

# ГЛОСАРІЙ

## з навчальної дисципліни

### «Краєзнавство, країнознавство та географія туризму»

- Альтернативні рішення* – два чи більше способи розгляду проблеми.
- Аналіз історичних даних* – передбачає аналіз аналогічного періоду минулих років і кількості зайнятих у цей період співробітників.
- завантаження номерного фонду готелю*
- Аналогові моделі* – зображують предмети чи ситуації, замінюючи різні реальні елементи іншими, що відрізняються формою чи властивостями.
- Анімаційний менеджмент* – система управління процесом надання туристу комплексу анімаційних послуг, що направлена на досягнення стратегічної мети функціонування туристського комплексу в умовах туристського ринку.
- Балансовий метод* – ґрунтується на взаємозв'язку ресурсів, які мають бути в організації, та їх потребою в межах планового періоду.
- Бізнес* – це діяльність, що спрямована на одержання прибутку за допомогою створення і реалізації певної продукції або послуг.
- Бюджет* – це механізм попереднього контролю щодо забезпечення туристської організації необхідними коштами як для її діяльності, так і для розвитку туризму загалом.
- Власні бюро* – це торговельні точки, що належать самій фірмі –

- продажу** – туropератору, через які ведеться робота безпосередньо з покупцями турів.
- Внутрішній туризм** – це тимчасовий виїзд громадян конкретної країни з постійного місця проживання до місцевості у межах національних кордонів з метою відпочинку, лікування, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом, розваг тощо.
- Галузеве управління** – управління складним комплексом виробничих об'єднань, підприємств, організацій, що забезпечують задоволення суспільних потреб у певних видах продуктів або послуг.
- Господарські товариства** – являють собою об'єднання підприємців з певною залежністю від характеру інтеграції осіб чи капіталу, а також мірою відповідальності за свої зобов'язання.
- Гостинність** – це комплексна послуга, що характеризується споживчими властивостями і зумовлює необхідність створення позитивного іміджу підприємства.
- Готельна послуга** – це дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим проживанням.
- Готельне господарство** – сукупність готельних підприємств різних типів, які приймають і надають послуги з розміщення, харчування, додаткових і суміжних послуг.
- Грейдування** – від англ. grade – «розташовувати по ступенях, ранжувати» – «Хей-метод», «метод направляючих профільних таблиць Хей» (*The Hay Chart Profile Method*).
- Групове мислення** – це процес, за якого у відповідь на соціальний тиск

індивідууми погоджуються із загальним рішенням, навіть якщо не підтримують його, щоб уникнути конфліктів, а свою думку намагаються не висловлювати.

- Гуманітарна концепція** – це вироблення позитивного іміджу готелю на морально-етичному рівні, створення емоційного задоволення клієнта від спілкування з персоналом підприємства.
- Дедуктивні методи** – призначені для виявлення мотиваційних дій громадян щодо відвідування тих чи інших територій.
- Дерево рішень** – це модель, подана в графічній формі; ґрунтується на знанні елементів теорії графів та теорії ймовірності і тому є досить ефективним методом, який дає змогу з'ясувати розгалуження проблем та рішень і краще оцінити наявність альтернатив та їх кількість.
- Децентралізація** – це делегування прав, а водночас і відповідальності на нижчих щаблях управлінської ієрархії.
- Дисциплінарні методи управління** – призначені для підтримки стабільності організаційних зв'язків і відносин, а також відповідальності за визначену роботу.
- Естетизація виробничого середовища** – форма соціального і психологічного впливу – реалізація принципів і методів прекрасного у виробництві.
- Єдиноначальність** – надання вищому керівництву організацією (підприємством) такої повноти влади, яка необхідна для прийняття рішень, і персональної відповідальності за доручену справу.
- Загальні витрати** – це сума постійних і перемінних витрат.
- Задоволеність туриста** – якісна оцінка стану туриста після здійснення подорожі (відпочинку), характеристика повноти

