядок виїзду з України і в Україну громадян України». Відомості Верховної Ради України. 1994. № 18. С.95-108.
27. Закон України «Про інноваційну діяльність» 04.07.2002 № 40-IV
28. Закон України «Про спеціальну економічну зону туристсько-рекреаційного типу «Курорттополіс» Трускавець» від 18.03.1999 № 515-XIV
29. Закон України «Про туризм» №1282/4 від 18.11.2003. Відомості Верховної Ради України. 2003. №29
30. Заячковська Г. Розвиток міжнародного туризму після світової економічної кризи 2008–2009 рр. Галицький економічний вісник. 2011. №1.
31. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003.
32. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму. Київ: Знання, 2010. 502с
33. Кірейцева Г. Г. Гроші. Фінанси. Кредит: Навчально-методичний посібник. Житомир: ЖІТІ. 2001. 312 с.
34. Коваленко Ю. А.- Дослідження сучасних тенденцій розвитку міжнародного туризму в Україні. Київ: Знання, 2008.
35. Колотуха О.В. Геосистемна парадигма спортивного туризму. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. Володимира Гнатюка. Серія «Географія». 2013. №2. С.123-132.
36. Корольчук Л.В. Механізм запровадження кластерної моделі розвитку туризму в транскордонному регіоні. Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». 2012. -Вип.9. С.127-133.
37. Крушинська А.В. Особливості бюджетного стимулювання інвестиційної привабливості туристичного комплексу з урахуванням зарубіжного досвіду.

- Стратегічні напрямки соціально-економічного розвитку держави в умовах глобалізації: зб. тез міжнар. наук.-практ. конф. (м. Хмельницький, 18-20 квітня 2013 р.). Хмельницький: Хмельницький університет управління та права, 2013. С.207-209.
38. Кучеренко К.В. Економічна цінність міжнародного туристичного бренду країни. Інвестиції: практика та досвід. 2013. №13. С.78-82.
39. Кучеренко К.В. Сучасні підходи до організації процесу формування міжнародного туристичного бренду країни. Інвестиції: практика та досвід. 2013. №12. С.96-100.
40. Лісіцина І.І. Державно-приватне партнерство в галузі туризму: за-рубіжний досвід. Бізнес Інформ. 2013. №11. С.196-203.
41. Літинська В.А. Роль та значення туризму в економіці України та світу. Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». 2013. №6. Т.1. С.229-233.
42. Луцишин Н. Я., Я.В. Луцишин Економіка й організація міжнародного туризму: навч. посіб. Луцьк, 2003.
43. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг: Геопросторові аспекти 2-ге вид., перероб. та доп. Київ Альтерпрес, 2003.
44. Мальська М. Я., Худо В.В. Менеджмент туризму. Вступ до спеціальності: Навч. посіб. Львів Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2002.
45. Мальська М. Я., Худо В.В. Туристичний бізнес; теорія і практика: Навч. посіб. Київ Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
46. Мальська М. Я. Основи туристичного бізнесу: Навч. посіб. Київ Центр навчальної літератури, 2004.
47. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг. Київ: Знання, 2008. 601с.
48. Мельниченко С. Вплив інформаційних технологій на маркетинг туристичних підприємств. Вісник КНТЕУ. 2007. № 5. С. 68-74.

