

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»  
(ПУЕТ)**

**Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

**ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ (ОСНОВИ ТУРИЗМОЗНАВСТВА)**

**НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

для студентів напрямку підготовки  
6.140103 «Туризм»

Студент(ка) \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові)

Курс \_\_\_\_\_, група \_\_\_\_\_

**ПОЛТАВА  
РВВ ПУЕТ  
2015**

**Автори:** *Г. П. Скляр*, д.е.н., професор, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;  
*О. М. Литвин*, керівник Полтавської філії туроператора «ТАТУР»;  
*О. О. Тараненко*, к.е.н., старший викладач кафедри туристичного та готельного бізнесу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

**Рецензенти:** *Н. М. Тягунова*, к.е.н., професор, декан факультету товарознавства, торгівлі та маркетингу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»  
*П. В. Шуканов*, д.геогр.н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;  
*О. А. Спорши*, к.е.н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

Розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри туристичного та готельного бізнесу  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Протокол № \_\_

Зав. кафедри \_\_\_\_\_ проф. Скляр Г.П.  
(підпис)

УЗГОДЖЕНО

Начальник НМЦ управління якістю діяльності \_\_\_\_\_ доц. Огуй Н.І.  
(підпис)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

УЗГОДЖЕНО

Директор науково-навчального центру  
\_\_\_\_\_ доц. Герман Н.В.  
(підпис)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## ЗМІСТ

Тема 1. Функції туризму, умови та фактори його розвитку .....	4
Тема 2. Організація ринку туристичних послуг .....	8
Тема 3. Класифікації в туризмі .....	15
Тема 4. Міжнародні, регіональні та національні показники розвитку сфери туризму .....	27
Тема 5. Історичні передумови виникнення та розвитку туристичної системи України .....	28
Тема 6. Світова туристична політика та роль ВТО у її формуванні .....	30
Тема 7. Туристична політика України на сучасному етапі .....	33
Тема 8. Механізм державного регулювання туризму .....	34
Тема 9. Порядок ліцензування туристичної діяльності та сертифікації туристичних послуг .....	39
Список інформаційних джерел .....	42

## **Тема 1. Функції туризму, умови та фактори його розвитку.**

**Ключові слова:** туризмознавство, туризмологія, туристика, рекреація, подорож, туризм, відвідувач, турист, екскурсант, послуга, сфера послуг, туристичні послуги, туристичні товари, туристичний продукт, характерні туристичні послуги та товари, супутні туристичні послуги та товари, місце продажу (реалізації) туристичних послуг, місце надання туристичних послуг, просування туристичного продукту, готель, готельна послуга, аналогічні засоби розміщення, функції, умови, фактори розвитку.

### **Практичне заняття 1**

#### **Завдання для аудиторної роботи**

##### **Питання для обговорення**

1. Туризм як сфера господарської діяльності.
2. Основні поняття та визначення у туризмі.
3. Функції туризму у суспільстві.
4. Умови та фактори розвитку туризму.
5. Туристичний продукт та його складові.

##### **Тестові завдання**

*1. Тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає:*

- а) міграція;
- б) туризм;
- в) урбанізація.

*2. Комплекс галузей та видів діяльності, функціонування яких спрямоване на задоволення потреб подорожуючої людини в послугах і товарах специфічного призначення, спрямованих на здійснення мети подорожування – це:*

- а) індустрія туризму;
- б) промисловість;
- в) турпродукт.

*3. Які виділяють форми рекреаційної діяльності людей?*

- а) підприємницька та непідприємницька;
- б) державна та приватна;
- в) індивідуальна (сімейна) та колективна.

*4. Головна функція туризму, суть якої полягає у відновленні сили і внутрішніх ресурсів людини, витрачених під час праці та виконання повсякденних побутових обов'язків:*

- а) рекреаційна;
- б) соціокультурна;
- в) освітньо-виховна.

*5. Цілісна наукова дисципліна про закономірності розвитку та проблеми*

туризму, що виявляються на його стику з різними дисциплінами – географією, історією, медициною, економікою, екологією, психологією і соціологією, політологією, правом, культурологією, краєзнавством, інженерно-технічними дисциплінами, які вивчають науково-методичні засади розвитку туризму – це:

- а) валеологія;
- б) екологія;
- в) туризмологія.

6. Вид туристичних послуг, що сприяють комфортності подорожування (побутові, торговельні, комунікативні, інформаційні, банківсько-фінансові, медичні, спортивно-оздоровчі, культурні тощо):

- а) основні;
- б) додаткові;
- в) супутні.

7. Вид туристичних послуг, без яких неможливе подорожування (послуги розміщення, харчування, транспортного й екскурсійного забезпечення тощо):

- а) основні;
- б) додаткові;
- в) супутні.

8. Вид туристичних послуг, які підвищують ефективність і сприяють повній реалізації мети подорожі (виробництво та реалізація сувенірів і туристичного спорядження, облаштування пляжів, оглядових майданчиків, реставрація пам'яток тощо):

- а) основні;
- б) додаткові;
- в) супутні.

9. Характеристика туристичної послуги, яка полягає у взаємодоповненні та взаємозамінності у межах кожного виду послуг та нероздільності процесу обслуговування, його безперервності:

- а) мобільність;
- б) комплексність;
- в) ритмічність.

10. Характеристика туристичної послуги, яка полягає у переміщенні туриста до місця відпочинку й подальшому обслуговуванні:

- а) мобільність;
- б) комплексність;
- в) ритмічність.

### **Практичні завдання**

1. Ознайомитися зі структурою Закону України «Про туризм».
2. Вивчити зміст статті 1 «Визначення термінів» Закону України «Про туризм».

## Позааудиторна самостійна робота студентів

### Питання для самостійного вивчення

1. Основні наукові школи у туризмознавстві.
2. Місце туризму у національній економіці.

**Індивідуальне завдання:** сформулюйте характеристики туриста як клієнта туристичної агенції.

**Дослідно-аналітичні завдання:** сформулюйте основні мотиви здійснення та надбання з власного досвіду туристичних подорожей.

**Методичні рекомендації:** виконане завдання подається у письмовій формі. Текст друкується на папері формату А4 (розміром 210 x 297 мм) через 1,5 інтервали, розмір шрифту – 14 (Times New Roman). Аркуш має береги: верхній та нижній – 25 мм, лівий – 30 мм, правий – 10 мм. Абзацні відступи у тексті мають дорівнювати 5 знакам (1,25 см). Захист виконаних індивідуальних завдань відбувається за графіком їх проведення.

### Практичне заняття 2

#### Завдання для аудиторної роботи

##### Питання для обговорення

1. Поняття, основні терміни та класифікація туристичного продукту.
2. Характеристика створення туристичного продукту та формування його асортименту.

##### Тестові завдання

*1. Туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо):*

- а) програма обслуговування туристів;
- б) тур;
- в) програма перебування.

*2. Перелік історико-культурних об'єктів, визначних місць, а також туристичних послуг, що надаються туристам у визначеній послідовності, часі місці та умовах обслуговування:*

- а) програма обслуговування туристів;
- б) тур;
- в) програма перебування.

*3. Набір запланованих послуг, розподілених по днях та годинах їх надання:*

- а) програма обслуговування туристів;
- б) тур;
- в) програма перебування.

*4. Попередньо спланований суб'єктом туристичної діяльності шлях туристичної подорожі, що характеризується визначеним порядком пересування*

*туристів через географічні пункти:*

- а) екскурсія;
- б) тур;
- в) туристичний маршрут.

*5. Заходи, які входять до програми перебування і включають час на сон, їжу, відпочинок, самостійну діяльність туристів:*

- а) цільові;
- б) супутні;
- в) технологічні.

*6. Заходи, які входять до програми перебування і обумовлені метою подорожі:*

- а) цільові;
- б) супутні;
- в) додаткові.

*7. Заходи, що входять до програм перебування, які потребують участі значної кількості туристів (турніри, конкурси, свята тощо):*

- а) індивідуальні;
- б) групові;
- в) масові.

*8. Заходи, що входять до програм перебування, реалізація яких не потребує залучення значної кількості туристів (відвідування бібліотеки, концертів, тематичних вечорів):*

- а) індивідуальні;
- б) групові;
- в) масові.

*9. Шлях туристичного продукту від формування, розподілу, збуту до споживання, з використанням різних засобів та заходів реалізації – це:*

- а) мережа збуту;
- б) канали розподілу;
- в) комплекс маркетингу.

*10. Об'єднана одним турорганізатором певна кількість туристичних агентств, агентів зі збуту, бюро замовлень та інших суб'єктів туристичного ринку, метою діяльності яких є розподіл та збут туристичного продукту фірми – це:*

- а) мережа збуту;
- б) канали розподілу;
- в) комплекс маркетингу.

### **Практичні завдання**

1. Круглий стіл на тему «Зміст статті 1 Закону України «Про туризм» очима студента» (на матеріалах відеороликів, що переглянуті).

2. Дати письмову характеристику основним туристичним центрам регіону

Вашого проживання (на прикладі Полтавського регіону).

3. Дати характеристику туристичних об'єктів наступних районів: Великобагачанського, Зіньківського, Козельщинського, Миргородського, Решетилівського, м. Кременчук, м. Комсомольськ.

### **Позааудиторна самостійна робота студентів**

#### **Питання для самостійного вивчення**

1. Зарубіжний досвід формування туристичного продукту готелями (Туреччина, Єгипет та система «все включено» в готельних мережах цих курортів).

*Інформаційні джерела: 1, 3, 7, 10, 11.*

### **Тема 2. Організація ринку туристичних послуг.**

**Ключові слова:** ринок туристичних послуг, учасники ринку туристичних послуг, інфраструктура ринку туристичних послуг, сегментація ринку, туристичний попит, туристична пропозиція, ресурси туризму, інтереси і потреби туристів, мотивація подорожей, туристичний оператор, туристична агенція, туристичний інформаційний центр.

### **Практичне заняття 3**

#### **Завдання для аудиторної роботи**

#### **Питання для обговорення**

1. Поняття і сегментація ринку туристичних послуг.
2. Споживачі і виробники туристичних послуг.
3. Інфраструктура ринку туристичних послуг.
4. Ресурси туризму.
5. Мотивація та потреби споживачів (туристів).

#### **Тестові завдання**

1. До якої групи туристичних ресурсів належать територія, яка сама є ресурсом (її протяжність, конфігурація, географічне положення), населення з його традиційною етнічною культурою (одяг, їжа та напої, житло, промисли та ремесла, традиційні прийоми господарювання тощо):

- а) природно-рекреаційні;
- б) культурно-історичні;
- в) інфраструктурні.

2. До якої групи туристичних ресурсів належать клімат та розподіл його складових протягом року, узбережжя морів та океанів, акваторії водойм і річок, мінеральні джерела, мальовничі ландшафти, національні природні парки тощо:

- а) природно-рекреаційні;
- б) культурно-історичні;
- в) інфраструктурні.



3. До якої групи туристичних ресурсів належать археологічні, архітектурні пам'ятки, здобутки історії та культури минулого й сучасні архітектурні та техногенні шедеври тощо:

- а) природно-рекреаційні;
- б) культурно-історичні;
- в) інфраструктурні.

4. Мультиплікатор туризму – це:

- а) відношення змін витрат туристів до змін одного з основних економічних показників;
- б) відношення змін одного з основних економічних показників до змін витрат туристів;
- в) відношення змін витрат туристів до кількості туристів.

5. Процедура, яка підтверджує відповідність туристичної послуги, нормам і правилам, встановленим державою для таких послуг:

- а) сертифікація;
- б) стандартизація;
- в) ліцензування.

6. Діяльність, спрямована на досягнення та встановлення прогресивних норм і вимог шляхом створення нормативно-технічної документації на виробництво та застосування різних видів продукції, а також надання послуг:

- а) сертифікація;
- б) стандартизація;
- в) ліцензування.