<i>середовищем гостинності</i>	досягнення свідомих і підсвідомих цілей подорожі зі знижкою на його особисте розуміння і сприйняття навколишнього світу, цінності життя, безпеки, якості обслуговування і гостинності.
<i>Залізничний пасажирський транспорт</i>	– вид пасажирського транспорту, який здійснює перевезення пасажирів по залізницях.
<i>Запрограмовані рішення</i>	– це такі рішення, які однозначно диктуються обставинами, постійно повторюються.
<i>Змінні витрати</i>	– такі витрати, що змінюються із збільшенням чи зменшенням обсягу виробленої продукції.
<i>Ієрархічність мотиваційної структури</i>	– обумовлена тим, що мотиви можуть перебувати між собою в різних відносинах з погляду усвідомлення людиною їх значимості.
<i>Індивідуальний підхід</i>	– це прийняття рішень тільки менеджером.
<i>Індивідуальні акти управління</i>	– (накази, розпорядження, вказівки тощо) адресують певним об'єктам управління, визначають їм чергові завдання.
<i>Інновації</i>	– це нові досягнення в сфері технології і управління підприємствами галузі; їх використовують в торговельно-технічному процесі, в інвестиційній і фінансовій діяльності.
<i>Інструктування</i>	– це настанова, докладне пояснення, попередження, вказівка з дотримання, виконання чого-небудь тощо.
<i>Інтеграційний ринок</i>	– це міжнаціональний ринок, попит на якому можна задовольнити пропозицією одного базового товару, підтримуючи цей попит інструментами продажів і маркетингу.
<i>Кадри</i>	– це штатні кваліфіковані працівники з певною

професійною підготовкою, які мають спеціальні знання, трудові навички чи досвід роботи у вибраній сфері діяльності.

***Канал збуту***

- це упорядкована сукупність організацій і людей, що залучені до процесу переміщення споживача (гостя) до місця надання послуг.

***Канали розподілу***

- це сукупність підприємств, організацій або окремих осіб, які приймають на себе чи допомагають передати іншому право власності на конкретний товар чи послуги на шляху від виробника до споживача; шлях, яким товари проходять від виробника до споживача.

***Керування за***

***цілями***

***(Management by***

***Objectives, MBO)***

- систематичний і організований підхід, що дозволяє керівникам сконцентруватися на цілях і досягати найкращих результатів у бізнесі; метод управлінської діяльності, що прогнозує передбачення результатів діяльності (KPI) і планування шляхів їх досягнення (завдання, проекти). Мета – передбачення в мисленні результату бізнес-діяльності.

***Кількісні методи***

***прийняття рішень***

- в основі лежить науково-практичний підхід, який пропонує вибір оптимальних рішень шляхом обробки (за допомогою комп'ютерної техніки) великої кількості інформації.

***Колегіальність***

- передбачає вироблення колективного рішення на основі думок менеджерів різного рівня і, насамперед, виконавців конкретних рішень – керівників підрозділів організації (підприємства).

***Колективні засоби***

***розміщення***

- засоби розміщення, що надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні, в яких число місць повинно перевищувати певний мінімум для груп осіб, більших ніж одна сім'я, а всі місця підлягають

єдиному керівництву та оплаті згідно з встановленими цінами.

***Комерційна концепція***

- пов’язується з отриманням доходів підприємством, визначається стратегією підприємства, побудованою на диверсифікації, інформатизації, екологізації середовища гостинності.

***Комерційні методи дослідження попиту на ринку послуг***

- включають методи спостережень, письмового й усного опитування.

***Конкурентна стратегія***

- полягає в тому, що організація намагається отримати певні переваги на ринку стосовно своїх конкурентів.

***Контроль***

- це процес, за допомогою якого керівництво туристської організації визначає, чи правильні його рішення і чи не потребують вони певного корегування; це процес забезпечення досягнення мети.

***Концепція управління персоналом***

- система теоретико-методологічних поглядів на розуміння і визначення сутності, утримання, цілей, задач, критеріїв, принципів і методів управління персоналом, а також організаційно-практичних підходів до формування механізму її реалізації в конкретних умовах функціонування організацій.

***Кооперативні підприємства (кооперативи)***

- добровільні об’єднання громадян, які створені з метою спільного ведення господарської або іншої діяльності. Характерна ознака – особиста участь кожного члена колективу в діяльності, використання власного або орендованого майна.