49. Муковський І. Т. Міжнародний туризм як форма інтеграційних процесів України. Науковий вісник Київського гуманітарного інституту. Серія: економічні науки. 2008. №1. С.14
50. Муковський І.Т. Міжнародний туризм як форма інтеграційних процесів України. Науковий вісник Київського гуманітарного інституту. Серія: економічні науки. 2008. №1. С.14-18.
51. Офіційний сайт Всесвітньої Туристської Організації. URL: <http://www2.unwto.org>.
52. Пахля А. Розвиток сфери туризму визнаний державою одним із пріоритетних напрямків діяльності. Debaty. Org. 11 жовтня, 2010. URL: http://debaty.org/ua/article/tourism_deb
53. Пеклун О.С. Сприяння органів державної влади створенню позитивного іміджу країни в міжнародному туристичному просторі. Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології. 2012. №1. С.186-192.
54. Сушко Н.В. Тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні: URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/
55. Серьогін О.Ю. Правове регулювання міжнародних туристичних відносин: автореф. дис... к.ю.н.: 12.00.03. Київ, 2002. 21 с.
56. Черниш О.І., Дімова О.І. Інноваційні впровадження як основні чинники пріоритетного розвитку сфери туризму та рекреації в Україні. Економічний простір. 2009. № 22/2. С. 208-213.
57. Compendium of Tourist Statistics. Madrid: WTO, 2005.
58. Compendium of Tourist Statistics. Madrid: WTO, 2015.
59. Business Travel Seen Growing in 2011. The Wall Street Journal. 2011. January.
- 60.251. The analysis of the legislation of Ukraine in the sphere of research, developments and innovation activity and suggestions for amendments for legislation. EU Project "Enhance Innovation Strategies, Policies and Regulation in Ukraine". - Kyiv: Feniks, 2011. 360 p.
- 61.252. Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 / World Economic Forum. URL: <http://www.weforum.org/reportsresults>.

62.253. Voynarenko M.P. Investment Attraction. Regional forum "Social aspects and financing of industrial restructuring" (Moscow, 26-27 November 2003). Topic 6. Regional dimension of industrial restructuring. United Nations Economic Commission for Europe. URL: <http://www.unece.org>.

ГЛОСАРІЙ

А

Авіатариф - вартість перевезення одного пасажера на літаку на певну відстань. У міжнародних перевезеннях розрізняють індивідуальні, групові, звичайні та спеціальні авіаційні збори.

Американський план - готельний тариф, що включає в себе вартість розміщення та триразового харчування.

Англійський сніданок - повний сніданок, зазвичай включає в себе фруктовий сік, яєчно з шинкою, тости, масло, джем і каву або чай.

Анулювання - Відмова від поїздки. Умови відмови обмовляються в договорі.

Апартаменти - тип номерів в готелях, за своїм оформленням наближені до виду сучасних квартир, включаючи місця для приготування їжі (вартість харчування звичайно не включається у вартість номера).

Б

Басбі - Молодший службовець ресторану, бару (розлив води, прибирання столів, попільник і т. д.).

Беллмен - Службовець готелю, який підносить багаж і виконує доручення гостей.

Бермудський план - Метод надання готельних послуг, при якому ціна включає сніданок і кімнату.

Бізнес-тур - Тип подорожі, який необхідний діловим людям і, можливо, вимагає особливого сервісу, наприклад кімнату для переговорів, послуг секретарів.

Ботель - Невеликий готель на воді.

Бунгало - Невеликий туристичний готель (будова зазвичай з легких матеріалів на березі моря). Поширена в молодіжних тур центрах.

Бюро обслуговування - бюро в готелі, що здійснює інформаційний сервіс, валютно-фінансові операції, забезпечення його транспортними квитками і квитками для відвідування культурно-видовищних заходів, організацію медичної допомоги.

В

Ваучер - Документ, на підставі якого надається обслуговування іноземним туристам і проводяться розрахунки з фірмами.

Віза - Офіційна відмітка (штамп консульства і т. П.) В закордонному паспорті, що дає право в'їзду в країну з обов'язковою умовою відмітки про виїзд.

ВВІР - Відділ віз і реєстрації. Здійснює видачу загальногромадянських (районні, обласні та республіканські ВВІР) і дипломатичних (при МЗС) закордонних паспортів.

Відкритий квиток - Мається на увазі відкрита дата від'їзду. Пасажир може забронювати квиток на більш пізній час (день).

Все включено (all inclusive) - система обслуговування в готелях, при якій харчування, напої (найчастіше місцевого виробництва) і окремі види послуг не потребують додаткової оплати. Різновидом даної системи обслуговування є система max inclusive, коли перелік додаткових послуг може бути істотно розширено і включати безкоштовне використання сауни, перукарні, заняття різними видами спорту і т.д.