7. Діяльність туроператора щодо комплектації послуг, які ним самим не виробляються (послуг готелів, транспортних компаній, дозвілєво-розважальних закладів та ін.) у туристичний пакет, тур, турпродукт – це:

- а) уніфікація;
- б) сертифікація;
- в) туроперейтинг.

8. Комплекс туроперейтинга по розробці і наданню спеціальних програм проведення вільного часу (організація розваг і спортивного проведення дозвілля) готелями, ресторанами, компаніями з надання транспортних послуг – це:

- а) анімація;
- б) сертифікація;
- в) асортимент.

9. Спеціальний дозвіл, що підтверджує право його власника на здійснення відповідного виду або комплексу видів діяльності, визначених законодавством України:

- а) ліцензія;
- б) сертифікат;
- в) акт.

10. Сукупність туристичних товарів, туристичних послуг та природних і

*антропологічних умов і ресурсів, що задовольняють потреби споживачів під час подорожі:*

- а) асортимент послуг;
- б) профіль роботи туроператора;
- в) туристичний продукт.

#### **Практичні завдання**

1. Вивчити зміст статті 5 «Учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності» Закону України «Про туризм».

2. Вивчити зміст статті 3 «Туристичні ресурси України» Закону України «Про туризм».

#### **Практичне заняття 4**

##### **Завдання для аудиторної роботи**

##### **Питання для обговорення**

- 1. Учасники ринку туристичних послуг.
- 2. Види туристичних ресурсів в Україні.

#### **Практичні завдання**

1. Вивчити зміст документу «Вимоги до туристичного інформаційного центру» (додаток 2 до Положення про Всеукраїнський конкурс на кращий туристично-інформаційний центр. Режим доступу: [http://www.tourism.gov.ua/files/konkurstemp/GR\\_DTK\\_Polozhennya\\_konkur\\_T\\_T\\_.pdf](http://www.tourism.gov.ua/files/konkurstemp/GR_DTK_Polozhennya_konkur_T_T_.pdf))

2. На основі кейсу «Подорож до Іспанії» (автор О.М. Литвин), оцінити діяльність інформаційних туристичних центрів м. Барселона та їх вплив на формування туристичного іміджу міста.

3. Розробити заходи із залучення туристів у м. Полтава на міжрегіональний туристичний фестиваль «Гастрономічна гостинність Полтавщини».

#### **Кейс «Подорож до Іспанії»**

Барселона – єдине місто у світі, в якому знаходиться 9 будівель з переліку «Світового спадку людства» ЮНЕСКО: Педрера, Парк Гуель, Палац Гуель, Палац Каталонської музики, Лікарня Св. Хреста та Св. Павла, Храм святого сімейства, Дім Батльо, Дім Вісенс, каплиця колонії Гуель. Згідно рейтингів Міжнародної Асоціації конгресів та конвенцій (ICCA), Барселона займає 3 місце у світі за кількістю проведення міжнародних конгресів, а також є 6 містом у світі за напрямком «діловий туризм», за даними Союзу міжнародних асоціацій (UIA). Щороку Барселона приймає 2 мільйони круїзних туристів, що дає можливість займати 4 позицію в рейтингу найбільших міжнародних морських портів за статистичними даними журналу DreamWorldCruiseDestination.

Барселона була визнана кращим міським туристичним напрямком у світі за 2003 рік, згідно рейтингів Daily Telegraph та кращим містом для citybreaks на конкурсі British Travel Awards у 2006-му та 2007-му роках.

Єдине не французьке місто – визнане «містом Гурманів» у 2002 році.

Барселона також є містом проведення найважливішої «ярмарки ділових

зустрічей» у світі – «EIVTM», що проводиться з 2004 по 2016 роки.

Барселона – це улюблений напрямок англійських туристів для citybreaks (коротких візитів), за даними авіакомпанії British Airways.

За фінансовими показниками Барселона – місто, де туристи різних країн, витрачають найбільшу кількість грошей, розраховуючись кредитними картками (22 %).

**Культурний спадок Барселони** – найбільший скарб цього міста, який забезпечує розвиток міського туризму. Вражаючі зразки модернізму, чудовий живопис каталонського та романського стилю гармонійно поєднуються з широкою палітрою музичних і театральних вистав.

Більш ніж 50 музеїв, чимало галерей мистецтв відкривають свої двері для проведення постійних та тимчасових виставок, які формують насичений календар мистецьких подій упродовж всього року.

Серед найбільш відомих, звичайно, – музей П. Пікассо, Фонд Жоана Міро, Музей Національного Мистецтва Каталонії, Музей Сучасного Мистецтва Барселони та ін.

Вулиці та квартали столиці Каталонії являють собою виставку під відкритим небом та репрезентують всі архітектурні стилі.

У цьому космополітичному місті туристи зможуть знайти все, починаючи від залишків стародавніх цивілізацій, готичної архітектури – до кращих зразків модернізму. Зразком є Храм Святого сімейства – культова споруда та візитівка міста й найвідвідуваніше місце в Іспанії. Разом з тим, це найвідоміша і найграндіозніше робота всесвітньовідомого іспанського архітектора А. Гауді. Додаткова інформація щодо архітектурних шедеврів, які знаходяться у Барселоні, можна знайти на сайті [www.barcelonaturisme.cat](http://www.barcelonaturisme.cat).

Окрім цього, у 2008 році Барселона зміцнила свої позиції як місто-порт на узбережжі Середземного моря. Місто було обрано для розміщення штаб-квартири Середземноморського союзу, до складу якого входять 43 країни.

Окрему увагу варто звернути на гастрономічний туризм. Кухня є одним із стратегічних напрямів розвитку туризму у Барселоні. Консорціум «Туризм де Барселона» пропагує гастрономічні пропозиції міста у рамках програми «Барселона гастрономія», яка об'єднала 166 ресторанів столиці Каталонії.

### **Шопінг у Барселоні.**

Місто має величезну мережу магазинів, різних світових брендів, які об'єднані у єдину мережу під назвою Barcelona Shopping Line. Мова йде про шопінг-маршрут загальною довжиною близько 5 кілометрів, який починається від моря і триває до району Діагональ, пролягає через бульвар ЛаРамбла, історичний центр, Готичний квартал, а також проспекти Пассечде Грасія, Рамбладе Каталунья. Всього на цьому маршруті нараховується близько 35000 магазинів.

### **Діловий туризм.**

У Європі Барселона є одним із улюблених міст для проведення бізнес-заходів: конгресів, конференцій, презентацій, ділових подорожей. Для цього у місті є все необхідне: спеціально обладнані приміщення експоцентру загальною площею 200000 кв.м., які розташовані у Палаці Конгресів Барселони, Палау Сант

Жорді (перлина, збудована до Олімпійських Ігор 1992 р.). Розвинена мережа готельно-ресторанних закладів, які можуть розмістити понад 60 тис. осіб одночасно за добу.

Барселона також відома завдяки високому розвитку сучасного мистецтва та дизайну. У місті існує спеціальна програма, яка націлена саме на цей вид туризму. Barcelona Convention Bureau, засноване у 1983р., займається якраз організацією заходів даного напрямку.

**Економічний потенціал міста.** Столиця Каталонії за 2000 років історичного розвитку має у своєму фінансовому та інвестиційному кошику ВВП біля 60 млрд. євро, що дає їй можливість посісти 4 сходинку у європейському рейтингу серед міст з найбільш сприятливими можливостями для ведення бізнесу і комфортного проживання спеціалістів різних галузей та бізнес еліти в цілому.

**Транспортне сполучення.** Морський порт Барселони обслуговує більшість транспортних потоків Іберійського півострова та Південної Європи. Маючи гарну транспортну інфраструктуру всіх видів транспорту (в радіусі 5 км.: аеропорт, залізниця, автомагістралі), та знаходячись в безпосередній близькості до міста, порт Барселони може надати логістичні послуги найвищого ґатунку, роблячи саме Барселону ключовою одиницею у розвитку торгівлі, шопінг-туризму, круїзного туризму, транспорту та дистрибуції у Середземноморському регіоні. Аеропорт Барселони – el Prat – один із найважливіших європейських авіавузлів, який щорічно обслуговує до 30 млн. пасажирів.

**Спортивний туризм у Барселоні.** Більшість міжнародних змагань проходить саме у Барселоні. Цей факт, а також те, що Барселона привабливе місто у плані культурних заходів, дало змогу стартувати програмі Barcelona Sports, мета якої – збільшити кількість туристів, які відвідують спортивні заходи у місті. Ця програма рекламує спортивні події міжнародного масштабу, існує навіть спеціальний спортивний календар, з яким можна познайомитися на сторінці [www.barcelonaturisme.cat](http://www.barcelonaturisme.cat). Окрім того, замовивши оглядову екскурсію містом на спеціальному туристичному автобусі, можна обрати окремий маршрут, який знайомить туристів із спортивними досягненнями міста та інфраструктурою закладів, що були збудовані до Олімпійських Ігор 1992р., так зване «Олімпійське селище».

**Культурно-історичний спадок.** Проаналізувавши туристичну привабливість Барселони, слід звернути увагу на основні аспекти роботи консорціуму «Туризме де Барселона», як мережі туристично-інформаційних центрів столиці Каталонії, завдяки яким Барселона стала одним із найпопулярніших туристичних міст світу.

«Туризме де Барселона» – консорціум, створений за сприяння Мерії Барселони, Палати торгівлі, промисловості та мореплавства, фонду Barcelona Promocio, діяльність якого направлена на розвиток міста як туристичного та торговельного центра.

«Туризме де Барселона» – веде свою роботу з просування, популяризації та комерціалізації міста у країнах, звідки рухається основний потік туристів, сконцентровуючи увагу на окремих сегментах ринку, таких як: діловий, круїзний,

мистецький та пляжний туризм. Таким чином, надається можливість туристичному сектору міста репрезентувати свої послуги на міжнародному ринку туристичної індустрії. Статистика відвідування ресторано-готельних закладів міста свідчить про величезний маркетинговий потенціал організації: так, кількість туристів, проведених туристами у готелях міста, збільшилася з 4700000 у 1994 році, до 16517217 – у 2013 році. Ця організація реалізує туристичні послуги міста через розширену мережу посередників, а також через свої туристично-інформаційні центри, які, до речі, знаходяться на кожному кроці у місті, у найлюдяніших місцях, та через мережу Інтернет, зокрема власну сторінку – [www.barcelonaturisme.cat](http://www.barcelonaturisme.cat), пропонуючи підбір послуг, що дають можливість відчувати атмосферу міста у всіх його проявах.

Насолодитися Барселоною можна обравши серед розмаїття туристичних маршрутів той, який тобі найбільш імпонує.

«Туризме де Барселона» – пропонує кілька варіантів ознайомлення з культурою та історією міста.

Серед них – **BARCELONA BUS TURISTIC**. Подорож на 2-поверховому автобусі, дозволить вам познайомитися з містом завдяки 3-м туристичним маршрутам (карти, квитки на автобус, аудіогри, буклети та іншу туристичну інформацію можна придбати якраз у мережі інформаційних центрів). Перевагою даного виду екскурсій є те, що в автобус можна заходити на різних зупинках, які знаходяться біля туристичних об'єктів, позначених на картах червоним, синім та зеленим кольорами (44 зупинки) у відповідності від тематики об'єктів, – при цьому квиток залишається дійсним упродовж всього дня, ви платите лише один раз – натомість отримуєте всю Барселону. Крім того, купивши цей квиток, ви маєте безліч знижок на квитки до музеїв, ресторани, кафе, картинні галереї та магазини (видається спеціальна книжечка знижок на послуги). Кожен автобус супроводжує гід, який володіє кількома мовами, а також ви можете безкоштовно взяти аудіогід, розрахований на 10 іноземних мов і увесь день їздити автобусом Барселоною, слухаючи екскурсію. Ціна квитка: 1-денний : дорослий – € 21,00; дитячий – € 13,00; 2-денний: дорослий – € 27,00; дитячий – € 17,00.