***Культурно-***

- наявність релігійних, культурних, історичних

- історичні фактори*** пам'яток, культурних цінностей, які формують прагнення до нових вражень і подорожей тощо.
- Маркетинг*** – як часткова функція будь-якої фірми допомагає розширювати поле діяльності та поліпшувати економічні показники, створювати нові робочі місця та повніше задовольняти попит покупців.
- Матеріальні фактори*** – наявність необхідних ресурсів – природних, технологічних, інформаційних тощо та можливість вільного маневрування ними.
- Менеджер*** – це професійний управлінець, який має фахову підготовку і здійснює управління організацією (підприємством) в ринкових умовах.
- Менеджмент*** – це вміння досягати поставленої мети, використовуючи працю, інтелект, мотиви поведінки інших людей.
- Менеджмент гостинності*** – це надання послуг з відповідним проявом уваги щодо туриста, тобто персоналу необхідно відчувати потреби кожного гостя.
- Менеджмент готельної анімації*** – система управління процесом надання туристу комплексу анімаційних послуг, спрямованих на досягнення стратегічної мети функціонування туристського комплексу в умовах туристського ринку.
- Метод асесмент-центру*** – конкурсний відбір вищих керівників, при якому претенденти беруть участь у вирішенні конкретної ситуації – кейса.
- Метод Дельфі*** – це багатотурова процедура анкетування. Після кожного туру дані анкетування опрацьовують і повідомляють результати й оцінки.
- Методи*** – сукупність прийомів і процедур підготування і

- управління** прийняття, організації і контролю виконання управлінських рішень.
- Місія організації** – суперзавдання, сутність бізнесу, головна мета існування та глобальна причина, що спонукає займатися саме цим видом діяльності.
- Модель** – це зображення визначеного реального предмета чи ситуації.
- Мотивація, або мотивування** – від лат. *movere* – використання внутрішніх чи зовнішніх сил, які обумовлюють поведінку окремої особи для заохочення певних дій, що забезпечують ті чи інші результати діяльності організації; вид управлінської діяльності, який забезпечує процес спонукання себе та інших працівників до діяльності, спрямованої на досягнення особистих цілей і цілей організації.
- Наукова обґрунтованість** – передбачає розробку рішень з урахуванням об'єктивних закономірностей розвитку об'єкта управління, які знаходять своє відображення в технічних, економічних, організаційних та інших аспектах його діяльності.
- Національний туристичний продукт** – сукупність наявних туристичних ресурсів держави, на основі якої формуються туристичні пропозиції шляхом створення, просування і реалізації конкретних туристичних продуктів, спрямованих на залучення іноземних туристів, а також формування іміджу країни.
- Нормативні акти управління** – визначають мету, завдання, функції, права та відповідальність підприємства, його підрозділів і службових осіб апарату управління (наприклад, Статут підприємства, положення про структурні



підрозділи, інструкції тощо).

- Об'єкт управління** – це частина соціально-економічної системи, на яку спрямовано вплив (конкретні управлінські процеси).
- Обов'язки працівника** – перерахування функцій і обов'язків у даній позиції із вказівкою передбачуваного розподілу часу.
- Одноосібне підприємство** – власність однієї особи або родини, відповідає за свої зобов'язання усім своїм майном чи капіталом. Таке підприємство може бути зареєстрованим як самостійне або як філія іншого. Форму одноосібних мають здебільшого підприємства з невеликою кількістю працівників.
- Оперативне (диспетчерське, ситуаційне) управління** – традиційне управління організацією, яке базується на принципах, методах і способах управління.
- Оперативне регулювання** – це повсякденний вплив менеджера на перебіг господарських процесів на виконання об'єктом управління запланованих завдань і прийнятих рішень.
- Опис роботи** – стисле визначення основних функцій і завдань (наприклад, для менеджера з продажів – управління базою корпоративних клієнтів, сприяння максимізації доходів шляхом оптимізації існуючого й залучення нового бізнесу в готель).
- Описова модель** – зображує предмет чи ситуацію, показуючи нам, як вони виглядають.
- Організаційні рішення** – це вибір, який має зробити керівник, щоб виконати обов'язки, що зумовлені посадою.
- Організаційно-економічні фактори** – включають туристичну інфраструктуру, нормативно-правову базу, обсяг попиту та його динаміку, обсяги економічних ресурсів, місткість ринку, інвестиційний