Відвідувач (візитер) - Людина, який приїхав в іншу країну, який переслідує будь-яку мету, крім придбання заробітку від своєї професійної діяльності. Це визначення відноситься як до туристів, так і до екскурсантам.

Г

Гід - Спеціаліст з проведення екскурсій з туристами, що має на це ліцензію.

Гарячий лист - Лист з відомостями про втрачені або вкрадені кредитні картки, який розсилається в готелі та інші організації, де використовуються кредитні картки.

Готельний ланцюг - Одна з ланцюгових, франшизних або інших готельних систем, члени якої користуються особливими привілеями, особливо в національній системі бронювання.

Гостьовий чек - квитанція, що пред'являється господареві ресторану або бару, часто використовується як частина ваучера.

Груповий інклюзивний тур - Тур, що включає авіа- і наземне обслуговування не менше 15 осіб.

Гроші кишенькові - Сума грошей, призначена для оплати дрібних витрат туристів і визначена відповідно до існуючих в країні правилами.

Гуртожиток - Недорогий готель з обмеженим сервісом. Надає платне розміщення для молоді, мандрівної пішки, на велосипедах і т.п.

Д

Дайвінг - підводне занурення з аквалангом.

Дата зняття броні - Дата, коли незатребувана заброньована кімната надходить в основну продаж.

Декларація митна - Документ, що видається митними службами, що містить відомості про багаж, наявність валюти у туриста і заповнюється туристом при перетині кордону.

Договір франшизи - договір про передачу прав і привілеїв виробника туристичних послуг на їх реалізацію (збут). Передбачає використання торговельної марки франшизодателя як гарантії якості послуг.

Дорожній чек - банківський платіжний засіб, який можна обміняти на готівку в тій валюті, в якій він виписаний, або на еквівалентну суму в іноземній валюті за діючим курсом. Банки, що видають дорожні чеки, гарантують повне повернення грошей у випадку втрати цих чеків в результаті крадіжки, знищення і т.п.

Документи проїзні групі - Транспортні папери, оформлені на групу туристів і підтверджують право групи на проїзд в даному транспорті (квитки, турпутівки з відривним талоном і ін.).

Дьюті-фрі (duty free) - система безмитної торгівлі в аеропортах, на бортах літаків, пороммах і інших транспортних засобів, або в окремих місцях відвідування іноземців (як правило, сигарети, вино, парфумерія і сувеніри).

Е

Екскурсант - Тимчасовий візитер, що проживає в місці призначення менше 24 годин, включаючи круїзних мандрівників, але виключаючи транзитних пасажирів.

Є

Європейський план - Метод визначення (призначення) ціни за кімнату, що включає тільки вартість зняття кімнати (вартість проживання).

З

Залізничний круїз - залізнична туристична поїздка протягом декількох днів по круговому маршруту з використанням поїзда не тільки для пересування, але і для надання туристам розміщення, харчування і т.д. з зупинками по маршруту для проведення екскурсій.

Замкнутий круговий маршрут - круговий маршрут з транспортуванням пасажирів до місця призначення і назад одним і тим же видом транспорту.

Зелений коридор - місце перетину кордону для провезення речей, які не підлягають обов'язковому митному декларуванню.

Зустріч-проводи - набір послуг (допомога перекладача, піднос багажу, автотранспорт), що надаються туристам при їх доставці з з/д вокзалу, з аеро- або морського порту в готель і назад.

I

Імідж - Сприятливе або несприятливе сприйняття споживачем певної фірми, а також її товарів на ринку.

Інклюзивний тур - Тур (туристичний план, маршрут), відповідно до якого транспортне обслуговування авіа- або наземним транспортом оплачується одночасно з харчуванням, розміщенням і іншими туристичними послугами. Як правило, є чітко спланованою за маршрутом, часом, терміном, набору і якості послуг поїздкою, яка продається споживачу як нероздільний на елементи товар за загальною ціною, звичайно включає в себе вартість як обслуговування, так і проїзду за маршрутом.