### **БАРСЕЛОНАКАРД**

Це карта, яку теж можна придбати в інформаційно-туристичному центрі; вона дійсна від 4 до 7 днів, надає можливість безкоштовного проїзду у міському транспорті Барселони, знижки на музеї та інші заклади культури.

### **Пішохідні екскурсії Барселоною.**

Мають тематичний характер. Групи формуються біля туристично-інформаційних центрів. Охоплюють: Готичний квартал, місця присвячені П. Пікассо, «світ для гурманів» (старий базар, музей хамону, музей шоколаду); «Модернізм» (золотий квадрат *Quadrat d'Or* району Ешампле, будинки Гауді, Доменек-і-Мунтанер, Пуч-і-Кадафалк).

### **АРКЕОТІКЕТ**

Комбінований квиток (вартість € 20), який дозволяє відвідати 7 музеїв міста: Музей Археології Каталонії, Музей *Barbier-Mueller* – мистецтва доколумбової епохи, Єгипетський музей Барселони, Музей історії міста Барселони, Фонд Хуана

Міро (Fundació Joan Miró), Фонд Антонії Тапієса (Fundació Antoni Tàpies) та Морський музей Museu Maritim. Квиток дійсний до 31 грудня, тобто може бути використаний упродовж року, що дуже зручно і спонукає кілька разів на рік відвідати місто.

Інформаційний туристичний офіс працює щоденно з 9:00 до 21:00 години. Адреса: Placa de Catalunya 17 (головний офіс), офіційний сайт: [www.bcn.es](http://www.bcn.es).

### **Продаж туристичних продуктів «он-лайн».**

«Туризме де Барселона» дає можливість численним туристам ще до початку подорожі створити та забронювати «он-лайн» на сайті консорціуму власний туристичний пакет, комбінуючи придбання туристичних послуг та бронювання місць у готелях. Весь спектр необхідної інформації можна придбати на сайті [www.barcelonaturisme.cat](http://www.barcelonaturisme.cat), а також отримати он-лайн консультації з будь-яких питань. Туристичний автобус (Barcelona Bus Turistic), пішохідні екскурсії містом (Barcelona Walking Tours) та Барселона Кард (Barcelona Card) – це лише малий перелік турпродуктів, які можна знайти на сайті, крім того є велика кількість готелів різної цінової категорії. А також мапи міста, де позначені усі цікаві об'єкти. Карти-схеми проїзду в метро, що дуже зручно, коли турист не бажає брати дороги екскурсії, а планує відпочинок самостійно, наприклад, подорож до Монсерат та ін.

Отже, організація «Туризме де Барселона» володіє мережею, яка нараховує 20 інформаційно-туристичних центрів, котрі розташовані по всьому місту, в яких вас приймуть, будуть говорити на зручній для вас мові спілкування та нададуть якісний інформаційний сервіс щодо екскурсій в Барселоні. Саме в цих офісах ви зможете придбати усі необхідні квитки – Barcelona Bus Turistico, картку Barcelona Card, екскурсії Barcelona Walks, абонемент на міський транспорт, подарункові набори в магазині BCN Original. Додаткова інформація – [www.barcelonaturisme.com/press](http://www.barcelonaturisme.com/press).

Саме діяльність даної туристично-інформаційної структури зробила Барселону одним із найпопулярніших міст на планеті.

## **Позааудиторна самостійна робота студентів**

### **Питання для самостійного вивчення**

1. Роль транспорту в індустрії туризму.
2. Роль готелів в індустрії туризму.
3. Роль зв'язку в індустрії туризму.

**Індивідуальне завдання:** охарактеризуйте складові індустрії туризму, що наявні у регіоні Вашого проживання.

### **Дослідно-аналітичні завдання:**

1. Основні об'єкти туристичної інфраструктури в регіоні.
2. Особливості розвитку індустрії туризму в країнах світу (Туреччина, Єгипет, ОАЕ, Туніс, Чорногорія, Хорватія, Іспанія, Греція).

**Методичні рекомендації:** виконане завдання подається у письмовій формі. Текст друкується на папері формату А4 (розміром 210 x 297 мм) через 1,5

інтервали, розмір шрифту – 14 (Times New Roman). Аркуш має береги: верхній та нижній – 25 мм, лівий – 30 мм, правий – 10 мм. Абзацні відступи у тексті мають дорівнювати 5 знакам (1,25 см). Захист виконаних індивідуальних завдань відбувається за графіком їх проведення.

**Інформаційні джерела: 1, 3, 4, 5, 11, 14.**

### **Тема 3. Класифікації в туризмі.**

**Ключові слова:** тур, туристичний маршрут, туристичне підприємство, туроператор, турагент, турист, індустрія туризму, класифікація.

#### **Практичне заняття 5**

#### **Завдання для аудиторної роботи**

#### **Питання для обговорення**

1. Класифікація туризму за різними ознаками класифікації.
2. Класифікація туризму за формами.
3. Класифікація маршрутів і турів.
4. Класифікація туристичного обслуговування.
5. Класифікація туристичних підприємств.
6. Типи туристів та ознаки їх класифікації.

#### **Тестові завдання**

*1. До якої групи підприємств туристичної індустрії належать туроператори, турагенти, турбюро?*

- а) підприємства-виробники туристичних послуг;
- б) підприємства посередники надання туристичних послуг;
- в) підприємства не туристичної сфери, що беруть участь в обслуговуванні туристів.

*2. Організаційними формами туризму є:*

- а) міжнародний та внутрішній;
- б) в'їзний та виїзний;
- в) туроператорський та турагентський.

*3. Подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території становлять:*

- а) внутрішній туризм;
- б) в'їзний туризм;
- в) виїзний туризм.

*4. Подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни становлять:*

- а) внутрішній туризм;
- б) в'їзний туризм;
- в) виїзний туризм.

5. Подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території становлять:

- а) внутрішній туризм;
- б) в'їзний туризм;
- в) виїзний туризм.

6. Подорож за визначеним маршрутом з певним комплексом послуг, який реалізовується як єдиний неподільний пакет:

- а) інклюзив-тур;
- б) пекідж-тур;
- в) велнес-тур.

7. Тур, що складається з різних видів послуг, кожна з яких може бути реалізована окремо та має власну роздрібну ціну:

- а) інклюзив-тур;
- б) пекідж-тур;
- в) велнес-тур.

8. Тури з відвідуванням декількох пунктів обслуговування, де пункт початку та закінчення подорожі збігаються:

- а) лінійні тури;
- б) радіальні тури;
- в) кільцеві.

9. Тури з відвідуванням декількох пунктів обслуговування та не збігання пунктів початку та завершення подорожі:

- а) лінійні тури;
- б) радіальні тури;
- в) кільцеві.

10. Тури, що знаходяться на стадії зростання та приносять основний прибуток туристичному підприємству:

- а) основні;
- б) підтримуючі;
- в) стратегічні.

### **Практичні завдання**

1. Вивчити зміст статті 4 «Організаційні форми та види туризму» Закону України «Про туризм».
2. Здійснити класифікацію видів турів за рекламними каталогами.

### **Позааудиторна самостійна робота студентів**

#### **Питання для самостійного вивчення**

1. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні.

**Індивідуальне завдання:** дати письмову характеристику туристичним маршрутам регіону Вашого проживання.

**Дослідно-аналітичне завдання:** дослідити основні умови формування



гастрономічного туру відповідно до специфіки регіону Вашого проживання. Наприклад:

1. Гастрономічний тур. Селище Келеберда. Градизьк.
2. Полтавські галушки (гастрономічний тур з майстер-класом).
3. «Вареники та борщ» – як візитна картка української кухні.

## **Практичне заняття 6**

### **Практичні завдання**

1. На основі кейсу «Подорож до Іспанії» (автор О.М. Литвин), провести класифікацію екскурсійних послуг, що надаються в Іспанії. Скласти перелік екскурсій Іспанією, Барселоною.

2. Дати оцінку проектів «Бізнес-подорож до США» (автор Г.П. Скляр) і «Подорож до США у межах програми Work and Travel USA» (автор В.Г. Кісіль) за наступними критеріями:

- 1) обґрунтуйте різницю між подорожами і туризмом;
- 2) визначте, до яких видів туризму належать вказані проекти;
- 3) вкажіть, які об'єкти туристичної інфраструктури були задіяні під час реалізації проектів.

### **Кейс «Бізнес-подорож до США»**

#### **Загальна інформація про результати подорожі:**

1. Члени групи відвідали низку занять з макроекономіки, засад бізнесу, комп'ютерних систем, маркетингу, бухгалтерського обліку у Беркширському і Грінфілдському комунальних коледжах та Університеті штату Массачусетс у Амгерсті.

2. Проведено зустрічі з керівництвом, викладачами економіки, бізнесу і комп'ютерних систем у цих закладах освіти, а також з членами наглядової ради Беркширського коледжу.

3. Обговорено поточні результати виконання проекту та можливі напрямки майбутньої співпраці з керівниками служб, відповідальними за отримання і використання грантів у Беркширському і Грінфілдському коледжах.

4. Група ознайомилась з роботою Нью-Йоркської фондової біржі, провідних банків, зустрілась із представниками політичних і місцевих ділових кіл.

5. Група відвідала пам'ятні місця штату Массачусетс, м. Нью-Йорк та Вашингтон.

#### **Повсякденна активність:**

##### **16.10**

Переліт до Нью-Йорку. Група ознайомилась з організацією обслуговування клієнтів у міжнародних аеропортах Бориспіль (Київ), Рузине (Прага) та Ньюарк (Нью-Йорк), а також у літаках компанії «Чеські авіалінії/Континентал».

По прибутті до Нью-Йорку запозичено досвід організації сервісу у «Парк Централ готелі» (м. Нью-Йорк).

##### **17.10**

Зустріч з оцінювачем забезпечення великих позичок фірми Dover House Capital, LLC, що входить до складу компанії J.P. Morgan Securities Inc., Стівеном

Силковскі. Як приклад розглядався факт позички у сумі 120 млн. дол. під заставу будівлі Карнегі Хол Тауер, висвітлено питання оцінки платіжної спроможності заставодавця і визначення вартості позички.

Екскурсія по Уолл-Стріт. Ознайомлення з роботою Нью-Йоркської фондової біржі, і, зокрема, її центру інтерактивної освіти. Оскільки приблизно 51 млн. громадян США є власниками акцій, робота центру скерована на якнайповніше висвітлення засад роботи біржі. Для цього використовуються такі методи, як безплатне розповсюдження друкованої інформації про біржу, програмного забезпечення для роботи з трейдерами на біржі та певної кількості годин користування он-лайновою сервісною програмою для цієї роботи; використання наочного приладдя у вигляді інформаційних стендів; використання кіно- та відеоматеріалів, прямої трансляції програм телебачення, що висвітлюють поточні події на біржі; використання інформаційної системи, що працює у режимі touch screen, яка містить достатню інформацію про компанії, що пройшли лістинг біржі; спостереження за роботою грейдерів, обслуговуючого персоналу, контролерів за дотриманням етичних норм та інших працівників найбільшого з 4-х операційних залів біржі, що супроводжувалось аудіо коментарем і невеличкими довідковими стендами.

