

Тема 3. ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ЯК ПРЕДМЕТ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРА

План

1. Сутність, особливості та складові туристичного продукту.
2. Види та характеристика найпопулярніших турів.
3. Тур-пакет: поняття та основні характеристики. Складові тур-пакету.
4. Технологія проектування туристичних послуг.
5. Етапи розробки нового туру.
6. Життєвий цикл туристичного продукту.
7. Забезпечення безпеки туристичного обслуговування.

1. Сутність, особливості та складові туристичного продукту

Результатом діяльності суб'єктів туристичної індустрії виступає турпродукт, який слід розглядати як цілеспрямовану та впорядковану сукупність туристичних послуг, необхідних для повноцінного задоволення потреб туристів у відпочинку та рекреації.

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

Туристичний продукт слід розглядати не лише як комплекс туристичних послуг, але й як об'єкт продажу та інструмент задоволення потреб туристів у відпочинку. Тому діяльність туроператорів полягає у пошуку та комбінуванні найпривабливіших туристичних послуг, які б відповідали бажанням та потребам різних категорій туристів.

Туристичному продукту притаманні наступні особливості:

1. Комплексність. Туристичний продукт – це сукупність взаємодоповнюючих туристичних послуг, необхідних для здійснення подорожі, зокрема послуги з транспортування, розміщення, екскурсійне обслуговування тощо.

2. Невідчутність до споживання. Туристичний продукт споживається безпосередньо в туристичній дестинації, тому необхідною умовою відпочинку є подолання туристом певної відстані до місця призначення.

3. Суб'єктивність в оцінці якості. Кожен турист має власний, суб'єктивний підхід до оцінки якості відпочинку,

який базується на почуттях, досвіді, вподобаннях. Також на оцінку якості туристичного продукту значний вплив мають чинники, що безпосередньо не відносяться до пакету туристичних послуг. Це, передусім, поведінка місцевих жителів та членів туристичної групи, політична ситуація в країні та інші зовнішні фактори.

4. Еластичність попиту щодо зміни ціни. Попит на туристичний продукт знаходиться в безпосередній залежності від зміни цін. Наприклад, зростання вартості готельних, транспортних, ресторанних, екскурсійних послуг, веде до збільшення ціни туристичної путівки, а отже – до значного скорочення контингенту споживачів.

5. Залежність попиту на турпродукт від бренду та ділової репутації туристичної компанії. Сильний туристичний бренд туроператора, безумовно, виділяє його турпродукт на ринку і передає споживачу імідж якості, комфортності та очікуваного рівня гостинності. Наприклад, популярний туроператор з позитивною діловою репутацією та брендом має значний стабільний контингент споживачів, яких приваблює репутація компанії, високий професіоналізм обслуговуючого персоналу, оперативне реагування на запити тощо.

Отже, туристичний продукт є об'єктом продажу у вигляді комплексу туристичних послуг. Згідно зі ст. 207 Податкового кодексу України «Порядок оподаткування туристичних послуг», туристична послуга визначається як

«послуга з тимчасового розміщення туриста у готелі, мотелі, кемпінгу, інших місцях тимчасового проживання, а також послуги з харчування, транспортного, екскурсійно-інформаційного та іншого туристичного обслуговування, включаючи послуги зі страхування життя або здоров'я такого туриста чи його цивільної відповідальності перед третіми особами, які включаються до вартості послуги з тимчасового розміщення туриста або вартості туристичного ваучера (путівки). Зазначений комплекс туристичних послуг з метою оподаткування розглядається як єдина туристична послуга».

Комплекс туристичних послуг, які включаються в турпродукт, розподіляється на чотири групи: туристична дестинація, основні, додаткові та матеріальні туристичні послуги.

Туристична дестинація – це основне місце локалізації туристичної діяльності та концентрації визначних туристичних пам'яток, засобів розміщення, харчування та розваг, це місце початку та закінчення туристичної подорожі. Основною особливістю туристичної дестинації є наявність на її території природних (бальнеологічних, фітолікувальних, ландшафтних, кліматичних, пляжних, спелеологічних ресурсів), антропогенних туристичних ресурсів (історико-культурних, соціально-економічних, інформаційних, культурно-етнічних) та необхідної туристичної інфраструктури.

Основні туристичні послуги – це послуги, які регламентуються договором на туристичне обслуговування та туристичним ваучером. Як правило, до них відносять: транспортні послуги, проживання, харчування та екскурсійне обслуговування.

Додаткові туристичні послуги – це послуги, які надаються туристу за бажанням та потребою додатково до основних туристичних послуг. До них належить: індивідуальний трансфер; додаткові екскурсійні послуги; послуги страхування; медичні послуги; послуги гідів-перекладачів; побутові послуги; послуги з прокату транспортних засобів; анімаційні послуги; шопінг тощо.

Туристичні товари – це специфічна матеріальна складова туристичного продукту, необхідна для повної реалізації мети подорожі, до якої належать:

туристичне спорядження, карти місцевості, туристична символіка, сувеніри, туристичні буклети та каталоги, туристичні довідники тощо.

2. Види та характеристика найпопулярніших турів

Матеріальним відображенням турпродукту є тур, який являє собою індивідуальну чи групову подорож за чітко визначеним маршрутом у зазначений час.

В залежності від складу основних і додаткових туристичних послуг та можливостей їх зміни чи комбінування, тури поділяються на індивідуальні, інклюзивні.