	клімат, податково-кредитну політику тощо.
<b><i>Організаційно-методичне інструктування</i></b>	– ефективний засіб інформаційного впливу на трудовий колектив або на окремого працівника.
<b><i>Організаційно-стабілізуючі методи управління</i></b>	– встановлюють та визначають довгострокові зв'язки в системах управління між людьми і їхніми групами (структура, штати, положення про виконавців, регламенти діяльності, концепції управління).
<b><i>Організація</i></b>	– це соціальне утворення (група людей) з певними межами, що функціонує на відносно постійних засадах і свідомо координує свою діяльність для досягнення спільної мети.
<b><i>Організація виконання рішень</i></b>	– це специфічна діяльність керівника, яка завершує управлінський цикл.
<b><i>Організовувати</i></b>	– створювати певну структуру.
<b><i>Основна заробітна плата працівника</i></b>	– визначається тарифними ставками, розцінками, посадовими окладами.
<b><i>Особисті фактори</i></b>	– це необхідний рівень кваліфікації знань і досвіду співробітників, які займаються вирішенням проблем, ступінь розуміння рішень, очікувана винагорода у випадку успіху, або, навпаки, побоювання можливого покарання за невдачу, загальний морально-психологічний клімат в організації.
<b><i>Пасивний розпорядчий вплив</i></b>	– це інформування, рекомендації, пропозиції, побажання.
<b><i>Персонал</i></b>	– основний, постійний штатний склад кваліфікованих працівників, який формується та змінюється під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів.
<b><i>Підприємства-віоленти</i></b>	– це підприємства з масовим профілем виробництва, що функціонують у сфері стандартного виробництва та

реалізації туристичного продукту (як правило, туроператори). Їх конкурентна перевага у високій продуктивності праці та реалізації порівняно дешевих і достатнього рівня якості тур продуктів.

***Підприємства-експерименти***

– це підприємства з експериментальним профілем діяльності, стратегія яких пов'язана зі створенням нових чи радикально змінених існуючих сегментів ринку. Їх перевага у впровадженні принципових нововведень.

***Підприємства-комунітанти***

– це невеликі підприємства з універсальним профілем діяльності, що прагнуть до задоволення невеликих за обсягами, а іноді і короткочасних, потреб певних груп споживачів.

***Підприємства-патієнти***

– це підприємства, що дотримуються стратегії вузької спеціалізації; надають дорогі та високої якості послуги для вузького кола споживачів і прагнуть оволодіти максимальною часткою невеликого ринкового сегмента.

***Планування***

– функція управління, що передує іншим управлінським функціям і визначає їх сутність; залежить від ефективного аналізу зовнішнього середовища, об'єктивного оцінювання власних позицій, потребує спільних зусиль та участі всіх складових організацій; передбачає вибір мети, розробку шляху її досягнення та просування ним; один з інструментів, за допомогою якого менеджери формують єдиний напрям зусиль колективу на досягнення цілей організації.

***Портфельна стратегія***

– пов'язана з придбанням цінних паперів у нових галузях або поступовим виходом з певних галузей.

- Посадова інструкція*** – основний інструмент, який використовують для планування наповнення конкретних вакансій – містить опис обов’язків, положення в оргструктурі готелю, умов роботи й конкретних робіт, що необхідні для заняття певної вакансії.
- Постійні витрати*** – це такі витрати, що не змінюються в короткому періоді, не залежать від рівня виробництва і продажів.
- Потреби*** – це те, що неминуче виникає й супроводжує людину на її життєвому шляху, те, що є спільним для різних людей й водночас виявляється індивідуальним для кожної людини.
- Потреби туриста*** – це якісна характеристика стану туриста перед здійсненням подорожі, що свідомо або несвідомо виражає його прагнення змінити цей стан у кращий для нього бік (наприклад, відновити фізичні сили, знайти щиросердечну рівновагу, спокій і нових друзів, одержати емоційний заряд або естетичне задоволення).
- Правові норми*** – встановлює держава, і їх дотримання забезпечується як переконанням, так і (у випадку потреби) засобами примусу.
- Прибуток*** – це те, що залишається після вирахування загальних витрат із загального доходу.
- Принцип*** – від лат. – початок, основа – основні правила поведінки, діяльності, протікання, структурування процесу.
- Принцип багатofункціональності або єдності цілей*** – вироблення і взаємозв’язок накреслень усіх ланок керування.