Відвідання економічного відділу Нью-Йоркського відділення компанії Nomura Securities International Inc., що є підрозділом банку «Номура», і розташований у Всесвітньому фінансовому центрі, зустріч з керівником економічної служби Девідом Реслером. Було висвітлено питання роботи одного з провідних японських банків в умовах глобалізації його діяльності, зокрема, у сфері операцій з цінними паперами, що випускаються під забезпечення нерухомим майном. З точки зору кадрової підготовки корисним було дізнатись про те, що пан Реслер, маючи непрофільну першу вищу освіту, досяг успіху як один з керівників Нью-Йоркського відділення компанії завдяки підвищенню кваліфікації та самопідготовці.

Групу було ознайомлено із структурою компанії, до якої входять служби комерційно-іпотечна, випуску цінних паперів під забезпечення активами компанії, операцій з державними цінними паперами, управління ризиками (налічує 250 осіб або 25 % загальної чисельності персоналу відділення, які займаються юридичним забезпеченням операцій), продажу програмного забезпечення для операцій з цінними паперами, операцій з цінними паперами з фіксованим доходом, операцій з іншими цінними паперами, операцій «своп» (контролюється Лондонським відділенням), операцій з європейськими цінними паперами («зарубіжний відділ»), інвестиційно-банківська (латиноамериканський ринок), управління власністю «Номури» та інші. Також корисною була інформація про систему стимулювання та взаємовідносини з трейдерами

Екскурсія до Всесвітнього торгового центру, ознайомлення з панорамою Нью-Йорку з оглядового майданчика на 107-му поверсі Центру.

### **18.10**

Зустріч із Стівеном Мангером, керівником ресурсного центру для малих підприємств Першого національного банку Бостону, що входить до числа 15-ти

провідних банків США і є транснаціональною корпорацією. Центр, який відкрито у березні ц.р., є першим у системі Бостонського банку. За півроку роботи за його сприяння було відкрито 25 нових підприємств, на банківські рахунки у вигляді депозитів зараховано додаткових 1,5 млн. дол., проведено більш, ніж 150 ділових зустрічей.

Зустріч з Джоном Паскусом, директором програм коледжу у галузі інституціональних досліджень і розвитку за допомогою грантів. Пан Паскус ознайомив групу з поточними програмами, що фінансуються за рахунок допомоги різних фондів, зокрема, поліпшення викладання іноземних мов, інтернаціоналізації навчальних програм, допомоги у встановленні міжнародних ділових зв'язків, а також зв'язків між різними інституціями у різних країнах: освітніми, фінансовими тощо.

### 19.10

Бесіда з Уїлісом Бусардом, спеціалістом з логістики в міжнародній торгівлі. Пан Бусард працював у службах логістики в компаніях McGraw-Hill, IBM, United Fruit, SGS (швейцарській компанії, що спеціалізується на інспекції вантажів при міжнародних перевезеннях) та кількох дрібних. Під час своєї професійної кар'єри пан Бусард багато часу займався питаннями організації бартеру, 6 місяців пропрацював радником у Міністерстві торгівлі Індонезії, даючи консультації урядовим колам щодо шляхів збільшення експорту за рахунок несировинних товарів, у т.ч. і через вдосконалення освітньої підготовки.

Пан Бусард у своїй бесіді торкнувся питань логістики у міжнародній торгівлі (що це таке, чому потрібно нею займатись, як її організувати, головні чинники, які знання потрібні, документація, що використовується у логістиці), зустрічної торгівлі у її різних формах, перед відвантажувальною перевіркою (pre-shipment inspection).

Відвідання компанії Crane & Co, що є виробником високоякісного паперу і паперу для друкування доларів, валют інших країн і цінних паперів. Ознайомлення з технологічним процесом виробництва паперу та музеєм компанії. Отримано корисну інформацію про екологізацію виробничого мислення (захист довкілля, що став останнім часом головним елементом місії фірми; наприклад стічна технологічна вода є зараз очищеною до рівня питної, як сировина використовуються переважно вторинні ресурси – папір з бавовни, обрізки бавовняних тканин тощо), використання автоматизованих процесів у шкідливих виробництвах, організацію охорони праці та побутових умов працівників, вирішення інших соціальних питань у компанії. Показовим був маркетинговий підхід до групи відвідувачів: після короткої розповіді про компанію був продемонстрований відеофільм, у якому мова йшла про історію паперового виробництва взагалі, його підґрунтя у США і у компанії «Крейн», зокрема, у музеї компанії після змістовного коментарю до раніш побаченого кожному з учасників групи було вручено зразки продукції.

### 20.10

Офіційний сніданок з членами торговельної палати графства Франклін. Спонсором сніданку виступив місцевий кооперативний банк. Ознайомлення з

технологією обслуговування подібних заходів у заміському ресторані. Це один з традиційних щомісячних заходів, на яких відзначаються підприємці, що внесли найбільший внесок у місцевий розвиток, ознайомлення з новими членами палати, виступи представників ділових кіл, які хочуть поділитись своїми проблемами та баченням їх вирішення з колегами, ознайомлення членів палати з іноземними делегаціями, що перебувають у графстві. На сніданку були розповсюджені матеріали про всіх виробників яблук, що є типовим продуктом для садівницьких ферм у цьому регіоні, та продуктів їхньої переробки, ресторани, що будують своє меню на стравах з цих продуктах, історію виробництва сидру і запропоновано взяти участь в екскурсії цими фермами і ресторанами. Представники громадських організацій також мають можливість розповсюджувати свої матеріали на таких заходах, наприклад, на цьому сніданку до присутніх звернулись особи, що проводять кампанію по звільненню місцевих фірм від паління. Основною темою сніданку були виступи представників торгово-промислової палати, приватних консультаційної та торговельної фірм з м. Твері (Росія), що приїхали до США за фінансової підтримки Інформаційного агентства США. Наступною делегацією, чий приїзд очікувався, мала бути делегація працівників судової системи з Полтави.

#### **21.10**

Поїздка до провідної фірми, що виробляє свічки, Yankee Candle. Непересічний досвід маркетингової діяльності фірми, яка регулярно приваблює сотні покупців завдяки використанню таких прийомів, як вільний доступ до музею свічної справи, де в присутності відвідувачів свічки виготовляються за традиційною технологією, кілька магазинів під одним дахом з різною організацією технологічних процесів, велика кав'ярня з ляльковим оркестром, налаштування якого коштувало фірмі кілька мільйонів доларів, загальне планування приміщень і прилеглої території, що створюють атмосферу затишку і казкового свята.

Ознайомлення з роботою типового великого торговельного комплексу в Інглсайді, де під одним дахом зібрано кілька універмагів і велику кількість спеціалізованих магазинів, кафе, ресторанів, медичних закладів тощо.

#### **22.10**

Поїздка на ферму Джудіт Мелоуні, що спеціалізується на вирощуванні яблук, їхній переробці і збуті, у т.ч. через власну роздрібну мережу. Запозичення цікавого досвіду у маркетингу: для приваблення покупців поруч з магазином відкрито невеличку закусочну, маленький зоопарк свійських тварин, де відвідувачі мають змогу годувати їх з рук кормом, що продається у цьому ж магазині.

Екскурсія до геологічної і гідрологічної пам'ятки – Шелбурнського водоспаду і мульд. Цікавий досвід приваблювання покупців до місцевої крамнички, що торгує виробами із скла: поруч відкрито до вільного відвідування невелику гуту, де виробляються товари, що потім продаються у крамниці. Ця гута є також додатковим джерелом заробітку майстрів-склодувів, відвідувачі заохочуються давати їм чайові.

Відвідання відділу торгівлі нерухомістю фірми Cohn & Co, яка є лідером у графстві Франклін за обсягами операцій з нерухомістю. В структурі працюють 8 ріелтерів та 1 офіс-менеджер. Групу було детально ознайомлено з технологією роботи з клієнтом з використанням комп'ютерної програми LANDMARK, яка є лістингом усіх об'єктів нерухомості у графстві, що пропонуються до продажу, продані або знаходяться у процесі продажу. Фірма виконує весь обсяг робіт, включаючи оформлення банківських документів, перевірку платоспроможності клієнтів, страхування угод, документальне оформлення угод. Послуги з лістингу надаються асоціацією торговців нерухомістю. До її функцій належать також статистичний облік діяльності на ринку нерухомості, освітні і соціальні програми, до її структури входить комітет у справах етики.

Зустріч із Стівеном Бадом, директором програм Грінфілдського коледжу у галузі інституціональних досліджень і розвитку за допомогою грантів. Пан Бад детально ознайомив групу з завданнями, що стоять перед його структурою, напрямками діяльності, які фінансуються переважно за рахунок спеціальних урядових програм, фондів-донорів, пожертв корпорацій. При річному бюджеті коледжу 16 млн. дол. додаткові кошти, залучені з цих джерел складають 4 млн. дол. Наведено приклади проектів, які фінансуються зараз або фінансувались останнім часом із зазначенням джерел фінансування. Обговорено можливі напрямки співробітництва, серед яких: розробка спільних навчальних програм, запозичення досвіду у викладанні курсів з операцій з нерухомістю, енергозбереження, обмін матеріалами для викладання дисциплін міжнародного циклу, допомога підприємцям у пошуку партнерів, укомплектування кооперативних інститутів обладнанням, необхідним для впровадження передових освітніх технологій, інтернаціоналізація навчальних програм, регіональний розвиток.

Зустріч з президентом торгової палати графства Франклін Анн Гемілтон. Під час зустрічі пані Гемілтон проінформувала про діяльність палати, яку було засновано 1919 року як міську палату і яка набула теперішнього статусу у 1972 році. У сферу діяльності палати входять 26 міст, кількість членів – 820. За останні 20 років палатою створено 3 промислових парки. Головними напрямками діяльності палати є: підтримка місцевого товаровиробника, проведення семінарів, безплатних консультацій, просування регіону. Отримано інформацію про джерела фінансування діяльності палати.

Візит до Північно-Західної Асоціації Енергозбереження, зустріч з виконавчим директором Томасом Томпсоном і менеджером будівельних програм Дагом Майнором. Пп. Томпсон і Майнор ознайомили з діяльністю асоціації, яка охоплює територію від Нової Англії до штату Огайо, останніми розробками, над впровадженням яких вони працюють, роботою регіональних кооперативів з енергопостачання малих підприємств і жилих будівель. Технологічному факультету інституту, вчені якого працюють над питаннями енергозбереження, передані матеріали, у т.ч. і відео про аналогічну роботу, що ведеться у США.

### **23.10**

Відвідання аудиторської фірми, яка займається обслуговування дрібних

підприємств, надає послуги по консультуванню, веденню бухгалтерського обліку. У фірмі працює 3 сертифікованих аудиторів, що є членами Американського інституту сертифікованих публічних аудиторів.

#### **24.10**

Переліт до Вашингтону. Ознайомлення з обслуговуванням клієнтів у готелі «Хілтон».

Екскурсія до Національної галереї мистецтв США – одного з найбільших зібрань творів мистецтва країни. Ознайомлення з прийомами маркетингу у неприбутковій сфері, а саме: активізація збуту альбомів, книжок тощо за допомогою інформаційно-оглядової системи, доступ до якої відкритий для всіх відвідувачів.

#### **25.10**

Екскурсія у Білий Дім та по його околицях, до Меморіалу Лінкольна, В'єтнамського воєнного меморіалу, музею у театрі Форда, де було застрелено А.Лінкольна та до будинку, де він помер, на оглядову вежу, до Смітсонівського музею, де виставлені, зокрема, зразки сучасної та вимерлої флори і фауни, колекція дорогоцінних каменів та експозиція, що зображує побут та культуру корінних жителів Північної Америки.