Індивідуальний тур передбачає підбір туристичних послуг для туриста або невеликої групи, враховуючи їхні побажання. Клієнту надаються варіанти вибору обслуговування у кожному виді основних та додаткових туристичних послуг.

Зокрема, доступною є варіативність закладів розміщення та транспортних засобів, видів харчування та екскурсійних програм, дозвілля, візового супроводу та програм страхування.

Програма індивідуального туру розробляється персонально під кожного клієнта і не є шаблонною. Здебільшого, індивідуальні тури приваблюють туристів, яких не влаштовують стандартні туристичні чи екскурсійні тури і які прагнуть провести відпустку максимально комфортно та вишукано, а також спланувати маршрут у відповідності зі своїми інтересами.

На відміну від індивідуальних турів, інклюзивні – це тури, заздалегідь сформовані туроператором та орієнтовані на масовий туризм. Інклюзивний тур пропонується туристу як цілісний продукт, не розбивається на складові елементи та включає вартість туристичного обслуговування і проїзду за маршрутом. Якщо подорож передбачає подолання простору до місця призначення авіаційним транспортом, то ціни на інклюзивні тури є значно нижчими, ніж на індивідуальні тури, оскільки для них застосовуються спеціальні авіаційні тарифи. Ці тури організовуються у популярні туристичні дестинації, наприклад: Туреччину, Єгипет, Грецію, Туніс тощо.

Тури також класифікують за певними ознаками та методологічними засадами, зокрема: за спрямованістю туристичних потоків, за охопленням території, за терміном поїздки, за сезонністю та інтенсивністю турпотоків, за принципом оплати та організацією продаж, за ступенем організованості, за соціо-демографічними ознаками, за формою організації подорожі та обслуговування, за засобами пересування, за метою подорожі.

На ринку туристичних послуг туроператори пропонують різноманітні тури, які задовольняють бажання та потреби різних категорій туристів. Зупинимося на найпопулярніших турах.

Пляжні тури – одні з найпопулярніших видів відпочинку. Відпочинок на березі моря часто комбінується з оздоровчими та СПА-процедурами, екскурсійними програмами та активними видами туризму. Окрім того, відпочити на березі моря чи океану туристи мають можливість не зважаючи на пору року. Зокрема, з травня-червня розпочинається активний пляжний сезон у Туреччині, Тунісі, Греції, Іспанії, Італії, Болгарії, Чорногорії, Хорватії, Україні. Взимку найпривабливішими країнами для пляжного відпочинку є: Таїланд, Домінікана, Єгипет, Індонезія, ОАЄ, Куба, Сейшели, Канарські острови, Мальдіви, Шрі-Ланка. А такі туристичні дестинації, як Бразилія, Маврикій, Мексика, Філіпіни приймають туристів, які надають перевагу пляжному відпочинку, протягом цілого року.

Найкращими пляжами світу визнано Вакая на Фіджі, Ломбок в Індонезії, Коверсада в Хорватії, Саут-Біч в Маямі США, Копакабана в Бразилії, Варадеро на Кубі, Пінк Сендс Біч на Багамських островах, Лас Салінас в Іспанії, Ансе Сос Аржент на Сейшельських островах. Лікувально-оздоровчі тури – це тури, які передбачають проходження певних оздоровчих та лікувальних процедур в санаторно-курортних закладах під наглядом кваліфікованих фахівців.

Виділяють п'ять основних напрямків лікувальнооздоровчого туризму, зокрема: медичний туризм (оперативне втручання), СПА та веллес-туризм,

термальний туризм (лікування на термальних і мінеральних джерелах), туризм для людей похилого віку та стоматологічний туризм.

Найпопулярнішими країнами оздоровчо-лікувального та медичного туризму є Великобританія (клініка «Роял Марсден», асоціація приватних клінік «НСА Інтернешнл»); Німеччина (медичні заклади Баварії та Мюнхену, кластери медичного туризму в Гамбурзі, Берліні); Ізраїль (курорти на Мертвому морі та Кангалі, курортологічна лікарня «Дед Сі Клінік»); Австрія (курорти Бад Ішль, Бад Гаштайн, клініка «Дьоблінг» у Відні); Швейцарія (курорт Монтре, об'єднання приватних клінік «Хірсланден»); Іспанія (корпорація «Трес Торрес», центр «Текнон» в Барселоні); Франція (онкологічна клініка Інституту Кюрі, клініка естетичної медицини та косметичної хірургії «Клінік-дю-Ронд-Пойнт на Єлісейських полях», Американський госпіталь у Парижі); Італія (центр репродуктивного здоров'я у Неаполі та клініка «Агостіно Джемелі» в Римі); Угорщина (Креативна стоматологічна клініка у Будапешті, центри медичного туризму - Мошанмадьярвар, Дьєр, Сомбатхей); Чехія (курорти Маріанські Лазні, Карлові Вари та Франтішкові Лазні); Греція (гідролікарні у місті Едіпсос на острові Евбея, Гідротерапевтичний центр Лутракі, Гарячі джерела під відкритим небом у містечку Лутра Лутракі); Туреччина (курорти Анкара, Болу, Бурса, Ізмір, Ілгін, Мугла, Кютайя, Ялова); Росія (курортні комплекси – Велике Сочі і Кавказькі Мінеральні Води).