- Принцип демократизації управління** – участь працівників в управлінні організацією.
- Принцип економічності й ефективності** – полягає в раціоналізації процесів управління, що приводить до економічності, але до певної межі, щоб не втратити ефективність.
- Принцип єдиноначальності** – полягає в тому, що керівник конкретного рівня управління користується правом одноосібного вирішення питань, що входять до його компетенції.
- Принцип ієрархічності і зворотного зв'язку** – полягає в створенні багатоступінчастої структури управління, за якої первинні (нижній рівень) ланки керуються своїми ж органами, що знаходяться під контролем органів управління наступного рівня.
- Принцип оптимального поєднання централізації** – являє собою концентрацію влади, прийняття рішень на верхніх рівнях керівництва.
- Принцип оптимального поєднання централізації і децентралізації** – передбачає необхідність умілого використання єдиноначальності і колегіальності.
- Принцип поєднання матеріального і морального стимулювання** – передбачає відповідність форм і розмірів стимулювання працівників за кількість і якість виконаних робіт.
- Принцип поєднання прав, обов'язків і** – припускає створення чіткої організаційної структури, ретельну розробку положень про права та обов'язки керівників, посадових інструкцій для виконавців,

- відповідальності***      установлення точно визначеної матеріальної відповідальності за недогляд в роботі, а також проведення ряду інших організаційних заходів поряд з обов'язковим проявом вимогливості за якісне виконання покладених на кожного працівника обов'язків і завдань у точно встановлений термін.
- Принцип правильного підбору і розміщення кадрів***      – має реалізуватися так, щоб кожний працівник на довіреній йому ділянці міг найбільш ефективно виконувати доручену роботу.
- Принцип пропорційності***      – полягає в досягненні пропорцій між усіма елементами керованих і керуючих процесів.
- Принцип системності***      – менеджмент охоплює всю систему з обліком зовнішніх і внутрішніх взаємозв'язків, взаємозалежностей і відкритості власної структури або системи в цілому.
- Принцип стійкості і мобільності системи управління***      – припускає, що при зміні зовнішнього і внутрішнього середовища організації система менеджменту не повинна зазнавати корінних змін.
- Принципи управління персоналом***      – правила, основні положення та норми, які мають виконувати керівники та спеціалісти в процесі управління персоналом. Відображають вимоги об'єктивно діючих економічних законів, тому і самі є об'єктивними.
- Природно-кліматичні фактори***      – містять потужність, різноманітність природно-географічного потенціалу, сприятливість природно-кліматичних умов, стан навколишнього середовища та ін.

- Прогноз** – органічна система (частина) планування.
- Прогнозування** – це визначення об'єктивних тенденцій розвитку бізнесу в майбутньому, а також альтернативних шляхів розвитку і термінів їх реалізації.
- Прогностичні методи оцінки попиту** – базуються на екстраполяції й вивченні динаміки показників.
- Програмне управління** – представляє розробку програм для конкретного виробництва; програма може бути розроблена на один місяць, півроку, до одного року.
- Регіональні методи** – засновані на аналізі географічного розташування визначних пам'яток і місць зосередження постійного проживання туристів, які є основним контингентом споживачів готельно-ресторанних послуг.
- Регулювання** – це діяльність із підтримки в динамічній системі управління виробництвом заданих параметрів.
- Рівень додаткової оплати праці** – встановлюють згідно з кінцевими результатами діяльності підприємства.
- Розпорядницькі методи управління** – забезпечують оперативне управління сумісною діяльністю людей та підприємств і представлені у формі договорів, наказів, розпоряджень.
- Розрахунок необхідного числа співробітників на конкретний період** – зіставлення прогнозного завантаження готелю із середньостатистичною продуктивністю.
- Розрахунок середньої величини продуктивності праці** – розрахунок кількості співробітників готелю на проданий готельний номер у різні періоди існування готелю.
- Символьна модель** – показує різні властивості й елементи ситуації

символами.