Зустріч у центральному офісі фонду «Євразія» з директором з питань урядового розвитку та управління фондом Мішел Мейнард і координатором програм Албертом Чафрі. Пан Чафрі коротко ознайомив групу з пріоритетами фонду, до яких належать розвиток приватного сектору, освітні програми, розвиток політичної сфери. Рішення щодо фінансування проектів, які подаються українськими організаціями, приймає директор фонду у Києві. Він відзначив, що позитивними сторонами поточного проекту є те, що він скерований на працю з наступним поколінням у критично важливій сфері бізнес-освіти, кооперативні інститути мають справу з прикладною освітою, вони розташовані за межами столиць, що важливо для децентралізації розвитку бізнес-освіти, і представляють різні країни, що теж важливо для поживлення зв'язків між Україною і Білоруссю. Пані Мейнард зазначила, що фонд працює над пошуком донорів для фінансування проектів в Україні, Білорусі і Росії і, що для фонду великий інтерес представляє саме транскордонна діяльність. Вони поінформували, що київський офіс фонду має постійну програму підтримки створення і запозичення освітніх матеріалів. Фонд також має великий інтерес до підтримки діяльності місцевих кредитних установ. У зв'язку з тим, що серед пріоритетних отримувачів грантів є недержавні неприбуткові організації, є доцільним повернутись до ідеї створення викладачами інституту такої організації, яка б у тісній кооперації з ПКІ змогла б розширити можливості залучення коштів фондів-донорів.

#### **27.10**

Зустріч з Уесом Орловскі, спеціалістом з трансферу технологій до країн Центральної Європи. Пан Орловскі висловив зацікавленість до розбудови контактів у цій сфері як з ПКІ, так і через нього з полтавськими підприємцями.

Ознайомлення з культурними традиціями святкування дня всіх святих, участь у товариському футбольному матчі у Штайнерівській школі

## 29.11

Переїзд до передмістя Нью-Йорку м. Рай. Порівняльне ознайомлення з організацією обслуговування клієнтів у місцевому готелі «Хілтон».

### **Кейс «Подорож до США у межах програми Work and Travel USA» Загальна інформація про програму**

Work and Travel – це найпопулярніша сезонна програма для українських студентів в Америці, яка дає змогу поїхати у США на літні канікули (від 2,5 до 4-х місяців) і пожити в оточенні нових людей з усього світу, отримати практику англійської мови в її натуральному середовищі та на власні очі побачити сотні цікавих куточків США.

Щорічно учасниками програми Work and Travel USA стають тисячі студентів з України та всього світу. Однією з особливостей цієї програми є можливість компенсувати свої витрати – учасники отримують від 7 до 10 доларів за кожну годину роботи, а також надається можливість подорожувати по Америці, бо подорожі є головним компонентом програми культурного обміну.

#### **Повсякденна активність**

*10.05.2014*

Переліт до Сан Антоніо (Техас, США). Так як рейс був не прямий, а включав в себе 3 пересадки, ми мали можливість ознайомитися з організацією обслуговування клієнтів у міжнародних аеропортах Амстердаму (Нідерланди), Детройту (США) та безпосередньо Сан Антоніо (США), а також у літаках компанії «Delta», головної американської авіакомпанії.

По прибутті до Сан Антоніо нас зустріла місцева жителька, з якою ми встановили контакт ще в Україні. Вона дала нам в оренду свою кімнату у студентських апартаментах, які знаходились недалеко від місця майбутньої роботи. З неї і почалося наше знайомство з американською гостинністю та дружелюбністю.

*19.05.2014*

Перше знайомство з місцем роботи – парком «Six Flags Fiesta Texas», одним із найпопулярніших тематичних парків розваг у Техасі та на всій території США. Знайомство з менеджерами. Ознайомлення із нашими правами та обов'язками як працівників компанії «Kodak», яка працює РАЗОМ з парком, але не НА парк.

Відвідування тренінгів, семінарів, спрямованих навчити правильно працювати з професіональними камерами, вміло підбирати ракурс фотографії, обробляти зроблені знімки в спеціальних програмах, розроблених компанією «Kodak».

Окремі тренінги та тестування щодо роботи з касовим апаратом, для тих із нас, чий обов'язком є продаж фотографій, а не безпосереднє фотографування. Одержання сертифікатів про вдале проходження тестів і можливість починати роботу. Одержання уніформ (жовті футболки і коричневі шорти) з емблемами компанії «Kodak».

Обговорення заробітної платні, підписання документів про ознайомлення з правилами, правами та обов'язками, одержання графіку робочого тижня (кожного

тижня був різний графік, але іноді міг повторюватися).

Ознайомлення з одним із найбільших супермаркетів Америки – мережею магазинів «Walmart». Придбання велосипеда у якості найдоступнішого виду транспорту у місті за відсутністю автомобіля. Ознайомлення з автобусними маршрутами у межах міста і їх графіками. У нашому випадку велосипед виявився швидшим за автобус, адже щоб дістатись до роботи від місця нашого проживання на велосипеді, витрачалось приблизно 30-40 хвилин, в той час, як час, затрачений на автобус був вдвічі більшим, зважаючи на пересадки і очікування усіх наступних автобусів по маршруту і іноді затримки одного автобусу з наслідком запізнення на наступний.

Відпочинок біля басейну на території студентських апартаментів.

*27.05.2014*

Вихідний від роботи день. Поїздка до центру міста. Оглядові прогулянки головними туристичними об'єктами, такими як фортеця Аламо, яка є символом одержання незалежності Техасу, прогулянка по набережній Сан Антоніо, яка є візитною карткою міста, парком Хемісфear, на території якого знаходиться оглядова вежа «The Tower of Americas», яка була найвищою у США з 1968 до 1996 року.

Відвідання парку, в якому працюємо, у якості гостей. Ознайомлення з системою обслуговування відпочиваючих у кафе, магазинах, на гірках. Весь персонал дуже люб'язний та щирий, має бажання допомогти, якщо у когось виникає така необхідність.

Відвідання аквапарку у межах нашого парку.

Знайомство з іншими іноземними студентами-учасниками програми обміну. З нами працювали люди з таких країн як Туреччина, Ямайка, Азербайджан, Росія, Таїланд; також було досить багато студентів і з України.

Поїздка до торговельного центру під відкритим небом «Ла Кантера», що в перекладі з іспанської означає «кар'єр». На території торговельного центру розміщено близько 130 об'єктів, серед яких є магазини одягу, книжок, парфумерії, аксесуарів, косметики; також декілька ресторанів, барів і кафе, де можна смачно і недорого поїсти в перервах між шопінгом. Переважна більшість магазинів орієнтується на зарплату середньостатистичного американця, тож ціни можна назвати досить помірними. Серед сотні магазинів тільки близько 10 можна віднести до магазинів еліт-класу, де ціни вражають своєю кількістю цифр.

Серед найвідоміших магазинів тут є такі : Zara, H&M, Nike, Forever21, Hollister та багато інших. У магазинах, особливо напередодні свят, проводяться різні акції і діє система знижок, щоб кожен міг вибрати собі речі, які не нанесуть удар гаманцю.

*06.06.2014*

У Сан Антоніо стає помітно жаркіше. Температура підіймається до 35-40 градусів Цельсія, але через надмірну вологість здається, що набагато жаркіше. Клімат відігріє досить важливу роль для подорожей, тож потрібно бути дуже уважним, обираючи туристичний маршрут. Адже для людей, які не звикли до такого клімату, може бути досить складно адаптуватися і пройти процес



акліматизації. На вулиці неймовірно спекотно, в той час як в магазинах, офісах, автобусах неймовірно холодно через включені кондиționери. Тож існує можливість захворіти через різкі перепади температури.

Відвідання однієї з фінальних ігор баскетбольних команд Сан Антоніо «Spurs» та Маямі «Heat». Дійство проходило під відкритим небом. Був встановлений великий проектор, на якому трансливався матч, а люди сиділи просто на траві і голосно вболівали за свою команду. Щоб подивитися гру, приходили навіть цілими родинами, і поки малеча бавилася на траві, батьки вигукували гасла на підтримку улюбленої команди. Людей було дуже багато, незважаючи на досить невелику територію, розміром приблизно як половина футбольного поля. Відчувалася неабияка атмосфера патріотизму і підтримки, яка взагалі відчувалася на протязі нашого всього перебування у Сполучених Штатах. Коли команда Сан Антоніо одержала перемогу, піднявся шквал захвату і радості, супроводжуваний піснями на підтримку команди. Після їх перемоги навіть вікна готелю «Хілтон», який знаходиться у центрі міста горіли, зображуючи слова «Go Spurs», що означає «Вперед, Спурс» .

25.06.2014

Типовий робочий день. Початок зміни о 2 годині. Обов'язки: спілкування з людьми; продаж якнайбільшої кількості знімків, які автоматично робить камера і подає на монітори; чемне ставлення до клієнтів; вміле поводження з касовим апаратом; уважний перерахунок грошей і видача решти; допомога гостям, які цього потребують (наприклад, пояснити де знаходиться те чи інше місце, о котрій годині закривається парк, о котрій годині починається салют/лазерне шоу і т.д.), заміна фарби і фото-паперу у принтерах.

Після 4 відпрацьованих годин 30-хвилинна обідня перерва (або 1 година, за бажанням). Обід у кафетерії для персоналу, де не досить багатий вибір страв, але все ж таки на 3-5 доларів можна добре пообідати. Іноді бували різного типу акції, коли персонал міг брати безкоштовне морозиво, або напої.

Серед страв, які зазвичай брали робітники, були сандвічі, гамбургери, картопля-фрі, смажені курячі крильця, і стакан кока-коли. Тож стереотип про те, що американці погано харчуються, є правдивим, адже така їжа не багата на вітаміни і поживні речовини. Для тих, хто бажає харчуватися здоровіше, є овочеві або фруктові салати і йогурти, які з'явилися у кафетерії лише цього року, адже весь час до цього головним асортиментом їдальні були бургери, картопля і смажені крильця.

Повернення до роботи після обіду.

По завершенню зміни комп'ютери, світло і кондиціонер мають бути вимкненими.

Вечеря зі співробітниками у одному з найулюбленіших мексиканських ресторанів жителів Сан Антоніо «Мама Марджіс». Куштування страв мексиканської кухні. Не сподобалась жодна. Досить цікавим у ресторані є те, що каву і кукурудзяні чіпси з різними соусами можна брати безкоштовно і у необмеженій кількості. Тож навіть якщо ви не фанат мексиканських шалено-гострих страв можна випити чашечку кави.

02.07.2014

Продовження вивчення найпоширеніших туристичних маршрутів Сан Антоніо. Відвідування зоопарку, який був створений у 1847 році і який є одним з найстаріших в США. Тут налічується більше 9000 тварин, серед яких броненосці, мураходиди, фламінго, слони, бегемоти, зебри та багато інших.

До речі, броненосець вважається одним із символів Сан Антоніо, і це не дивно, адже вони тут, як і білки, зустрічаються майже на кожному кроці. Багато туристів виділяють цілий день для відвідування зоопарку. Чого вартий один лише тераріум, де представлено досить багато видів змій, павуків, ящірок.

Наступний пункт зупинки – Японський чайний сад, який було відкрито у 1901 році за сприяння і фінансову підтримку президента компанії «Water Works Company» (дослівно – «вода працює») Джорджа Брекенріджа, завданн'ям якого названий також звичайний парк неподалік японського саду. Назва парку мала б свідчити про наявність чайних плантацій, але таких там немає. Сад вражає своєю незвичайністю. Здається, що ти вже не в Америці, а в Японії, або навіть в Китаї.

Прогулянка і обід у ресторані «Білл Міллер барбекю», який відомий у Сан Антоніо своїми смачними стравами, трохи наближеними до домашньої кухні.

Відвідання музею історії та краєзнавства Сан Антоніо. Як і у багатьох музеїв, в ньому є дні безкоштовного відвідування, саме в який ми і потрапили до музею. Знайомство з частиною історії міста, його жителями, тваринами і побутом.

Ввечері зустріч з друзями-співробітниками і похід до розважального центру.