В Україні курортний туризм представлений лікувальнооздоровчими закладами на курортах з цілющими грязями та мінеральними водами, які є ефективними для лікування та реабілітації пацієнтів із захворюваннями опорно-рухового апарату, органів травлення, гінекології, зокрема: Трускавець та Моршин на Прикарпатті, бальнеогрязевий курорт Слов'янськ на Донбасі, Євпаторія і Саки в Криму, Миргород на Полтавщині, соляні шахти Соледару на Донеччині та родонові джерела Хмільника на Вінничині тощо. Медичні СПА-центри пропонують туристам оздоровчі та веллес-програми, комфортне проживання та здорове харчування, фітнес-центри, басейни, фіто-

ванни, заняття йогою та медитацією, таласотерапію, медотерапію в поєднанні з екскурсійними та анімаційними заходами, спортивними розвагами, фестивалями та гастрономією.

Екскурсійні тури – це подорожі, які дають можливість ознайомитись з місцевістю обраного туристичного регіону, його історією, культурою та традиціями. В програму екскурсійних турів зазвичай входить огляд визначних місць, пам'яток історії, мистецтва, архітектури, культури, знайомство з етнічними особливостями тощо. Характерною рисою екскурсійного туризму є відвідування за одну подорож де кількох країн. Особливо популярними є екскурсійні тури та тури вихідного дня по Європі. Ділові тури (бізнес-тури, MICE) – це ділові поїздки і відрядження у будь-який куточок світу, які передбачають участь у різноманітних конференціях та семінарах, відвідування тематичних виставок, ярмарків, конгресів та форумів. Часто замість терміну «діловий тур» використовується термін-аббревіатура MICE, який розшифровується як meetings (зустрічі) / incentives (інсентив) / conferences (конференції) / exhibitions (виставки).

Ділові тури відносять до індивідуальних турів, оскільки специфіка поїздки передбачає складання індивідуальної програми від бронювання готелів та квитків на авіарейси до складання графіків особистих зустрічей, забезпечення трансфером та надання додаткових послуг. Найпопулярнішими видами цих турів є інсентив-тури у вигляді корпоративних заходів та групових виїздів, які організуються компаніями для своїх працівників та партнерів як винагорода за високі показники в роботі або з метою налагодження взаємовідносин з новими діловими партнерами.

На сьогодні існує три напрямки організації інсентивтурів: колективні поїздки на ділові заходи, які поєднуються з відпочинком; командоутворюючі подорожі працівників компанії; а заохочувальні туристичні поїздки для персоналу компанії та її партнерів. Найвідоміші інсентив-тури проводять в Італії, Франції, Нідерландах, Шотландії. З метою побудови репутації та іміджу, здебільшого великі компанії проводять конференції та організують

конференц-тури для своїх контрагентів, партнерів та зацікавлених осіб самотійно, або з допомогою організацій та фірм індустрії MICE. Кращими світовими готелями для організації конференц-турів визнано Emirates Palace в Абу-Дабі (ОАЕ) та Sheraton Готель і Центр з'їздів в Анкарі. Ще одним різновидом ділового туризму, призначеним для працівників туристичних компаній, є рекламні тури (інфотури). Вони проводяться туроператором з метою отримання менеджерами або директорами туристичних агенцій повної інформації щодо туристичного напрямку, з яким вони активно працюють або планують працювати. Програма інфотуру передбачає часті переїзди з одного закладу розміщення в інший та інтенсивні екскурсійно-інформаційні заходи. З метою реклами турпродукту в засобах масової інформації, туроператори також організують медіа-тури для працівників мас-медіа, які після закінчення туру опубліковують рекламні статті в своїх виданнях. Туроператор, що запрошує репортерів в медіа-тур, здебільшого покриває практично всі витрати по туру в обмін на гарантоване розміщення інформації про захід.

Спортивні тури – це безпосередня участь туристів у спортивно-екстремальних заходах, змаганнях, походах, сплавах і т. п. Розрізняють такі види спортивних турів:

– пішохідні тури – це пересування пішки за туристичним маршрутом різної категорії складності;

– водні тури – це тури, які передбачають подолання простору водною поверхнею, куди можна віднести: сплави по річках, віндсерфінг, рафтинг, вейкбординг, каякінг, каньйонінг, змагання на водних мотоциклах та човнах;

– підводні тури – це тури, які передбачають підводне плавання зі спеціальним спорядженням, зокрема: дайвінг-тури, снорклінг, тури на підводних човнах.

– в'ючні тури – це подорожі на в'ючних засобах пересування (конях, верблюдах, віслюках, слонах тощо);

– велосипедні тури – це тури, які передбачають подолання туристичного маршруту певного рівня складності та відвідування певних туристичних DESTИНАЦІЙ чи об'єктів на велосипедах;

– спелеотури – це подорожі природними підземними порожнинами з метою ознайомлення з загадковою красою підземного світу, дослідження підземних пустот, річок та озер, дивовижних природних явищ, які передбачають подолання різних перешкод, використовуючи спеціальне спорядження. Найпопулярнішими серед спелеотуристів печерами визнано печери Кришталеву, Млинки, Атлантиду, Вертебу в Україні, Флінт-Мамонтову в штаті Кентукі США, печера П'єр-СенМартен в Піренейських горах на території Франції та Італії, підводна печерна система «Велика печера» на мексиканському півострові Ютакан, Печера «світлячків Вайтомо» в Новій Зеландії, Печера «Жовтого Дракона» в Китаї, Печери «Айсрізенвельт» в Австрії, Карлсбадські печери в США.