- Система збалансованих показників (Balanced Scorecard – BSC)** – система стратегічного планування й менеджменту, що дозволяє створювати чіткий план оперативної діяльності підрозділів компанії на основі стратегічних цілей і оцінювати ефективність діяльності з точки зору реалізації стратегії за допомогою ключових показників ефективності.
- Соціальне нормування** – метод управління, який полягає у наявності таких соціальних норм, які встановлюють порядок поведінки окремих осіб і їхніх груп у колективі.
- Соціальне планування** – метод соціального управління реалізується складанням плану соціального розвитку організації (підприємства).
- Соціальне прогнозування** – використовують для створення інформаційної бази розробки планів соціального розвитку та застосування методів соціального впливу в конкретному трудовому колективі.
- Соціальне регулювання** – це заходи щодо підтримання соціальної справедливості у колективі та удосконалення соціальних відносин між працівниками.
- Соціальні методи управління** – система заходів і важелів впливу на соціально-психологічний клімат колективу і його окремих працівників.
- Соціальні норми** – відображають певного роду інтереси – суспільні, класові, колективні та групові.
- Соціально-економічні фактори** – це рівень життя, доходу, чисельність та структура населення, освіта і кваліфікація кадрів тощо.
- Соціально-психологічні** – це сукупність конкретних прийомів впливу на процеси формування та розвитку трудових



- методи управління** колективів, соціальні процеси, що відбуваються всередині них, структуру зв'язків споживачів, інтереси, стимули, соціальні завдання.
- Специфікація роботи** – ключові вимоги до професіоналізму працівника; критерії оцінки його роботи; права працівника, передбачувані основні контакти всередині й поза готелем.
- Стадія зародження** – управління персоналом ще неформальне, розмите, всі справи ведуть вручну.
- Стадія зрілості** – відбуваються децентралізація, розширення виконуваних функцій; оргструктура стає більш плоскою, горизонтальною; застосовуються бюджетне, проектне й матричне управління; підсилюється конкуренція; велика увага приділяється інтеграції різних функцій, контролю, інформаційні технології широко застосовують у плануванні, аналізі й оцінці персоналу.
- Стадія розвитку** – відбувається більш чітка спеціалізація, формалізація процесів, формуються технології й методи прийняття рішень, новації й зміни, деякі операції автоматизують (розрахунок премій, зарплати, ведення реєстру кадрів і та ін.).
- Стадія сатурації** – характеризується завмиранням інноваційної активності, падінням престижу й довіри до підприємства.
- Стан економіки** – це умови, в яких приймають рішення, у подібних випадках менеджер приймає рішення в умовах ризику.
- Статистично-математичні** – призначені для обробки й синтезу статистичної інформації, проведення факторного та кореляційного

<b>методи</b>	аналізу тощо.
<b>Стимул</b>	– спонукання до дії (матеріальне, моральне тощо), яке має цільову спрямованість.
<b>Стимулювання</b>	– процес використання конкретних засобів на користь людини й підприємства, один із способів, за допомогою якого здійснюється мотивація трудової діяльності.
<b>Стимулювання праці</b>	– основа мотивації трудової активності людини.
<b>Стратегічне планування</b>	– сукупність дій та рішень, які використовує керівництво, для сприяння розробці специфічної стратегії щодо досягнення цілей організації.
<b>Стратегічне управління</b>	– це довгостроковий, якісно визначений процес розвитку організації, який стосується сфери засобів і форм її діяльності, системи взаємовідносин в середині організації, а також позиції організації в зовнішньому середовищі, і який приводить до досягнення цілей організації.
<b>Стратегія</b>	– це модель узагальнення дій, необхідних для досягнення поставлених цілей на перспективу шляхом координування і розподілу ресурсів фірми, тобто розробка стратегії фірми полягає в розробленні планів досягнення цілей, в якому передбачені можливості фірми; детальний всеохоплюючий комплексний план, який розробляють на перспективу і має сприяти досягненню місії організації та цілей, що її конкретизують.
<b>Стратегія ексклюзивного збуту</b>	– спосіб охоплення ринку підприємством, за якого використовують як посередника на ринку одного туристського оператора або погоджуються надавати

йому ексклюзивні умови співробітництва.