Гра в боулінг та в «лазерні приціли», коли у темне приміщення з лабіринтом запускається 2 команди гравців, на яких вдягнуті жилети, які світяться у темряві. У гравців в руках лазерні автомати з екраном, на якому вказується кількість «вбитих» тобою супротивників. Мета гри – вцілити лазером у якнайбільшу кількість гравців іншої команди. Після гри команди виходять з приміщення і дивляться на екран. Хто вцілить у більшу кількість супротивників, той і переміг.

30.07.2014

Поїздка до узбережжя Мексиканської затоки у місто Корпус Крісті, що знаходиться за 3 години від Сан Антоніо. Проїзд комфортабельним автобусом. Прибуття у Корпус Крісті – маленьке містечко, з населенням близько 300000 людей. З невідомих нам причин, більшість кафе не працювало, банки і магазини були зачинені. Місто походило на привида. Тож ми відразу пішли на пляж. За відсутністю автомобіля ми не змогли дістатися до острова Падре, до якого машиною можна було дістатися за годину, і де зосереджені всі торгівельні центри, готелі і ресторани міста. Тож ми вирушили на найближчий пляж, який має назву МакДжи. Температура води у затоці досить висока, близько 28 градусів і вода дуже солоня. Гарячий вітер, який піднімає у повітря пісок, не дає можливості відчути прохолодну свіжість. Берегова лінія досить довга, і людей зовсім не багато. Незважаючи на неможливість відчути прохолоду у такий спекотний день, побачені краєвиди зачаровують.

Знайомство з 6-річною жителькою Техаса, яка попросила допомогти зліпити «пісковиків», тобто техаських сніговиків. Дівчинка поділилася своїми мріями, однією з яких було зліпити справжнього каньйон зі снігу, а не з піску.

Так як клімат у Техасі дуже теплий і взимку найбільший холод – це 0 градусів Цельсію, люди, які ніколи не виїжджали зі штату взимку, напевно, ніколи не тримали в руках сніг.

Відпочинок на пляжі. Обід у закладі швидкого харчування. Дорога додому.

19.08.2014

Поїздка до озера під назвою «Canyon Lake», що в дослівному перекладі означає «каньйонне озеро». Воно знаходиться в 30 хвилини їзди від Сан Антоніо. Відпочинок біля озера. Вода в озері не солоніша і прохолодніша, ніж вода у Мексиканській затоці. Відчувається свіжість і прохолода, якої часто не вистачає у Техасі.

Заїзд на територію частини озера, призначеної для купання, платний (близько 7 доларів за день), але перед заходом сонця всі повинні звільнити територію, на відміну від схожого місця відпочинку, де ціна становить 20 доларів з машини і відпочиваючі мають можливість ночувати в палатках, або у фургонках біля озера на протязі декількох днів.

Місце підходить як для компанії друзів, так і для родин з дітьми. Адаже є все потрібне для відпочинку: столики, лавки, дитячий ігровий майданчик, санвузли. Тут можна приємно провести час, розслабитись і відпочити душею. Також є все необхідне для катання на човні.

Виїзд. По дорозі додому вечеря в ресторані «Білл Міллер Барбекю».

#### ***Тема 4. Міжнародні, регіональні та національні показники розвитку сфери туризму.***

**Ключові слова:** концепція статистики міжнародного туризму, основні одиниці туризму, статистика туристичних потоків, статистика туристичних доходів і витрат, турист, мандрівник, відвідувач, одноденний відвідувач.

#### **Практичне заняття 7**

#### **Завдання для аудиторної роботи**

#### **Питання для обговорення**

1. Статистика туризму: методологія розрахунків та показники розвитку міжнародного туризму.
2. Рекомендації ВТО по метрологічній структурі туризму.
3. Проблеми обліку туристичних витрат та розрахунок мультиплікативного ефекту туризму.
4. Сталий розвиток туризму та дестинацій.
5. Туристичне господарство країни.

#### **Практичне завдання**

1. На основі статистики прибуттів іноземних громадян в Україну і виїзду українських громадян за кордон за період з початку 2000 р. дайте характеристику обсягів поїздок з метою туризму та оцініть їх динаміку (<http://www.ukrstat.gov.ua>).
2. Дайте характеристику інформаційних ресурсів туристичних сайтів:

<http://www2.unwto.org> – Всесвітня туристична організація (UNWTO);  
<http://mkt.unwto.org/barometer> – Журнал Всесвітньої туристичної організації «Туристичний барометр»;  
<http://www.ukrstat.gov.ua> – Державна служба статистики України;  
<http://www.tourism.gov.ua/ua/> – Державне агентство України з туризму та курортів.

Обґрунтуйте, яка інформація про туристичну індустрію наведено на сайті та її актуальність (за які роки).

**Інформаційні джерела: 1, 3, 5, 8.**

### ***Тема 5. Історичні передумови виникнення та розвитку туристичної системи України.***

**Ключові слова:** подорож, туризм, турист, послуга, сфера послуг, тур, туристичний продукт, індустрія туризму, розвиток туризму.

#### **Практичне заняття 8**

#### **Завдання для аудиторної роботи**

#### **Питання для обговорення**

1. Періодизація історії світового туризму та історичні умови його виникнення.
2. Початок туристичної справи в Україні.
3. Характеристика розвитку туризму на сучасному етапі.

#### **Тестові завдання**

*1. Галузь історичної науки, яка вивчає розвиток туризму, зміни його сутності та форм у часі:*

- а) туризмознавство;
- б) природознавство;
- в) історія туризму.

*2. Характерна риса сучасного етапу розвитку туризму, яка проявляється у подальшій концентрації капіталу, централізації управління й формуванні потужних наддержавних утворень у сфері індустрії туризму – транснаціональних корпорацій (ТНК):*

- а) геоторизація;
- б) транснаціоналізація;
- в) диверсифікація.

*3. Характерна риса сучасного етапу розвитку туризму, яка полягає у практично «повсюдному» проникненні туристів і поширення туристичної діяльності:*

- а) геоторизація;
- б) транснаціоналізація;
- в) диверсифікація.

4. Характерна риса сучасного етапу розвитку туризму, яка полягає в ускладненні його внутрішньої структури за рахунок урізноманітнення попиту і пропозиції, унаслідок чого виникають нові види та форми туризму:

- а) геоторизація;
- б) транснаціоналізація;
- в) диверсифікація.

3. Подорож, яка набула поширення за часів Просвітництва, тривалістю 2–3 роки, яку здійснював молодий аристократ (дворянин) задля отримання освіти та пізнання світу:

- а) «пекідж-тур»;
- б) «прем'єр-тур»;
- в) «гранд-тур».

4. Яким твором Ф. Стендаля було поширено термін «турист»:

- а) «Доріан Грей»;
- б) «Червоне і чорне»;
- в) «Записки туриста».

5. День народження туризму, як тимчасового масового й організованого переміщення людей з некомерційною (рекреаційною) метою:

- а) 5 липня 1835 р.;
- б) 5 липня 1841 р.;
- в) 5 липня 1901 р.

6. Яка основна причина зародження сучасного туризму у Великій Британії?

- а) розвиток залізниці;
- б) стабільна національна валюта;
- в) промислова революція.

7. Яка назва першої туристичної компанії:

- а) «Томас Кук і син»;
- б) «Ф. Магеллан»;
- в) «Х. Колумб».

8. Характерна риса сучасного етапу розвитку туризму, яка проявляється у подальшій концентрації капіталу, централізації управління й формуванні потужних наддержавних утворень у сфері індустрії туризму – транснаціональних корпорацій (ТНК):

- а) геоторизація;
- б) транснаціоналізація;
- в) диверсифікація.

9. Характерна риса сучасного етапу розвитку туризму, яка полягає у практично «повсюдному» проникненні туристів і поширення туристичної діяльності:

- а) геоторизація;
- б) транснаціоналізація;

в) диверсифікація.

*10. Характерна риса сучасного етапу розвитку туризму, яка полягає в ускладненні його внутрішньої структури за рахунок урізноманітнення попиту і пропозиції, унаслідок чого виникають нові види та форми туризму:*

- а) геоторизація;
- б) транснаціоналізація;
- в) диверсифікація.

### **Практичне завдання**

Підготувати текст доповідей для круглого столу на тему: «Регіональні особливості кулінарної спадщини в Україні та їх використання у туризмі».

**Методичні рекомендації:** один студент з академічної групи висвітлює особливості одного з регіонів України. Виконане завдання подається у письмовій формі. Текст друкується на папері формату А4 (розміром 210 × 297 мм) через 1,5 інтервали, розмір шрифту – 14 (Times New Roman). Аркуш має береги: верхній та нижній – 25 мм, лівий – 30 мм, правий – 10 мм. Абзацні відступи у тексті мають дорівнювати 5 знакам (1,25 см).

**Інформаційні джерела:** 1, 3, 12, 13.

### **Тема 6. Світова туристична політика та роль ВТО у її формуванні.**

**Ключові слова:** туристична політика, міжнародні організації, Всесвітня туристична організація, туристичні прибуття, туристичний баланс країни, країни активного та пасивного туризму, глобалізація, інтеграція.

### **Практичне заняття 9**

#### **Завдання для аудиторної роботи**

#### **Питання для обговорення**

1. Світова туристична політика.
2. Всесвітня туристична організація та її структура.
3. Туристичні прибуття та їх структура.
4. Міжнародні туристичні організації.
5. Інтеграційні та глобалізаційні процеси у туризмі.

#### **Тестові завдання**

*1. Пріоритетний вид туризму у XXI ст. (за результатами дослідження «Tourism 2020 Vision»), головною метою якого є збереження навколишнього середовища та забезпечення мінімального згубного впливу людини на природу:*

- а) тематичний;
- б) екологічний;
- в) культурно-пізнавальний.

*2. Пріоритетний вид туризму у XXI ст. (за результатами дослідження «Tourism 2020 Vision»), для якого характерні пізнавальні тури у вигляді*

*одноденних екскурсій з відвідуванням пам'ятників культури:*

- а) тематичний;
- б) екологічний;
- в) культурно-пізнавальний.

*3. Пріоритетний вид туризму у XXI ст. (за результатами дослідження «Tourism 2020 Vision»), який передбачає підвищену зацікавленість до конкретного явища, наприклад до кліматичних умов певної місцевості або тематичних парків як місць відпочинку:*

- а) тематичний;
- б) круїзи;
- в) культурно-пізнавальний.

*4. Пріоритетний вид туризму у XXI ст. (за результатами дослідження «Tourism 2020 Vision»), який має найвищі темпи розвитку:*

- а) тематичний;
- б) круїзи;
- в) культурно-пізнавальний.

*5. Пріоритетний вид туризму у XXI ст. (за результатами дослідження «Tourism 2020 Vision») для справжніх романтиків, яких приваблюють найвіддаленіші куточки Землі, гірські вершини і морські глибини:*

- а) пригодницький;
- б) екологічний;
- в) спортивний.

*6. За прогнозами ВТО найбільш популярним туристичним напрямком до 2020 р. стане:*

- а) Гонконг;
- б) Китай;
- в) США.

*7. За прогнозами ВТО, до 2020 р. очікується бурхливий розвиток виїзного туризму, у процесі якого найбільшими країнами-постачальниками туристичних потоків стане:*

- а) Естонія;
- б) Німеччина;
- в) Росія.

*8. Туризм займає одне з перших місць у світовій економіці тому, що:*

- а) забезпечує значні доходи до бюджетів;
- б) зростає попит на туристичні послуги;
- в) інтегрує практично всі галузі.

*9. В більшості країн світу винятково важливим фактором залучення туристів є:*

- а) промисловість;
- б) культурна спадщина, музеї, театри;
- в) транспорт.