– гірськолижні тури – це подорожі на гірськолижні курорти з метою катання на лижах, сноубордах, піших прогулянок гірськими схилами.

Найпопулярнішими місцями для зимового відпочинку є курорти Лех, Цюрс, Санкт-Антон, Майрхофен, Кітцбюель в Австрії, Мерібель, Куршевель і Валь Торанс у Франції, Андерматт, Санкт-Моріц у Швейцарії, Вемдален у Швеції, Юляс у Фінляндії, Закопане, Криніца в Польщі, Буковель, Мигово, Славське, Драгобрат в Україні тощо. Релігійні тури – це пізнавальні подорожі з метою відвідування святих місць та знайомства з релігійними пам'ятками, культурою та історією релігії. Зазвичай релігійний тур триває 5-10 днів, впродовж якого туристи відвідують святині, беруть участь у церковних заходах та обрядах, що сприяє більш глибокому сприйняттю духовної спадщини народів світу та розумінню суті їхньої релігії.

У світі є багато країн, які приваблюють туристів різного віросповідання, зокрема цікавими місцями для проведення релігійних турів є Тибет, Непал, Україна, Ізраїль, Індія, Єгипет, Італія, Греція, Франція, Японія.

В Україні найцікавішими святими місцями для паломників є Києво-Печерська Лавра, Свято-Успенська Почаївська Лавра, Свято-Успенська Святогірська Лавра, Марійський духовний центр у Зарваниці тощо.

здобуття певних професійних навиків. Нині можна виділити декілька видів освітнього туризму, зокрема: навчальні поїздки з метою вивчення іноземних мов; ознайомчі поїздки до навчальних установ, виробничих підприємств та організацій; навчальні стажування в іноземних установах та організаціях; участь у наукових семінарах, конференціях, бізнескурсах, майстер-класах; екскурсійно-ознайомчі навчальні подорожі до різних країн, регіонах, природних зонах та містах. Здебільшого освітні тури включають освітню та екскурсійно-пізнавальну програму. Освітня програма передбачає відвідування спеціальних занять для реалізації основної мети подорожі. Екскурсійно-пізнавальна програма передбачає ознайомлення з культурою та визначними місцями країни тимчасового перебування, її історією та традиціями. Найпопулярнішими є мовні освітні тури для дітей та дорослих, які дозволяють за досить короткий термін оволодіти іноземною мовою, опинившись в мовному середовищі. Можна виділити три напрямки мовного туризму: мовно-навчальні тури, спортивно-навчальні тури та професійне вивчення рідкісних і вимираючих мов. Лінгвістична підготовка може проходити у вигляді індивідуальних та групових бізнес-курсів, занять з підготовки до міжнародних мовних іспитів, академічних курсів, спрямованих на вступ до університету. Користуються попитом і програми мовних курсів для бізнесменів, які відправляються в інші країни за рахунок своїх компаній і мають за мету, опинившись у мовному середовищі, досконало оволодіти однією чи декількома мовами. Також існують цікаві міжнародні програми стажування, іноземні вузи пропонують магістерські програми та програми післядипломної освіти. Найпопулярнішими країнами освітнього туризму є Польща, США, Франція, Німеччина, Великобританія, Швейцарія, Італія, Франція, Іспанія.

Шоп-тури – це організована туристична подорож, метою якої є купівля певних товарів. Існують шоп-тури із зобов'язаннями, коли турист зобов'язується придбати товар на певну суму, а частину витрат на транспортування, проживання, харчування беруть на себе фабрики та торгові центри. Наприклад, «шоп-тури в Грецію за хутром від 1 Євро», які організовує грецький туроператор Mouzenidis Travel. Витрати по цьому туру оплачують фабрики міста Касторія та виставковий центр EDIKA, проте турист підписує розписку на придбання хутряного виробу за вказаною вартістю (1200– 1400 євро).

Шоп-тури без зобов'язань не зобов'язують туриста придбати певний товар, проте передбачається відвідування туристом торгових місць згідно з маршрутами. Вартість цього туру повністю оплачуються туристом. Популярними країнами для проведення шоп-турів є: Італія, Греція, Туреччина, ОАЕ, Китай, Німеччина.

Весільні тури – це подорож, яка передбачає не лише проведення медового місяця в іншій країні, але й організацію весільної церемонії за місцевими звичаями та традиціями, офіційне укладення шлюбу, вінчання. Найпопулярнішими місцями для організації весільних турів є: Венеція (Італія), Прага (Чехія), Бомбей (Індія), Париж (Франція), Єрусалим (Ізраїль), Мексика, острови Антигуа, Балі, Маврикій, Куба, Домінікана, Ямайка, Родос та Кіпр (Греція), Сейшельські острови тощо. Екзотичні тури – це подорожі туристів в незвідані або маловідвідвані місця, для яких характерний тривалий переліт.

Екзотичні тури дають можливість туристу поринути у світ нової та незнайомої культури, унікальної природи. Найпопулярнішими місцями для організації екзотичних турів є Сейшельські острови, Мальдіви, Індонезія, Таїланд, Малайзія, Домініканська Республіка, Французька Полінезія, Фіджі, Ямайка, Барбадос, Філіппіни тощо.