**Стратегія  
інтенсивного  
збуту**

- туристське підприємство прагне до співробітництва з максимально можливою кількістю посередників, надаючи приблизно однакові умови покупки і реалізації своїх послуг (ціни, комісійна винагорода, умови скасування бронювань і т.п.) посередникам, що працюють з тими самими групами (сегментами) покупців на даному ринку.

**Стратегія  
селективного  
збуту**

- припускає, що підприємство навмисно обмежує доступність продукту з метою економії витрат розподілу і концентрації зусиль на цільовій для себе групі споживачів даного ринку.

**Структура  
організації**

- це сукупність елементів і взаємозв'язків між ними, що дає змогу найефективніше перетворювати вхідні ресурси в завершальний продукт і досягати поставлених цілей.

**Суб'єкт туризму**

- це турист, який задовольняє свої рекреаційні потреби та характеризується певними рисами, властивостями і станами (фізіологічними, психологічними, екологічними, економічними, соціальними тощо).

**Суб'єкт  
управління**

- це керівник, група осіб, підрозділ, які здійснюють управління; це певна ланка системи управління, що є джерелом управлінської дії (управлінського впливу).

**Суб'єкти рекреації**

- люди, що здійснюють рекреаційну діяльність відповідно до своїх стандартів.

**Суб'єкти  
туристичної  
діяльності**

- це підприємства, заклади, організації незалежно від форм власності, а також фізичні особи, які зареєстровані відповідно до чинного законодавства на здійснення діяльності з надання туристичних послуг.

**Сфера**

- це комплекс галузей, основне завдання яких пов'язане

- гостинності** з обслуговуванням туристів під час їхнього перебування поза місцем постійного проживання.
- «Табльдот»** – це обслуговування за єдиним для всіх клієнтів меню, без права вибору страв.
- Територіальне управління** – діяльність усіх центральних і місцевих органів управління з розвитку даної території, при цьому господарський комплекс розглядається як визначена соціально-економічна система з відповідними елементами (населенням, матеріальним виробництвом, сферою обслуговування і т.д.) та історичними, природними, національними, географічними й іншими особливостями.
- Технологічна концепція гостинності** – охоплює процес реалізації гуманітарних принципів обслуговування у поєднанні з комплексом особистих і професійно-кваліфікаційних характеристик обслуговуючого персоналу, матеріально-технічною базою готелю, архітектурно-планувальними особливостями споруди, забезпечення закладу розміщення інформаційними комунікаціями та інформаційною базою даних.
- Технологія** – це спосіб перетворення вхідних елементів (матеріалів, сировини, інформації тощо) на вихідні (продукти, послуги).
- Точка беззбитковості** – це той рівень випуску і продажів, за якого прибуток дорівнює нулю, – іншими словами, коли загальний дохід дорівнює загальним витратам.
- Турагент** – співробітник туристичної фірми або фірми, що купує тури, розроблені туроператорами, випускає на ці тури путівки і реалізує їх споживачеві.
- Туризм** – це тимчасовий виїзд (подорож) осіб з постійного

місця проживання з пізнавальною, оздоровчою, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою на термін від 24 годин до одного року поспіль, без зайняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування (Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р.).

***Турист***

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

***Туристична  
індустрія***

- сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (туристичні фірми, агенції й оператори, а також готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, розваг, спорту та ін.), що забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

***Туристична  
інфраструктура***

- це сукупність підприємств, установ і закладів, діяльність яких спрямована на задоволення потреб людей, котрі беруть участь в оздоровленні або відпочинку, а також шляхів сполучення і транспорту та об'єктів розміщення туристів, що забезпечують умови стабільного функціонування.

***Туристична секція***

- це первинна добровільна організація любителів туристичних походів і подорожей на підприємствах і в навчальних установах.