## Практичні завдання

1. Визначити особливості управління туристичною індустрією в країнах ЄС.
2. Провести порівняльний аналіз основних елементів туристичної індустрії у різних країнах світу (на вибір: ОАЕ та Єгипет; Ізраїль та Йорданія; Німеччина та Голандія).

## Практичне заняття 10

### Завдання для аудиторної роботи

1. Дайте характеристику змісту основних міжнародних документів у сфері туризму:

- 1) Конференція ООН з міжнародного туризму і подорожей. Розвиток туризму (загальна резолюція). Рим, Італія, 1963 р.
- 2) Манільська декларація зі світового туризму. Маніла, Філіппіни, 1980 р.
- 3) Документ Акапулько. Акапулько, Мексика, 1982 р.
- 4) Монреальська декларація «До гуманного і соціального бачення туризму». 1996 р.
- 5) Балійська декларація з туризму. Індонезія, 1996 р.
- 6) Декларація Мале зі сталого розвитку туризму. Мале, Мальдівська Республіка, 1997 р.
- 7) Манільська декларація з соціального впливу туризму. Маніла, Філіппіни, 1997 р.
- 8) Декларація з туризму в Антарктиці. Ушуайя, Аргентинська Республіка, 1998 р.
- 9) Самаркандська декларація з туризму на Шовковому шляху. Самарканд, Узбекистан, 1994 р.
- 10) Хівінська декларація «Туризм і збереження культурної спадщини». Хіва, Узбекистан, 1999 р.
- 11) Сеульська декларація «світ і туризм». Сеул, Республіка Корея, 2001 р.
- 12) Осацька декларація тисячоліття. Осака, Японія, 2001 р.
- 13) Глобальний етичний кодекс туризму. Сантьяго, Чилі, 1999 р.
- 14) Хартія туризму і Кодекс туриста. Софія, Болгарія, 1985 р.
- 15) Гаагська декларація Міжпарламентської конференції з туризму. Гаага, Нідерланди, 1989 р.

### Позааудиторна самостійна робота студентів

#### Питання для самостійного вивчення

1. Сучасний стан розвитку туризму у світі.
2. Характеристика діяльності ЮНВТО та основних міжнародних організацій у сфері туризму.

**Індивідуальне завдання:** визначте основні гуманітарні проблеми сфери туризму, сформульовані у міжнародних документах.

**Дослідно-аналітичні завдання:** провести аналіз програм розвитку туристичної діяльності в ЄС; провести аналіз програм розвитку туристичної



діяльності в США; провести аналіз програм розвитку туристичної діяльності в ОАЕ.

**Методичні рекомендації:** виконане завдання подається у письмовій формі. Текст друкується на папері формату А4 (розміром 210 x 297 мм) через 1,5 інтервали, розмір шрифту – 14 (Times New Roman). Аркуш має береги: верхній та нижній – 25 мм, лівий – 30 мм, правий – 10 мм. Абзацні відступи у тексті мають дорівнювати 5 знакам (1,25 см). Захист виконаних індивідуальних завдань відбувається за графіком їх проведення.

**Інформаційні джерела: 1, 3, 13, 14.**

### ***Тема 7. Туристична політика України на сучасному етапі.***

**Ключові слова:** політика туризму, структура управління, програми розвитку туризму, партнерство.

#### **Практичне заняття 11**

#### **Завдання для аудиторної роботи**

#### **Питання для обговорення**

1. Структура управління туристичною сферою в Україні.
2. Установи та організації управління туризмом в Україні.
3. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Україні.
4. Державні, національні програми розвитку основних туристичних дестинацій.
5. Державна програма розвитку туризму.

#### **Практичні завдання**

1. Скласти термінологічний словник з туризму (на підставі аналізу тексту Закону України «Про туризм»).

2. Розробити план заходів з розвитку партнерських відносин студентів Полтавського університету економіки і торгівлі, Чернівецького торговельно-економічного інституту, Київського національного торговельно-економічного університету (координатор проекту), Сучавського університету ім. чел Маре (м. Сучава, Румунія), в рамках реалізації проекту «Полтавщина-Буковина».

3. На основі кейсу «ОКЗ «Харківський організаційно-методичний центр туризму» розробити план заходів з розвитку партнерських відносин між Полтавським університетом економіки і торгівлі та «ОКЗ «Харківський організаційно-методичний центр туризму».

#### **Кейс «ОКЗ «Харківський організаційно-методичний центр туризму»**

ОКЗ «Харківський організаційно-методичний центр туризму» був створений 23 грудня 2010 року з метою сприяння розвитку туристичної галузі області, забезпечення методичної підтримки суб'єктів туристичної діяльності, інформаційного супроводження туристичних ресурсів регіону та просування

Харківської області як туристичного центру Слобожанщини в Україні.

**Основними напрямками діяльності Центру є:**

- збирання і впорядкування інформації про туристичні ресурси і послуги;
- виготовлення та розповсюдження рекламно-інформаційної продукції та інших друкованих матеріалів про туристичні можливості регіону;
- організація та проведення семінарів, тренінгів та інших заходів туристичної спрямованості для представників туристичного бізнесу, громадських організацій, широких верств населення;
- участь та організація культурно-масових заходів (фестивалі, концерти, ярмарки, виставки тощо);
- вивчення інвестиційного клімату області;
- здійснення соціальної реклами туристичних ресурсів області;
- розроблення туристично-екскурсійних маршрутів;
- співробітництво з аналогічними центрами на регіональному, державному та міжнародному рівнях з метою просування туристичного продукту.

Структурним підрозділом ОКЗ «Харківський організаційно-методичний центр туризму» є Туристсько-інформаційний центр.

Туристсько-інформаційний центр надає безкоштовну інформацію громадянам і організаціям про:

- об'єкти історії та культури, пам'ятники природи, що є об'єктами туризму;
- культурні, спортивні й суспільні події Харківської області;
- туристичні маршрути Харківщини;
- ліцензовані туристичні фірми (туроператорів та турагентства), акредитованих гідів-перекладачів, екскурсіводів;
- транспортні послуги;
- послуги об'єктів розміщення, харчування, торгівлі й побутового обслуговування.

### **Позааудиторна самостійна робота студентів**

**Індивідуальне завдання:** підготуйте доповіді для круглого столу на тему «Сучасні проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні».

**Методичні рекомендації:** виконане завдання подається у письмовій формі. Текст друкується на папері формату А4 (розміром 210 × 297 мм) через 1,5 інтервали, розмір шрифту – 14 (Times New Roman). Аркуш має береги: верхній та нижній – 25 мм, лівий – 30 мм, правий – 10 мм. Абзацні відступи у тексті мають дорівнювати 5 знакам (1,25 см). Захист виконаних індивідуальних завдань відбувається за графіком їх проведення.

**Інформаційні джерела: 1, 3, 13, 14.**

### **Тема 8. Механізм державного регулювання туризму.**

**Ключові слова:** державна політика, державне регулювання, механізм, туристичне законодавство, страхування у туризмі, туристичні формальності, паспортні формальності, візові формальності, митні формальності, валютні

формальності, медико-санітарні формальності.

## Практичне заняття 12

### Завдання для аудиторної роботи

#### Питання для обговорення

1. Державна політика та державне регулювання у сфері туризму.
2. Основні способи та цілі державного регулювання у галузі туризму.
3. Організаційно-правовий механізм регулювання туристичної діяльності.
4. Соціальний механізм регулювання туристичної діяльності.
5. Економічний механізм регулювання туристичної діяльності.
6. Екологічний механізм регулювання туристичної діяльності.
7. Транскордонне співробітництво.

#### Тестові завдання

1. Договір страхування, що підтверджує факт його оформлення та гарантує забезпечення права туристів на отримання компенсації витрат, пов'язаних зі страховими випадками:

- а) ваучер;
- б) страховий поліс;
- в) страховий платіж.

2. Послуга страхування цивільної відповідальності власників автотранспортних засобів за кордоном:

- а) «Зелена картка»;
- б) assistance insurance;
- в) медичне страхування.

3. Специфічний вид страхування, об'єктом якого є негайне надання застрахованому допомоги у певних надзвичайних ситуаціях:

- а) «Зелена картка»;
- б) assistance insurance;
- в) медичне страхування.

4. Форма компенсації витрат, яка передбачає сплату усіх медичних витрат самим туристом з подальшою їх компенсацією при поверненні на батьківщину:

- а) сервісна;
- б) компенсаційна;
- в) універсальна.

5. Страхова компанія, яка здійснює страхування туристів з метою гарантування покриття витрат, пов'язаних зі страховими випадками:

- а) турагент;
- б) туроператор;
- в) страхувальник.

6. Форма письмового договору на туристичне або екскурсійне обслуговування між туристом та суб'єктом екскурсійної діяльності:

- а) ваучер;
- б) сертифікат;
- в) контракт.

7. У скількох примірниках видається ваучер у готелі ?

- а) одному;
- б) двох;
- в) трьох.

8. Шкода, заподіяна туристу зменшенням кількості, зниженням якості чи неналежним виконанням умов договору:

- а) договірна шкода;
- б) недоговірна шкода;
- в) форс-мажорні обставини.

9. Шкода, що була спричинена туристу третьою особою:

- а) договірна шкода;
- б) недоговірна шкода;
- в) форс-мажорні обставини.

10. Договір між туроператором та турагентом, який надає право турагенту реалізувати послуги оператора туристам, за що агент отримує винагороду (комісійні):

- а) агентська угода;
- б) договір про співробітництво;
- в) ваучер.

### **Практичні завдання**

1. Ознайомитися зі структурою розділу II «Державна політика та державне регулювання у сфері туризму» Закону України «Про туризм».

2. Вивчити зміст статті 6 «Основні способи та цілі державного регулювання у галузі туризму. Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму» Закону України «Про туризм».

3. Ознайомитися зі структурою Закону України «Про курорти».

4. Ознайомитися зі структурою Закону України «Про захист прав споживачів».

### **Позааудиторна самостійна робота студентів**

**Дослідно-аналітичні завдання:** ознайомтеся зі змістом туристичних сайтів органів державного управління і місцевого самоврядування в регіоні Вашого проживання.

### **Практичне заняття 13**

#### **Завдання для аудиторної роботи**

#### **Питання для обговорення**

1. Паспортні та візові формальності:
  - візові та безвізові країни;
  - особливості «візи по прильоту»;

- візи до країн Шенгенської угоди;
  - віза до ОАЕ;
  - робоча та туристична віза;
  - особливості «віз для дітей».
2. Митні, валютні та медико-санітарні формальності.
  3. Місцеві туристичні збори.
  4. Курортні збори.
  5. Транспортні збори (в'їзд транспортних засобів та їх стоянка, на прикладі Парижу).
  6. Екскурсійні збори (екскурсійний податок на прикладі Дрездену).

### **Практичні завдання**

1. Ознайомитися зі структурою Закону України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України».
2. Вивчити зміст Постанови «Про затвердження Порядку організації виїзду дітей за кордон на відпочинок та оздоровлення».
3. Вивчити зміст Постанови «Про затвердження Правил перетинання кордону громадянами України».

### **Позааудиторна самостійна робота студентів**

**Індивідуальне завдання:** дати характеристику порядку оформлення візи та визначити комплекти документів індивідуального туриста для подорожей до країн Шенгенської угоди та інших країн.

**Дослідно-аналітичні завдання:** організація обслуговування клієнтів у консульських центрах в Україні щодо оформлення віз для виїзду за кордон.

**Методичні рекомендації:** виконане завдання подається у письмовій формі. Текст друкується на папері формату А4 (розміром 210 x 297 мм) через 1,5 інтервали, розмір шрифту – 14 (Times New Roman). Аркуш має береги: верхній та нижній – 25 мм, лівий – 30 мм, правий – 10 мм. Абзацні відступи у тексті мають дорівнювати 5 знакам (1,25 см). Захист виконаних індивідуальних завдань відбувається за графіком їх проведення.