Подієві тури – це подорожі, які поєднують традиційний відпочинок та участь у найбільш видовищних заходах усієї планети: національних фестивалів та святах, театральних шоу, фестивалів кіно та театру,

гастрономічних фестивалів, модних показів, аукціонів, фестивалів музики та спортивних подій. Найпопулярнішими подієвими турами є відвідування Бразильського карнавалу в Ріо-де-Жанейро (Бразилія), Венеціанського карнавалу (Італія), Карнавалу Марді Гра в Новому Орлеані (США), «Квіткового параду» в Ніцці (Франція), Гоа-карнавалу (Індія), карнавалу у Базелі (Швейцарія), карнавалу острова Мадейра (Португалія), пивних фестивалів (Октоберфест в Баварії, Бельгійський пивний вікенд в Броселі), фестивалів кіно та театру. Організуються поїздки вболівальників на міжнародні спортивні заходи та змагання. Це можуть бути тури на футбольні матчі, зимові та літні Олімпійські ігри, автоперегони «Формула 1», тенісні турніри «Великого шолома», АТР і WTA, змагання з фігурного катання, єдиноборств, волейболу, баскетболу та боксу тощо.

Кулінарні тури – це подорожі з метою знайомства з національними кулінарними традиціями та стравами певної місцевості чи країни. Протягом туру турист має змогу взяти участь в гастрономічних фестивалів, відвідати ресторани національної кухні, ознайомитись з її історією та рецептурою, взяти участь у приготуванні страв. Нині кулінарні та гастрономічні екскурсійні тури організуються у Францію, Італію, Таїланд, Грецію, Вірменію, Грузію. Різновидами кулінарних турів є винні, коньячні, пивні, сирні, кавові, шоколадні, кондитерські тури, зокрема Французькі чи Болгарські винні тури, Бельгійські, Німецькі, Австрійські, Чеські пивні тури, Італійські та Голанські сирні тури тощо.

Морські круїзи – це одні з найелітніших видів морських подорожей на комфортабельних круїзних лайнерах з екскурсійними поїздками з портів у внутрішні райони країни. У вартість цих турів входить обслуговування на борті судна, зокрема проживання у каюті обраного класу, харчування, розваги, анімаційні заходи.

Останнім часом користується популярністю проведення МІСЕ-заходів, конференцій, форумів, інсентивпрограм на круїзних лайнерах, які стають особливими діловими майданчиками для ефективного проведення

корпоративного заходу. Особливий інтерес викликають круїзи країнами Латинської Америки та Південно-Східної Азії, тури по Середземному морю, круїзи Панамським каналом та Карибським басейном, круїзи навколо Австралії та Нової Зеландії.

Дитячі тури – це відпочинок дітей в закладах дитячого дозвілля (таборах та пансіонатах), в програму якого входять спортивно-оздоровчі, екскурсійні, освітньо-пізнавальні та анімаційні заходи. Найпопулярнішими дитячими турами, в яких пропонується поглиблене вивчення мови та літератури, різноманітність дослідницьких програм в поєднанні зі спортивними та оздоровчими заходами, є: елітні дитячі табори в Австрії (Village Camp), Великобританії (Harrow School Rugby, Milfield School, Dulwich College), Швейцарії (TASIS), США (National Youth Science Camp), у популярних курортних регіонах Туреччини, Угорщини, Болгарії, Греції.

Тури по місцях трагедій та катастроф – це поїздки в місця екологічних чи техногенних катастроф, стихійних лих, зокрема місця масових репресій та страт (поля смерті в Камбоджі, Бабин-Яр в північно-західній околиці Києва, меморіальний комплекс Аушвіц-Біркенау в Польщі), техногенних катастроф (місце Чорнобильської трагедії в Україні та Хіросіму в Японії), терактів (район Манхеттена в Нью-Йорку США), природних катастроф (цунамі в Тайланді, ураган «Катріна» в Новому Орлеані, території Південної та Південно-Східної Азії, що постраждали від землетрусів, іспанські вулкани), затонулих кораблів, місця, пов'язані з воєнними подіями тощо.

Екологічні тури – це подорожі у незаймані антропогенним впливом природні території з метою вивчення природних та культурно-етнографічних особливостей місцевості, а також з метою реалізації проектів з охорони та раціонального використання природних ресурсів. Різновидом екотуризму є сільський зелений туризм, метою якого є відпочинок у сільській місцевості, де туристи беруть участь у традиційних сільськогосподарських роботах, знайомляться з місцевою культурою та звичаями. В залежності від засобів пересування, тури поділяються на: пішохідні, велосипедні, автобусні,

залізничні, водні (морські та річкові круїзи), підводні, авіатури, кінні (або в'ючні), мото та авто тури, а також космічні тури.

3. Тур-пакет: поняття та основні характеристики.

Складові тур-пакета Завданням туроператора до початку подорожі туриста є сформувати туристичний пакет – обов'язковий набір туристичних послуг, який пропонується туристу або туристичній групі та включає такі основні елементи, як: транспортування, трансфер, розміщення, страховка, віза (у разі необхідності).

Туристичний пакет є складовою туристичного продукту, тому поняття «туристичний продукт» та «туристичний пакет» ототожнювати не варто. Подолання простору є однією з найважливіших передумов реалізації подорожі.