Інформаційний чек - Алфавітний листок, де зареєстровані гості записані відповідно номерам кімнат.

Інфраструктура - Дороги, стоянки для автомобілів: дренаж стічних вод, каналізація, водопровід, електрика - все необхідне для повноцінного проживання на даній території. Експлуатується туристами і місцевими жителями.

Інтер-райл - система проїзних квитків на залізничному транспорті, що дозволяє протягом певного терміну дії їздити в зоні квитка без обмежень.

K

Караванний туризм - Вид автотуризму, при якому в якості засобу розміщення використовується самохідний або чіпляється до автомобілю фургон (караван).

Каботажна ціна - Знижена ціна для жителів певної країни, які подорожують всередині цієї країни.

Карта прибуття - Бланк, що заповнюється туристом по прибуттю в іншу країну і пред'являється на прикордонному КПП.

Каталог туроператора - Інформаційно-рекламний проспект туроператора, що містить докладну характеристику його інклюзивних турів.

Кемпінг - Табір для автотуристів, розташований в замській місцевості або в зоні відпочинку (літні будиночки, намети, мають елементарні зручності).

Комерційний готель - Готель, забезпечений всім необхідним для гостей-бізнесменів.

Комерційна норма - Знижена ставка для постійного клієнта, в якому зацікавлений готель, для зайнятості номерів готелю.

Комісійні - Сума грошей, яка визначається у відсотках вище продажної ціни, яку пропонують власники туроператорської та транспортної компаній (та інші) турагентам за продаж туристичних послуг, послуг авіакомпаній і т.п.

Кімнатний лист - Лист з прізвищами, що використовується в готелі для передреєстрації груп, а також для організації вечорів відпочинку.

Кімнатний сервіс - Наявність в готелі послуг з доставки в номер їжі, напоїв, кореспонденції.

Континентальний план - Метод розрахунку вартості кімнати в готелі, коли ціна включає в себе "Континентальний сніданок", а також вартість самої кімнати.

Континентальний сніданок - легкий сніданок, що складається з кави або чаю, соку, булочки, масла і джему.

Круїз - Турпоїздка з використанням того чи іншого транспортного засобу не тільки для переміщення, але і для тимчасового проживання, харчування та обслуговування.

Курорт - Готель, в який прибувають гості на час відпустки, з рекреаційними цілями, для розваг.

Л

Льотний купон - Частина авіаквитка, на якій вказується інформація про бронювання місця для пасажера.

М

Маршрут - заздалегідь намічений або встановлений шлях прямування мандрівників (туристів) або транспортних засобів.

Міжнародний туризм - Подорожі за межами своєї рідної країни.

Місце призначення - місце, куди за контрактом з туроператором (турагентом) повинен доставити туриста (пасажера) перевізник.

Мертвий сезон - Пора року в даній країні, коли туристичне життя завмирає або знаходиться на нижчому рівні. Відрізняється низьким рівнем цін. Може бути вкрай несприятливим для здійснення подорожей.

Мотель - Готель, що обслуговує автотуристів.

Митна декларація - письмова або усна заява з боку туристів митним органам при перетині кордону, що містить відомості про перевезення туристами речей і предметів.

Митний податок - податок, яким обкладаються деякі товари, що пропускаються через кордон будь-якої країни.

Митні пільги - часткове або повне звільнення від сплати мита на ввезення в країну предметів або товарів, зазвичай оподатковуваних митом; часткове або повне зняття обмежень на вивезення з країни певних предметів чи товарів.

Митниця - державна установа, яка здійснює контроль і пропуск товарів і особистих речей, що провозяться через кордон, і стягування мита.

Н

Негнучка ціна - Ціна на кімнати в готелі без знижок (наприклад, з міркувань престижу), коли не береться до уваги той фактор, що всі кімнати порожні.

Неорганізований туризм - самодіяльні поїздки туристів, як правило, організовуються самими туристами без допомоги туристичного збутового апарату; оплата послуг зазвичай проводиться в міру користування ними.

