

SCIENTIFIC LETTERS
OF ACADEMIC SOCIETY OF MICHAL BALUDANSKY



ISSN 1338-9432

7 6A
2019

SCIENTIFIC LETTERS
OF ACADEMIC SOCIETY
OF MICHAL BALUDANSKY

ISSN 1338-9432

EDITORIAL OFFICE:

**Academic Society
of Michal Baludansky,**
Humenská 16,
040 11 Košice, Slovakia,
tel.: + 421 (0)903 275 823
e-mail: asmiba@asmiba.sk

EDITOR IN CHIEF:

▲ Ing. **Lenka DUBOVICKÁ**, PhD.,
Vice-president of Academic Society
of Michal Baludansky, Slovakia,
University of Central Europe of Skalica,
Slovakia

DEPUTY EDITORS IN CHIEF:

▲ Ing. **Peter TULEJA**, PhD.,
Technical University of Košice,
Slovakia
▲ Ing. **Michal VARCHOLA Jr.**, PhD.,
Technical University of Košice,
Slovakia

EDITORIAL ADVISORY BOARD:

▲ Dr.h.c.mult. prof. Ing. **Miroslav
BADIDA**, PhD., Technical University of
Košice, Slovakia
▲ Dr.h.c. prof. Dr. **Yuriy BOSHITSKIY**,
PhD., Kyiv University of Law of the
National Academy Sciences of Ukraine,
Ukraine
▲ D.r.h.c. associate prof. **Badri
GECHBAIA**, DrSc., Batumi Shota
Rustaveli State University, Georgia
▲ D.r.h.c. prof. **Ketevan GOLETIANI**,
DrSc., Batumi Navigation Teaching
University, Georgia
▲ prof. **Oleksandr NESTEROV**, DrSc.,
Ural Federal University of Ekaterinburg,
Russia
▲ prof. **Olha RUDENKO**, DrSc.,
Chernihiv National University of
Technology, Ukraine
▲ prof. Dr. **Oleg SINEOKIJ**, DrSc.,
Zaporizhzhya National University,
Ukraine
▲ Dr.h.c. Ing. **Heidy SCHWARCZOVA**,
PhD., University of Central Europe of
Skalica, Slovakia
▲ Academician of RAES **Vasil
SIMCHERA**, DrSc., Russian Academy
Economics Sciences, Russia
▲ Dr.h.c. prof.h.c. Ing. **Michal
VARCHOLA**, PhD., President of
Academic Society of Michal Baludansky,
Slovakia
▲ prof. **Tomasz WOŁOWIEC**, PhD.,
University of Information Technology and
Management in Rzeszow, Poland
▲ prof. **Nataliia ZAMKOVA**, DrSc.,
Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of Kiev National University of Trade and
Economics, Ukraine

TO OUR READERS

Dear Reader,



this journal, the "Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky", has been conceived by the founders of the Michal Baludansky International Academic Society as a printed platform for exchanging knowledge between university scholars and experts of different countries who take a keen interest in the life and activity of the outstanding scientist, educationalist and statesman Michal Baludansky

Шановний читателю,

предлагаемый журнал «Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky» задуман основателями Академического сообщества Михаила Балудянского как печатаное издание по обмену знаний между учеными и специалистами разных стран, имеющих непосредственное отношение к жизни и деятельности выдающего ученого, педагога и государственного деятеля Михаила Балудянского.

*Lenka Dubovicka,
editor*

ЗМІСТ А

- 6 **Абсалямова Яна**
СИНЕРГЕТИЧНОСТЬ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ
- 9 **Афонина Олена**
ХУДОЖНІЙ ДОСВІД МИНУЛОГО У ТВОРАХ ПОСТМОДЕРНІЗМУ
- 12 **Аласания Наргиз, Ломтатидзе Нино, Думбадзе Гугули**
СОСНЯКИ И ИХ ЗНАЧЕНИЕ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ
- 15 **Алексеевко Александр, Артемчук Юлія**
МЕТОДОЛОГІЯ МОДЕЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ДОРОЖНЬОГО РУХУ ТА ПРОЦЕСІВ ДОСТАВКИ ВАНТАЖІВ
- 23 **Андрюшкова Наталя, Мельник Валентина**
ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ ПРИ ВИКЛАДАННІ КУРСУ МІКРОБІОЛОГІЇ, ВІРУСОЛОГІЇ ТА ІМУНОЛОГІЇ ІНТЕРНАЦІОНАЛЬНИМ СТУДЕНТАМ
- 29 **Балацька Наталія, Юрченко Світлана**
РЕАЛІЇ В КОНТЕКСТІ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ
- 35 **Бондар Олена, Поколенко Вадим, Петренко Ганна**
ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ СУЧАСНИХ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ОСВІТНІХ СИСТЕМ
- 50 **Бучик Сергій**
СТРАХУВАННЯ ВІД КІБЕРЗЛОЧИНІВ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ КІБЕРПРАВА УКРАЇНИ
- 55 **Федорова Дар'я, Слонов Михайло**
РАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ВИБОРУ МЕТОДУ ЛІКУВАННЯ: АНАЛІТИЧНИЙ ПІДХІД (НА ПРИКЛАДІ ЛІКУВАННЯ СТРЕСОВОГО НЕТРИМАННЯ СЕЧІ)
- 62 **Флінта Наталія**
ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТА ПІДХОДИ ПОБУДОВИ КЛАСИФІКАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ
- 70 **Горіна Олена, Мороз Ірина**
ЯКІСНЕ СТРУКТУРУВАННЯ МЕТОДИЧНИХ РЕКОМЕНДАЦІЙ ДО РОЗВ'ЯЗУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ЗАДАЧ
- 74 **Горіна Олена, Швай Роксоляна**
ВИХОВАННЯ ТВОРЧОЇ ОСОБИСТОСТІ В СОЦІАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ
- 78 **Гринюк Світлана**
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В НАВЧАННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ
- 81 **Чечуга Александр**
ВИКОРИСТАННЯ ГІДРОБОТАНІЧНИХ МАЙДАНЧИКІВ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ОЧИЩЕННЯ СТІЧНИХ ВОД ІЗ ПОВЕРХНІ АВТОМОБІЛЬНИХ ДОРІГ І МОСТОВИХ ПЕРЕХОДІВ
- 86 **Кебало Микола**
ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО ТА НІМЕЦЬКОГО НАТУРАЛІЗМУ ОСТАННЬОЇ ТРЕТИНИ ХІХ СТОЛІТТЯ
- 90 **Харченко Анна**
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕКСПЛУАТАЦІЙНОГО УТРИМАННЯ АВТОМОБІЛЬНИХ ДОРІГ ЗА ДОВГОСТРОКОВИМИ КОНТРАКТАМИ
- 95 **Хорькова Галина**
ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІН, ПОВ'ЯЗАНИХ З ПИТАННЯМИ БЕЗПЕКИ ЛЮДИНИ
- 99 **Колосніченко Марина, Струмінська Тетяна, Приходько-Кононенко Ірина**
ОСОБЛИВОСТІ ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ МЕТОДОЛОГІЯ СУЧАСНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ З ОСНОВАМИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ПРИ ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ З ДИЗАЙНУ
- 103 **Колосніченко Олена**
ГЕНЕЗИС НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТВОРЧИХ ЗДІБНОСТЕЙ
- 108 **Коваленко Михайло, Ткачук Ігор**
МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЛІНІЙНОГО ДВИГУНА ДЛЯ СЕПАРАТОРА ЛОМУ КОЛЬОРОВИХ МЕТАЛІВ