Основною складовою туристичного пакета є транспортування туристів до туристичної дестинації, оскільки на її частку припадає значний відсоток вартості турпакета. Здебільшого транспортування здійснюється авіаційним, автомобільним, залізничним та водним видами транспорту. Вибір транспортного засобу впливає не лише на комфортність та швидкість переїзду, але й на рівень ціни. Наприклад, туристичний пакет, який включає переліт, є значно дорожчим за переїзд на автобусі.

Під час здійснення авіап перевезення пасажиром надається обслуговування бізнес, першого або економічного класу, у відповідності до сплаченого тарифу. В польоті пасажирів бізнес-класу отримують підвищений рівень комфорту та обслуговування. Ще вищий рівень сервісу пропонується пасажиром першого класу. Окрім того, вони мають можливість провести час перед вильотом у залі очікування першого класу, де їм запропонують легкі закуски та безалкогольні напої. Пасажиром цих класів надаються й інші додаткові зручності, зокрема: індивідуальна реєстрація на окремій стійці, посадка в літак здійснюється після посадки пасажирів економ-класу, або в першу чергу, трансфер від/до будівлі аеропорту до/від трапа літака на

перонному автобусі. Також пасажирів отримують від авіакомпанії фірмові подарунки.

Пасажирам, які придбали квитки економ класу, в польоті пропонується харчування та безалкогольні напої. Ці квитки є значно дешевшими ніж квитки бізнес та першого класу,

проте не передбачають надання додаткових послуг та зручностей. Здебільшого, саме авіаквитки економ класу туроператори включають у пакет туристичних послуг.

Авіаквитки оформляються відповідно до норм Міжнародної асоціації авіаперевізників. Клас обслуговування зазначається в графі CLASS в такому вигляді:

- W, S, Y, B, H, K, L, M, N, Q, T, V, X – економічний клас;
- J, C, D, I, Z – бізнес клас;
- F, P, A – перший клас.

В табл. 3.1. представлено порівняльну характеристику послуг, що надаються пасажирам економ та бізнес класів.

Під час подорожі залізничним транспортом пасажирам пропонують наступні категорії вагонів:

- м'які – з окремими двомісними «СВ» та тримісними купе з місцями для лежання.
- купейні – з окремими чотиримісними купе з місцями для лежання;
- плацкартні – з відкритими купе з місцями для лежання;
- загальні сидячі – з відкритими купе з місцями для сидіння;
- 1, 2, 3 класів – з закритими та відкритими купе з місцями для сидіння.

В залежності від конструкції та внутрішнього облаштування, ці вагони визначаються як вагони підвищеного комфорту, економ класу, бізнес класу та фірмові. Також вагони можуть бути комбінованими і включати різні категорії купе.

«СВ» – це спеціально обладнаний вагон або окреме купе, яке містить лише нижні лежачі місця.

Бізнес-клас – спеціально обладнане купе підвищеного комфорту, розташоване в м'якому вагоні.

Протягом поїздки пасажиром надаються послуги, спектр яких відрізняється залежно від типу вагону та маршруту.

Для перевезення туристів під час подорожі активно використовується автомобільний транспорт. Автобуси для туристичних поїздок поділяються на три групи: двоповерхові, полуторні та одноповерхові. Як правило, найбільш комфортнішими для здійснення подорожі є двоповерхові та полуторні автобуси. Класифікація автобусів здійснюється так, як і готелів – по зірковості: чим більше зірок, тим вищий рівень сервісу та комфорту.

З кожним роком морські та річкові круїзи набувають популярності. Круїзні компанії пропонують своїм клієнтам здійснити незабутню подорож на комфортабельних круїзних лайнерах. Круїзні судна класифікуються за якістю обслуговування та рівнем комфорту на стандартні (2*–4*), преміум (5*, 5*+) та люкс (6*). Каюти на круїзних лайнерах відрізняються за площею, набором зручностей, інтер'єром та ціною. Найбільш загальна класифікація кают наступна:

- економічні (каюти без вікон з штучним освітленням);
- стандартні (з вікном);
- преміум (з балконами).

Після прибуття до місця призначення приймаюча сторона забезпечує трансфер туристів до закладу розміщення.

Трансфер – це заздалегідь замовлена поїздка по запланованому маршруту, це зустріч та доставка туристів до визначеного місця в межах туристичної дестинації. Наприклад, транспортування туристів з аеропорту до готелю в перший день туру та зворотна доставка в останній день туру, поїздка з готелю до туристичного об'єкта в межах оглядової екскурсійної програми.

Розрізняють групові, індивідуальні та VIP-трансфери. Груповий трансфер здійснюється на великому, комфортабельному груповому автобусі з кондиціонером та передбачає розвезення туристів до готелів згідно з чітко

визначеним маршрутом у супроводі представника компанії – трансфермена. Здебільшого груповий трансфер входить у вартість турпакета. Індивідуальний трансфер – це дорожча та комфортніша послуга, яка здійснюється мікроавтобусами та автомобілями представницького класу і передбачає перевезення туриста або групи туристів лише до одного закладу розміщення. VIP-трансфер – це індивідуальний трансфер, який передбачає індивідуальну зустріч авіапасажира (групи авіапасажирів) або посадку в літак висококваліфікованими фахівцями з організації обслуговування авіаперевезень, підвезення пасажирів спеціальним транспортом від/до літака, Express check in в індивідуальному порядку.