Норма багажу - максимальна вага або габарит багажу, прийнятого авіакомпанією до безкоштовного перевезення. Норми диференційовані за класами пасажирських місць.

Надмірна вага багажу - надлишки багажу (за вагою та розмірами) понад встановлену авіакомпанією межу, перевезення яких оплачується пасажирами додатково.

Напівпансіон - Надається кімната, сніданок і на вибір - обід або вечерю.

О

Обмінний ваучер - Юридичний документ, в якому відображені всі моменти відносин між туристом і будь-якою туристичною організацією.

Ознайомча поїздка (Рекламний або інформаційний тур) - безкоштовний або пільговий тур, організований для турагентств і (або) співробітників авіакомпанії з метою їх ознайомлення з певними туристичними маршрутами та центрами.

Організатор туру - приватна особа (іноді турагент) або організація, що збирає групу туристів для участі в турі, що надається туристичною фірмою. Як правило, організатору туру може надаватися безоплатна поїздка за даним маршрутом.

Організований туризм - поїздка, організована туристичними фірмами по стандартному або розробленим самим туристом маршрутом.

Оптовий продавець турів - Компанія, яка становить, збуває і керує турами. Продаж турів здійснюється через посередників: роздрібних турагентів, асоціації, клуби або тур організаторів, але ніколи безпосередньо клієнтам, як це робить іноді туроператор.

Оферта - Формальна пропозиція на укладення угоди із зазначенням умов.

П

Пакет - Заздалегідь підготовлений тур, що включає транспортування, проживання, харчування, трансфер, відвідування визначних пам'яток, оренду автомобіля і т. п. Може варіюватися, але зазвичай включає три компонента; має фіксовану ціну.

Пансіон - Повний утримання туриста протягом доби в готелі (на маршруті).

Пасажирський талон - Карта для пасажира, що вручається йому до посадки в літак. Містить відомості про багаж, докладну інформацію про клас, яким летить пасажир, номер крісла в літаку.

Паркінг - місце для стоянки автотранспорту.

Пором - самохідне судно, спеціально обладнане для перевезення пасажирів і транспортних засобів (автомобілів, залізничних вагонів та ін.)

План-карта - схема розташування місць в каютах або купе.

Пік сезону - Пора року в даній країні, коли торгівля тур послугами і ціни на них найвищі.

Пізніше прибуття - Гість, який забронював номер в готелі, але прибув після години зняття броні і попередив про свій пізньому прибуття.

Пізня оплата - Часткова оплата, яка передається на фронт деск, коли гість уже виїхав.

Пізній виїзд - Гість залишається в готелі після моменту, коли він повинен виїхати. У цьому випадку він зобов'язаний сплатити 50 відсотків денної норми.

Передреєстрації - Процедура, яку виробляють до приїзду гостей, використовувана з групами туристів для зменшення переповненості в службі прийому, щоб гості не реєструвалися безпосередньо в момент приїзду.

Проміжний період - Пору року в даній країні, між піковим і мертвим сезонами, протягом якого ціни середні (проміжні).

Прямий політ - Політ між двома певними пунктами без пересадки на інший літак, навіть якщо відбудеться проміжна посадка.

Путівка - Документ, що підтверджує оплату послуг на маршруті і є підставою для надання цих послуг.

Пекідж-тур - тур (індивідуальний або груповий), що включає в себе деякий набір послуг (перевезення, розміщення, харчування, екскурсії і т.д.), загальна вартість продажу якого дорівнює вартості його елементів.

Р

Розрахунковий час - момент початку (закінчення) доби (переважно 12.00 годин дня), до настання якого клієнт готелю зобов'язаний звільнити номер або оплатити повністю або частково наступну ночівлю.

Рафтинг - спуск по гірських річках на човнах, катамаранах або плотах, що не обладнані моторними засобами.

Рекламація - заява туриста, що відправляється в офіс фірми - продавця туру при невідповідності оплачених і дійсно наданих послуг. На підставі рекламації складається протокол. У разі якщо факт невідповідності доведений, повинна послідувати компенсація збитку.