## **Практичне заняття 14**

### **Завдання для аудиторної роботи**

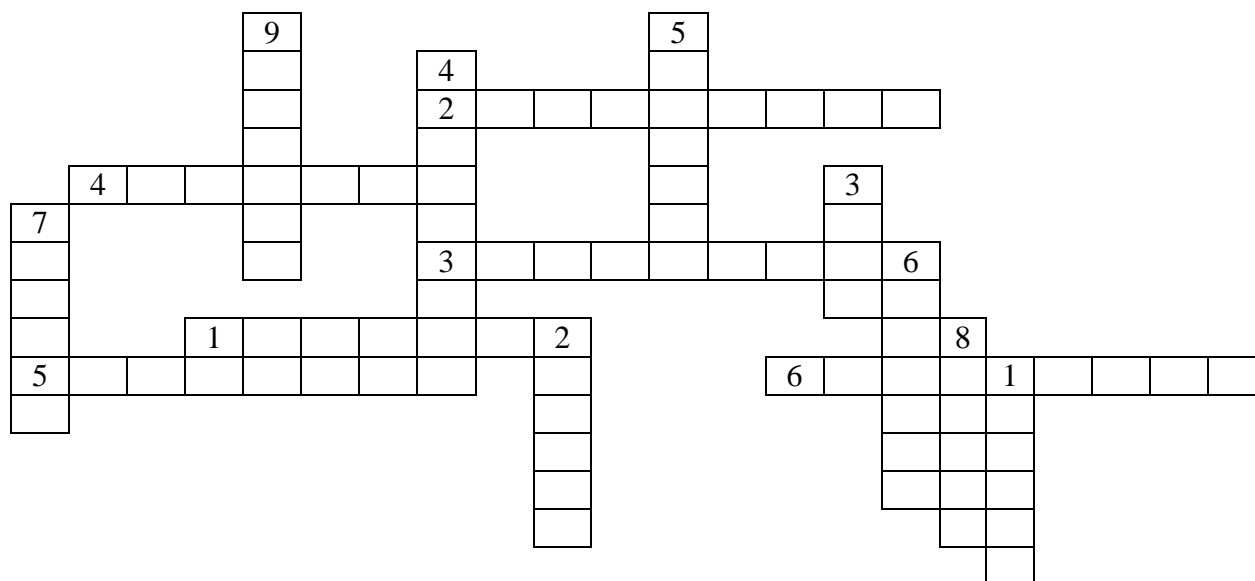
#### **Питання для обговорення**

1. Безпека туристичних подорожей.
2. Страхування в туризмі:
  - обов'язкові види страхування;
  - приклад страхового поліса;
  - особливості страхування туристів у межах України;
  - особливості дії страховки за кордоном;
  - «Зелена карта» та особливості її оформлення в Україні;
  - механізм звернення за страховим полісом за кордоном;

- порядок виплат за страховим полісом.

### Практичні завдання

1. Ознайомитися зі структурою розділу III «Безпека туризму» Закону України «Про туризм».
2. Вивчити зміст статті 16 «Страхування туристів при здійсненні туристичних поїздок» Закону України «Про туризм».
3. Постанова «Про затвердження Порядку здійснення рятувальних заходів на об'єктах туристичних відвідувань».
4. Розв'язати наведений кросворд (автори Міщенко К.І., Андрійченко І.О.\*).



#### **По вертикалі:**

1. Найбільш масова форма активного відпочинку та оздоровлення громадян.
2. Основне підприємство індустрії гостинності, метою діяльності якого є прийом, обслуговування, забезпечення відпочинку і харчування відвідувачів.
3. Документ дозвільного характеру на перетин кордону.
4. Наука, що вивчає географічну оболонку землі.
5. Подорож морем.
6. Це державна установа, що контролює перевезення товарів через кордон.
7. Судно як правило, пасажирське, яке використовується для здійснення рейсів за заздалегідь оголошеним розкладом по певному маршруту, транспортній лінії.
8. Договір між власниками транспортного засобу і наймачем на оренду всього транспортного засобу або його частини на певний рейс або термін.
9. Грошовий документ, який гарантує його власнику отримання послуги у санаторно-курортних закладах, пансіонатах.

#### **По горизонталі:**

1. Обладнаний літній табір для автотуристів с наметами або легкими будиночками.
2. Поїздка, прогулянка з освітньою, науковою, спортивною або розважа-

льною метою.

3. Вид спорту, основною метою якого є: сходження на природні та штучні скелі та стіни, зокрема на гірські вершини.

4. Одна з форм підводного плавання, в якому дайвер використовує певні /технічні засоби для дихання під водою.

5. Наукова дисципліна, один з розділів біології, який досліджує взаємовідносини між біотичними та соціальними цілісностями та їхнім довкіллям.

6. Лікувально-профілактичний заклад для лікування та оздоровлення за допомогою природних факторів.

\* – Міщенко К.І. Формування і використання кросвордів для підготовки студентів туристичної сфери / К.І. Міщенко, І.О. Андрійченко // Актуальні проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні : теорія і практика : матеріали міжн. наук.-практ. конф. (25-26 квітня 2013 р.). – К. : 2013. – С. 161-164.

**Інформаційні джерела: 1, 3, 7, 10, 11, 13.**

### ***Тема 9. Порядок ліцензування туристичної діяльності та сертифікації туристичних послуг.***

**Ключові слова:** туроператор, турагент, ліцензування, сертифікація, туристичні послуги, екскурсійна діяльність, готель, ресторан, транспортні перевезення.

#### **Практичне заняття 15**

#### **Завдання для аудиторної роботи**

#### **Питання для обговорення**

1. Ліцензування у туризмі.
2. Сертифікація та стандартизація сфери туризму.
3. Порядок надання туристичних послуг.
4. Порядок проведення екскурсійної діяльності.
5. Ліцензування та сертифікація транспортних перевезень.
6. Сертифікація закладів готельного господарства та ресторанного бізнесу.

#### **Тестові завдання**

1. *Туристичне підприємство, що працює на декількох видах ринків туризму – це:*

- а) оператор масового ринку;
- б) спеціалізована фірма;
- в) мультиринкове підприємство.

2. *Туристичне підприємство, що спеціалізується на одному з видів ринку, сегменту ринку споживачів чи виду туризму – це:*

- а) оператор масового ринку;
- б) спеціалізована фірма;
- в) мультиринкове підприємство.

3. *Рецептивними є туристичні фірми, які:*

- а) направляють туристів;
- б) приймають туристів в країні та здійснюють їх обслуговування;
- в) правильна відповідь 1 і 2.

4. *Ініціативними є туристичні фірми, які:*

- а) направляють туристів;
- б) приймають туристів в країні та здійснюють їх обслуговування;
- в) правильна відповідь 1 і 2.

5. *Суб'єкт туристичної діяльності, який здійснює виробництво, просування та реалізацію власного туристичного продукту:*

- а) туристичне агентство;
- б) туристичний оператор;
- в) туристичний дилер.

6. *Суб'єкт туристичної діяльності, який здійснює функції роздрібного продажу туристичних послуг і турів споживачу – туристу або корпоративним клієнтам:*

- а) туристичне агентство;
- б) туристичний оператор;
- в) туристичний дилер.

7. *Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму, еквівалентну не менше ніж:*

- а) 25000 євро;
- б) 20000 євро;
- в) 15000 євро.

8. *Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора, який приймає та працює лише на внутрішньому ринку має становити суму, еквівалентну не менше ніж:*

- а) 20000 євро;
- б) 10000 євро;
- в) 5000 євро.

9. *Мінімальний розмір фінансового забезпечення турагента має становити суму, еквівалентну не менше ніж:*

- а) 10000 євро;
- б) 6000 євро;
- в) 2000 євро.

10. *Який стаж роботи у сфері туризму повинна мати особа щоб обіймати керівні посади туроператора у випадку відсутності вищої освіти у сфері туризму?*

- а) 5 років;
- б) 3 роки;
- в) 2 роки.



## **Практичні завдання**

1. Ознайомитися зі змістом розділу IV «Організація туристичної діяльності» (статті 17-25) Закону України «Про туризм».

2. Вивчити зміст Наказу «Про затвердження Ліцензійних умов провадження тур операторської та турагенської діяльності».

3. Вивчити зміст Наказу «Про затвердження Порядку контролю за додержанням ліцензійних умов провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності».

## **Позааудиторна самостійна робота студентів**

### **Питання для самостійного вивчення**

1. Ознайомитися з Положенням про туристичний ваучер.

2. Ознайомитися зі змістом Наказу «Про затвердження порядку оформлення ваучера на надання туристичних послуг та його використання».

3. Формування зарубіжних і вітчизняних мереж туристичних підприємств.

4. Комп'ютерні системи бронювання у туризмі.

**Індивідуальне завдання:** оформіть у стилі «фентезі» пропозицію щодо створення власного підприємства сфери гастрономічного туризму.

**Дослідно-аналітичне завдання:** ознайомтеся зі структурою і змістом сайтів турагенцій регіону Вашого проживання.

**Методичні рекомендації:** виконане завдання подається у письмовій формі. Текст друкується на папері формату А4 (розміром 210 × 297 мм) через 1,5 інтервали, розмір шрифту – 14 (Times New Roman). Аркуш має береги: верхній та нижній – 25 мм, лівий – 30 мм, правий – 10 мм. Абзацні відступи у тексті мають дорівнювати 5 знакам (1,25 см). Захист виконаних індивідуальних завдань відбувається за графіком їх проведення.

**Інформаційні джерела: 1, 2, 3, 7, 10, 13.**

## Список інформаційних джерел

1. Кифяк В.Ф. Організація туризму : навч. посіб. / В.Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2008. – 344 с.
2. Кудла Н.Є. Управління якістю в туризмі : підручн. / Н.Є. Кудла. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 328 с.
3. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху : підручн. / О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька. – К.: Київський університет, 2008. – 335 с.
4. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручн. / М.П. Мальська, В.В. Худо. – 2-е вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.
5. Мельниченко С.В. Інформаційні технології у туристичній індустрії : підручн. / С.В. Мельниченко, Н.І. Ведмідь. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 280 с.
6. Нездойминов С.Г. Основи круизного туроперейтинга : учебн. пособ. / С.Г. Нездойминов. – Херсон: Гринь Д.С., 2013. – 320 с.
7. Проблеми розвитку туристичного бізнесу : монографія / За заг. редакцією Г.П. Скляра, В.Г. Шкарупи. – Полтава: ПУЕТ, 2013. – 233 с.
8. Скопень М.М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі : навч. посіб. / М.М. Скопень. – К.: КОНДОР, 2012. – 302 с.
9. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму : монографія / [В.К. Федорченко, В.С. Пазенок, О.А. Кручек та ін.]. – К.: ВЦ «Академія», 2013. – 368 с.
10. Тягунова Н.М. Основи організації туристичного бізнесу: кредитно-модульний курс : навч. посіб. / Н.М. Тягунова, О.А. Спориш, Л.В. Іржавська. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 130 с.
11. Управління регіональним розвитком туризму : навч. посіб. / Д.М. Стеченко, І.В. Безуглий, Н.П. Турло, С.М. Мархонос; за ред. Д.М. Стеченка. – К.: Знання, 2012. – 455 с.
12. Устименко Л.М. Історія туризму : навч. посіб. / Л.М. Устименко, І.Ю. Афанасьєв. – 2-е вид. переробл. та допов. – К.: Альтерпрес, 2008. – 354 с.
13. Устименко Л.М. Основи туризмознавства : навч. посіб. / Л.М. Устименко. – 2-е вид. К.: – Альтерпрес, 2011. – 345 с.
14. Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму : підручн. / Ф.Ф. Шандор, М.П. Кляп. – К.: Знання, 2013. – 334 с.