***Туристичне  
агентство***

- це юридична або фізична особа, яка займається рекламуванням, доведенням до споживача і продажем

- розроблених туроператором туристичних пакетів.
- Туристичне споживання (використання)*** – це витрачання доходу, створеного індивідуумами, з метою придбання туристичних товарів і послуг для задоволення визначених туристичних потреб чи бажань у конкретному місці призначення у визначений час.
- Туристичний клуб*** – це установа, завдання якої полягає у пропаганді туризму та екскурсій серед населення, організації масового самодіяльного туризму, підготовці туристів до категорійних туристських походів.
- Туристичні ресурси*** – це сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різноманітні потреби туриста.
- Туристичний об'єкт*** – природний або антропогенний об'єкт, придатний для використання в туризмі.
- Туристичний продукт*** – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо).
- Туристично-екскурсійні послуги*** – це послуги, що передбачені в путівці та надаються закладами з розміщення, харчування, транспортними підприємствами, екскурсійними бюро, а також входять до складової частини туристичного продукту.
- Туристично-*** – це первинна добровільна організація, яка створюється

<b><i>краєзнавчий гурток</i></b>	з метою засвоєння дітьми і підлітками теорії та практики туризму і краєзнавства.
<b><i>Туристська анімація</i></b>	– це туристська послуга, при наданні якої туриста залучають до активної дії, що сприяє його рекреації.
<b><i>Туристська інфраструктура</i></b>	– сукупність шляхів сполучення та місць розміщення, транспортних засобів, комунікацій та різних установ, необхідних для стабільного функціонування туристських комплексів.
<b><i>Туристське враження</i></b>	– комплекс емоцій, здебільшого позитивних, духовний і фізичний стан туриста, що сформувалися під впливом споживання туристичних послуг, придбання туристичних товарів, споживання туристичного продукту.
<b><i>Туристський інтерес</i></b>	– перспектива одержання туристом об'єктивної інформації, позитивних емоцій або потенційна можливість задовольнити заплановану потребу туриста в конкретній, на початку частково відомій, туристичній послугі, туристичному товарі й туристичному продукті, заснованих на певному комплексі туристичних ресурсів, що є об'єктами туристського інтересу.
<b><i>Туроператор</i></b>	– господарюючий суб'єкт або індивідуальний підприємець, який розробляє туристичні маршрути, забезпечує їх функціонування, організовує рекламу, встановлює ціни на тури турагентам для випуску за ними путівок і їх реалізації.
<b><i>Управління бізнесом (business management)</i></b>	– це керування комерційними, господарськими організаціями.
<b><i>Управління</i></b>	– багатогранний та виключно складний процес, який

- кадрами** має специфічні особливості та закономірності; знання необхідне керівникам та спеціалістам сучасного виробництва, працівникам кадрових служб та соціального розвитку для постійного забезпечення підвищення ефективності, якості робіт та продуктивності праці.
- Управлінням персоналом** – способи впливу на співробітників компанії для досягнення поставлених цілей і вирішення завдань при використанні адміністративних, економічних і соціально-психологічних методів.
- Управлінські рішення** – це сукупний результат творчого процесу (суб'єкта) та дій колективу (об'єкта управління) для вирішення конкретної ситуації, що виникла в зв'язку з функціонуванням системи; соціальним актом, що організовує і спрямовує в певне русло діяльність трудового колективу та виконує роль засобу, який сприяє досягненню мети, яка поставлена перед підприємством.
- Фундаментальна стратегія** – використовується з метою визначення діяльності певного підрозділу організації в рамках місії фірми.
- Функції менеджменту** – відносно відокремлені напрями управлінської діяльності (трудові процеси у сфері управління), які забезпечують управлінську дію.
- Функціональна концепція** – характеризує ефективність організації управління процесом обслуговування.
- Функція мотивації** – процес спонукання учасників виробничого процесу до діяльності для досягнення особистих цілей і цілей підприємства в цілому.
- Функція планування** – вирішує те, якою має бути мета організації і що мають робити члени організації, щоб досягти її.



- Цілеспрямованість*** – зумовлена самим змістом управління і передбачає, що кожне управлінське рішення мусить мати мету, чітко пов'язану із стратегічним планом розвитку об'єкта управління.
- Ціна*** – це сума, отримана від продажу однієї одиниці продукції.
- «Шведський стіл»*** – це вільний вибір страв, виставлених на загальному столі, за принципом самообслуговування.
- Широта мотиваційної структури*** – якісна розмаїтість мотивів. Чим більше в людини активних мотивів, тим ширше його мотиваційна структура.
- Якість обслуговування*** – визначається раціональністю побудови організаційної структури та реалізації принципів управління.