Рекламний тур - безкоштовний або пільговий тур, організований для турагентств і (або) співробітників авіакомпанії з метою їх ознайомлення з певними туристичними маршрутами та центрами.

Рецепція - загальний зал або кімната в готелях для прийому, реєстрації та оформлення гостей, а також знаходження чергових-порт'є для прийому і видачі ключів від номерів і виконання різного виду доручень гостей готелю.

Роздрібний продавець - Середня ланка на ринку, що продає товари безпосередньо споживачеві (зазвичай турагентство).

Ротель - пересувний готель-вагон.

Ручний багаж - речі, які авіакомпанія дозволила без додаткової плати перевозити при собі, причому відповідальність за збереження ручного багажу несе пасажир.

С

Сафари - туристична поїздка з метою полювання або знайомства з місцевою природою, як правило в країнах Центральної Африки.

Сімейний план - система знижок по вартості розміщення, що надаються в деяких країнах готелями членам однієї сім'ї, які подорожують разом.

Сертифікація турпослуг - процедура перевірки якості пропонованих продуктів туристичної фірми з подальшою видачею сертифікату відповідності якості.

Система Фортуна - продаж пакета турпослуг зі знижкою за розміщення без зазначення певного готелю, назва якого стає відомою при переїзді на місце відпочинку. При цьому гарантується розміщення в готелі певної категорії.

Сезонні норми - Різноманітність цін на різні послуги, які змінюються залежно від сезону.

Сімейний план - Спеціальна система здачі кімнат в готелі туристам з дітьми. У тому випадку, якщо діти живуть в одній кімнаті з батьками, ціна номера знижується.

Скі-пас - дозвіл або пропуск на користування підйомниками в певному місці для спуску на гірських лижах чи сноуборді.

Сноуборд - спуск по снігу з гірських схилів на спеціально обладнаній дошці.

Сніданок континентальний - легкий сніданок, що складається з кави або чаю, соку, булочки, масла і джему.

Супроводжуючий - представник туристичної фірми, в обов'язки якого входить супровід туристів за маршрутом, організація розміщення, харчування та перевезення.

Страховка - Умови страховки докладно обумовлюються в страховому полісі. Страховий поліс є документом, що забезпечує гарантоване медичне

обслуговування в разі хвороби або травми. Для в'їзду в деякі країни наявність страховки є обов'язковим.

Страховик - Страхова компанія з якою Ви укладаєте договір страхування (купуєте страховий поліс).

Страхова сума - грошова сума, в межах якої Вам може бути надана необхідна допомога. Перелік послуг, що надаються безпосередньо залежить від розміру суми. У деяких країнах існує чітко встановлений ліміт - не менше 30 000 \$, що пов'язано з вартістю медичних послуг в конкретній країні.

Страхова премія - винагорода, яку Ви вносите за страховий поліс. У кожній страховій компанії діють встановлені тарифи з розрахунку за кожен день перебування за кордоном, які, як правило, становлять 0,5 ... 1,0 \$. Для осіб старше 65 років і молодше 3 років страховий поліс коштує трохи дорожче, підвищується тариф також для любителів гірських лиж, сноуборду, дайвінгу та інших видів екстремального спорту і туризму.

Т

Таймшер - купівля права користування номером на один-два тижні в тому чи іншому місці протягом тривалого періоду. При цьому створюються умови для обміну місцями відпочинку, що дозволяє власникам таймшерів міняти місце відпочинку.

Такс-фрі (tax free) - система часткового повернення податку на додану вартість в ряді країн при купівлі та вивезенні товару іноземцями. Як правило, використовується в великих магазинах при купівлі товару дорожче певної суми. Гроші можуть повертатися при перетині кордону або в країні постійного перебування.