Перевезення здійснюється комфортабельними автомобілями марки Mercedes-Benz, Jaguar, Limousine, Audi, BMW тощо.

Індивідуальний та VIP-трансфер не передбачає обов'язкової присутності супроводжуючого гіда-трансфермена. Заклади розміщення представлені будь-якими об'єктами, в яких туристам надається місце для ночівлі. Згідно з рекомендаціями UNWTO, усі заклади розміщення поділяються на колективні та індивідуальні.

До колективних закладів розміщення належать: готелі, агроготелі, бази відпочинку, ботелі, гостьові будинки, готельно-офісні центри, дитячі табори, кемпінги, круїзні судна, мотелі, пансіонати, профілакторії, санаторії, туристичні комплекси, флотелі, хостели тощо. До індивідуальних закладів розміщення входять: котеджі, бунгало, апартаменти.

В міжнародному туризмі найчастіше використовується класифікація готелів за «зірковістю». Кількість зірок залежить від рівня пропонованого комфорту та сервісних можливостей, площі номерів, періодичності прибирання в них та зміни постільної білизни, наявності додаткових послуг тощо. Оцінюються готелі згідно з існуючими міжнародними критеріями відповідними сертифікованими органами. В табл. 3.2. представлені вимоги до номерів різних категорій «зірковості» готелю.

Проте в деяких країнах прийнята альтернативна класифікація готелів. Так, наприклад, в Туреччині туристи мають можливість відпочити в клубних готелях HV (Holiday Village), які представляють собою комплекс бунгало або котеджів та характеризуються великою озелененою територією та професійною анімацією. Ці заклади розміщення поділяються на HV1, які відповідають 4*–5* готелям, та HV2 – більш низька категорія готелів.

В міжнародній практиці ведення туристичного бізнесу, формуючи турпакет та бронюючи тур, використовують наступні аббревіатури, які зазначають тип номерів та категорії розміщення.

Отож, за типом розрізняють номери: – standard – звичайний типовий номер в готелі. Як правило, таких номерів в готелі є більшість, проте вони різняться за наявністю та станом меблів, техніки, предметами розкоші в залежності від «зірковості» закладу розміщення;

- superior – покращений стандартний номер, більший за розміром, ніж «Standard», на курортах можливий вид на море;

- studio – однокімнатний номер, більший за розміром, ніж стандартний, з місцем для приготування їжі (здебільшого кухонний куточок з міні-плитою в номері);

- connected Rooms – поєднані номери з переходом з одного в інший. Цей тип номеру пропонується для сімей з 4–6 чоловік і зустрічаються в 4*–5* готелях;

- family – сімейний номер, який буває двох типів: Family Room (одна велика кімната) та Family suite (двокімнатний номер). Оформлення схоже на стандартний номер;

- deluxe (DLX) – номер «напівлюкс» відрізняється покращеним зовнішнім виглядом та видом з вікна в порівнянні зі стандартним;

- suite – номер «люкс» підвищеної комфортності, здебільшого це 2-х чи 3-х кімнатний номер з покращеним ремонтом та меблями, призначений для ділових людей. Існує декілька видів номерів «люкс»: Suite Executive, Suite Junior, Suite Mini, Suite Senior;

- apartment – апартаменти зазвичай мають місце для приготування їжі, кухню і схожі за плануванням на сучасні квартири;
- cottage – індивідуальний житловий будиночок для поселення туристів з прилеглою територією;
- duplex – двоповерховий номер;
- villa – окремо розташований житловий будиночок, як правило, VIP-рівня;
- BG (bungalo)– індивідуальна житлова будівля, збудована з легких будівельних матеріалів та розташована на території закладу розміщення.

Розрізняють номери й за іншими показниками, такими, як: номер з видом на море (Sea view), на околиці (Land view), на басейн (Pool view), на гори (Mountain view), на сад (Garden view) тощо.

За категорією розміщення розрізняють номери:

- SNGL – «single». Одномісний номер, розрахований на розміщення однієї особи та оснащений одним односпальним ліжком;
- DBL – «double». Двомісний номер, розрахований на розміщення двох осіб та оснащений одним двоспальним ліжком;
- TWN – «twin». Двомісний номер, розрахований на розміщення двох осіб та оснащений двома односпальними ліжками;
- EXB – «Extra Bed». Додаткове місце в номері, в якості якого використовують розкладне крісло, софу або розкладачку «європейського класу»;
- DBL + EXB – «double+Extra Bed». Двомісний номер з додатковим місцем для дорослого, розрахований на розміщення 3 осіб;
- CHD – «child». Місце для дитини в номері;
- SGL+CHD – «single+child». Двомісний стандартний номер, розрахований на розміщення одного дорослого та однієї дитини;
- SGL+2CHD – «single+2child». Стандартний двомісний номер розрахований на розміщення одного дорослого і двох дітей та оснащений одним двоспальним та додатковим ліжком;

– DBL+CHD – «double+child». Стандартний двомісний номер, розрахований на розміщення двох дорослих і однієї дитини та оснащений одним двоспальним та додатковим ліжком;

– DBL+2CHD – «double+2child». Стандартний двомісний номер, розрахований на розміщення двох дорослих і двох дітей та оснащений одним двоспальним та додатковим ліжком;

– DBL + 2CHD (3)(4) – «double+2child (3)(4)». Стандартний двомісний номер, розрахований на розміщення двох дорослих і двох дітей віком 3-х та 4-х років та оснащений одним двоспальним та додатковим ліжком;

– 3 ad + 1CHD(6). Тримісний номер, розрахований на розміщення двох дорослих і дитини віком 6 років;

– 4 ad + 1ch(12). Чотиримісний номер, розрахований на розміщення чотирьох дорослих і дитини віком 12 років;

– 5 ad. П'ятимісний номер, розрахований на розміщення п'яти дорослих.