Тарифи авіаквитків - диференційована система оплати авіап перевезення в залежності від рівня послуг, що надаються, умов використання, обміну та повернення авіаквитків. Деякі види тарифів: екскурсійна - бронь в будь-який день, зворотна дата може бути відкрита в межах терміну дії тарифу, повернення квитка в будь-який момент з втратою невеликої суми. Молодіжний - знижка близько 20% від основного екскурсійного тарифу. Груповий пільговий тариф для групи від 6-10 чоловік на термін перебування від 6 днів до 1 місяця. АРЕХ - бронювання не менш, ніж за 7 днів, дата вильоту туди і назад строго фіксовані, штраф при здачі квитків за 7 днів - 50%, при більш пізньому терміні повернення квитків гроші не повертаються. РЕХ - бронь в будь-який час, дата вильоту чітко фіксується, штраф 50% при поверненні квитка до реєстрації вильоту.

Транзит - Провезення пасажирів з однієї країни в іншу через проміжну країну.

Трансфер - Зустріч або проводи в аеропорту (на вокзалі).

Трекінг - піші походи по пересіченій місцевості без спеціальної підготовки учасників.

Тур - Індивідуальна або групова подорож, що складається з комплексу послуг (перевезення, проживання в готелі, екскурсії, трансфер, харчування).

Туризм - а) поїздка (відвідування), подорож фізичної особи у будь-яких місцях, що знаходиться за межами звичайного середовища проживання з певними цілями, тобто діяльність, яку здійснюють відвідувачі за межами свого постійного місця проживання з моменту виїзду до повернення;

б) підприємницька діяльність з надання відвідувачу послуг, пов'язаних з плануванням і організацією поїздки і реалізацією пакету послуг, що забезпечують подорож.

Типи туризму - внутрішній, в'їзний і виїзний:

- туризм внутрішній - подорожі по країні осіб, що постійно проживають у ній;
- в'їзний туризм - подорожі по країні осіб, що постійно проживають в інших країнах;
- туризм виїзний - подорожі осіб, що постійно проживають в одній країні, в іншу країну.

Категорії туризму - міжнародний, національний і туризм у межах країни:

- міжнародний туризм включає в'їзний і виїзний туризм;
- національний туризм складається з внутрішнього і виїзного туризму;
- туризм у межах країни підрозділяється на в'їзний і внутрішній туризм.

Туризм соціальний – різновид туризму, субсидованого з коштів, що виділяються на соціальні потреби з метою створення умов для подорожей, відпочинку і лікування дітям, молоді, пенсіонерам, інвалідам, ветеранам війни і праці та іншим громадянам, яким держава, державні і недержавні фонди, інші благодійні організації надають соціальну допомогу; перелік і категорії соціальних туристів визначаються відповідними законами і правовими актами.

Туризм самодіяльний – різновид туризму, більшу частину якого складають спортивно-оздоровчі заходи, подорожі, що організуються туристами самостійно з використанням активних способів пересування відповідно до діючими нормативними документами. Як правило, учасники подібних подорожей ставлять перед собою мету одержання спортивних розрядів і звань в туризмі.

Туристські ресурси – природні, історичні, соціально-культурні та інші об'єкти в країні (місці) тимчасового перебування, здатні задовольнити духовні потреби туристів і екскурсантів, сприяти відновленню та розвитку їх духовних і фізичних сил. До туристських ресурсів належать і охороняємі природні території (ООПТ), а також лікувально-оздоровчі місцевості та курорти.

Туристська індустрія – сукупність готелів та інших засобів розміщення, засобів транспорту, розваги і торгівлі, об'єктів громадського харчування, пізнавального, ділового та іншого призначення, організацій, здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також організацій, надають екскурсійні послуги і послуги гідів-перекладачів, інші послуги, необхідні при організації та здійсненні подорожей (поїздок).

Туристська інфраструктура – сукупність шляхів сполучення (дороги, під'їзні шляхи, вокзали, аеропорти, пристані тощо), комунікацій (водопровідна, електрична і газова мережі, опалення, каналізація, засоби зв'язку тощо), туристських ресурсів, об'єктів туристського показу, засобів розміщення та харчування, об'єктів торгівлі, побутового та лікувально-профілактичного обслуговування, спортивних споруд, а також інших об'єктів, необхідних для забезпечення і розвитку індустрії туризму.