Слід зауважити, що послуги харчування не відображаються у турпакеті окремим елементом, оскільки вони є складовою послуг розміщення. В туризмі існує декілька комбінацій розміщення та типу харчування:

– OA – «only accommodation». До тарифу «розміщення без харчування» включено лише послуги з тимчасового розміщення без харчування;

– B&B – «bed and breakfast». До тарифу «ліжко та сніданок» включено послуги розміщення та сніданок;

– HB – «half board». До тарифу «напівпансіон» включено послуги розміщення та дворазове харчування на вибір туриста (сніданок, обід, вечеря), напої за додаткову плату;

– FB – «full board». До тарифу «повний пансіон» включено послуги розміщення та триразове харчування (сніданок, обід, вечеря), напої за додаткову плату;

– FB, + Extended FB, FB super. До тарифу «розширений повний пансіон» включено послуги розміщення та триразове харчування (сніданок, обід, вечеря), напої місцевого виробництва під час їжі.

– AI – «all inclusive». До тарифу «усе включено» належать послуги розміщення, триразове та додаткове харчування (другий сніданок, пізня вечеря, легкі закуски, барбекю в барах готелю тощо), протягом дня пропонуються алкогольні та безалкогольні напої місцевого виробництва.

– Ultra all inc – «ultra all inclusive». До тарифу «ультра усе включено» належать послуги розміщення, триразове та додаткове харчування (другий сніданок, пізня вечеря, легкі закуски, барбекю в барах готелю тощо), протягом дня пропонуються алкогольні та безалкогольні напої місцевого та іноземного виробництва.

У світовій туристичній практиці існує відмінність у формах обслуговування, серед яких найбільшої популярності набув так званий «шведський стіл» – вільний доступ туриста до продуктів харчування в процесі самообслуговування. Відомі й інші форми обслуговування, зокрема: «сет-меню» або «табльдот», тобто фіксований набір страв без можливості вибору; ресторан «а-ля карт», в якому страви обираються за меню та оплачуються за рахунком.

У різних країнах світу заклади розміщення та харчування пропонують декілька меню сніданків, такі як: СВ – «Continental breakfast» (континентальний сніданок), ЕВ – «English breakfast» (англійський сніданок), АВ – «American breakfast/buffet» (американський сніданок).

Стандартний турпакет також включає страховий поліс, до якого входить медична страховка і страховка від нещасного випадку на зазначену страхову суму та оформляється тією страховою компанією, яка співпрацює з туроператором.

Для подорожі майже у всі країни світу медична страховка є обов'язковою (країни Шенгенської зони, США, Канада та інші), оскільки без неї посольства країн не відкривають візи.

Як правило, страховий поліс передбачає екстрену медичну допомогу при раптовому захворюванні або травмі, консультацію лікаря, необхідні медикаменти, стаціонарне лікування, транспортування туриста в країну

постійного проживання У разі неможливості самостійного пересування, репатріацію.

Вартість туристичного страхового поліса для туристів визначається в залежності від регіону (країни тимчасового перебування), віку туриста, тривалості подорожі, страхової суми, обраної системи страхування та наявності франшизи. Франшиза – це частина витрат, які оплачуються туристом самостійно у разі настання страхового випадку і не повертаються страховою компанією. Розмір франшизи коливається від 0 до 100 дол. США.

Наприклад, стандартний страховий поліс в Туреччину, Єгипет чи Туніс включає страхування медичних та медично-транспортних витрат на суму 15000 дол. США та страховку від нещасного випадку на 1000 грн. Здебільшого, стандартні страхові поліси не покривають витрат на лікування травм, які виникли внаслідок занять різними видами активного відпочинку, зокрема дайвінгу, рафтингу, мотоспорту, катання на конях тощо. Візова підтримка долучається в турпакет, якщо подорож до країни тимчасового перебування вимагає відкриття туристичної візи. Віза – це спеціальний дозвіл, який надається конкретній особі на в'їзд-виїзд, тимчасове перебування або транзитний проїзд через територію країни.

Відповідно туристична віза надає право туристу тимчасово в'їхати на територію країни відвідування з туристичною метою і підтверджує, що паспорт туриста зареєстрований у консульській установі цієї держави. В туристичний пакет туроператори деколи вписують одну оглядову екскурсію, яка дає загальне уявлення про місто, регіон чи країну в цілому та передбачає відвідування різноманітних об'єктів: пам'яток історії, культури та архітектури, місць знаменитих подій, промислових та сільськогосподарських підприємств, природних об'єктів та елементів благоустрою території.

Отже, туристичний пакет являє собою мінімальний набір послуг, які можуть бути розширеними за рахунок екскурсійних програм та інших додаткових послуг і входить до складу туристичного продукту.