Туристський продукт (пакет туристських послуг) – попередньо організована туроператором комплексна туристська послуга, що включає, принаймні, дві послуги: перевезення туриста в країну (місце) тимчасового перебування і розміщення; продається або пропонується до продажу за єдиною паушальною ціною. При цьому період надання послуг перевищує 24 год або включає ночівлю. У пакет можуть входити та інші туристські послуги, пов'язані з плануванням, організацією і проведенням подорожі (поїздки). Найбільш поширені наступні види турів (пакетів послуг):

Турист – громадянин, який відвідує країну (або місце) тимчасового перебування з певними цілями без заняття оплачуваною діяльністю в країні перебування і здійснює щонайменше одну ночівлю в цій країні.

За міжнародними нормами період перебування не може перевищувати 12 місяців підряд, за національним – 6 місяців. Турист, як споживач, є клієнтом туроператора або турагента.

Турагент – Організація-провідник, що займається реалізацією сформованих туроператором турів. Велика частина прибутку йде від комісійних, зароблених від реалізації турів.

Туроператор – Компанія, що спеціалізується в плануванні, складанні турів (туристичних маршрутів) і що продає турпутівки за допомогою турагентів або безпосередньо туристові.

Турпакет – Туристичний план (маршрут), що охоплює основні елементи відпочинку: транспорт, розміщення, екскурсії та ін.послуги.

Ф

Форс-мажор – обставина, настання якої не могло бути попереджено стороною, відповідальною за виконання зобов'язання, і є причиною невиконання останнього (наприклад, війна, стихійне лихо тощо).

Фотосафарі – туристична поїздка з метою фотографування рідкісних тварин і рослин в природних умовах їх існування.

Франчайз – Незалежний готель або мотель, який має право користуватися фірмовою маркою і платить за це право.

Фрахтування – бронювання чартеру.

Х

Хостел – вид готелю з невеликим набором послуг.

Ч

Чартер – Оптова купівля літака для перевезення пасажирів або вантажу. Чартерні перевезення призначаються на конкретний час, в конкретний день, в конкретно замовлене місце.

Чартерний рейс – Рейс, замовлений ексклюзивно для спеціальної групи людей, які належать одній організації або їх переліт організовується від одного імені (наприклад, туроператором). Чартерні рейси зазвичай набагато дешевше, ніж регулярні рейси авіаліній за розкладом. Ці рейси можуть здійснюватися додатковими літаками або літаками, які виконують регулярні рейси.

Час закриття дня – Довільно обрана менеджером готелю година, коли закінчується один день і починається інший.

Ш

Шатл-сервіс – Позначення транспорту (літака, автобуса, поїзда), який здійснює дуже часті рейси, в основному на дуже коротку відстань.

Шенгенська віза – єдина віза терміном до трьох місяців, яка дає можливість безперешкодно пересуватися по території країн Шенгенської групи (Німеччина, Франція, Бельгія, Голландія, Люксембург, Іспанія, Португалія, Італія та ін.) протягом терміну дії візи.

Шведський стіл – вид самообслуговування в ресторанах, кафе, що відрізняється тим, що відвідувачі за єдину середню плату одержують будь-яку кількість страв за своїм бажанням серед запропонованих, заздалегідь виставлених в залі.

Шоп-тур – туристична поїздка, метою якої є купівля певних видів товарів, характерних для країни перебування.

Я

Якість туристського обслуговування - сукупність властивостей туристських послуг і процесів обслуговування по задоволенню обумовлені або передбачувані потреб туристів, що характеризується якістю послуг і культурою обслуговування.

Якість туристської послуги - сукупність характеристик туристської послуги, визначають її здатність задовольняти встановлені або передбачуваним потребам туриста.

Навчальне видання

О.І. Дутчак

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК
МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС

В авторській редакції
Гарнітура Times New Roman
Наклад 300 прим.

ПАГОРБ