- 118 **Кротова Тетяна**
КОМПОЗИЦІЙНІ ПРИНЦИПИ РОЗТАШУВАННЯ ОРНАМЕНТАЛЬНОГО ДЕКОРА УКРАИНСКОЙ
ЖЕНСКОЙ СОРОЧКИ: ВІД ТРАДИЦІЇ ДО СУЧАСНОСТІ
- 124 **Кузів Михайло, Тютюнник Ірина**
ЄВРОПЕЙСЬКІ ТЕНДЕНЦІЇ У ЖИВОПИСІ ДМИТРА ШАЙНОГИ ЯК ВЕКТОР ВИХОДУ
З СОЦАРТУ
- 133 **Кузишин Андрій, Галицька Ірина, Черешнюк Тарас**
ГЛОБАЛІСТИЧНИЙ ФАКТОР В РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ
- 137 **Лич Оксана**
АНАЛІЗ ЗНАЧЕННЯ ЖИТТЄСТІЙКОСТІ У ЮНАЦТВІ
- 141 **Личук Марія**
ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ У СУЧАСНІЙ ВИЩІЙ ЛІНГВІСТИЧНІЙ ОСВІТІ
- 143 **Макарова Тетяна, Козлова Ольга**
ОСОБЛИВОСТІ ВИРОЩУВАННЯ СОНЯШНИКУ НА СОЛОНЦЮВАТИХ ГРУНТАХ

Флінта Наталія

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТА ПІДХОДИ ПОБУДОВИ КЛАСИФІКАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Анотація

Проаналізовано сучасний стан досліджень, які пов'язані з вибором і обґрунтуванням принципів, методів та підходів щодо класифікації комплексних туристичних послуг за вимогами споживачів. За результатами дослідження доведено, що найбільш придатним для цього є фасетний метод, який дозволяє класифікувати комплексну туристичну послугу за двома ознаками, такими, як характерні та універсальні послуги, а ті в свою чергу діляться за напрямками: розміщення, харчування, транспорт, розваги для характерних, інформаційне забезпечення і страхування для універсальних. Для кожного напрямку кількість послуг може бути різною. Аналіз комплексних туристичних послуг розкривається через їх принципи та підходи.

Ключові слова: туризм; туристична послуга; класифікація; нормативні вимоги; фасетний метод.

Flinta Nataliya

BASIC PRINCIPLES AND APPROACHES OF CLASSIFICATION OF TOURISM SERVICES

Summary

The article analyzes the current state of research related the choice and justification of principles, methods and approaches for the classification of complex tourist services according to consumers' requirements. The results of the study prove that a facet method is the most suitable. It allows to classify a comprehensive tourist service on two grounds, such as characteristic and universal services, which in turn are divided according to directions: accommodation, food, transport, entertainment, information security and universal insurance. For each direction, the number of services may vary. The analysis of integrated tourism services is revealed through their principles and approaches.

Keywords: tourism, tourist service, classification, regulatory requirements, facet method.

Постановка проблеми

Аналіз наукових джерел показує, що на сьогодні існують різні класифікації туристичної послуги, проте всі вони не надають однозначного уявлення про її комплексність. Одні з них відносяться до індустрії розміщення і дозволяють описати її, виходячи з розташування готельних підприємств, їх типу і рівня їх обслуговування. Інші забезпечують окремі види додаткових і основних послуг, наприклад, страхових, транспортних перевезень, індустрії харчування.

Питаннями класифікацій туристичних послуг займалася ціла низка вітчизняних і закордонних авторів, зокрема Г. І. Хімичева, Л. І. Коржилова, В.Ф. Кифяка, М.П. Мальскої, О.В. Музиченко-Козловської, В.І. Цибуха, П. Р. Пуцентейло та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження

Метою класифікації є систематизація, а також ідентифікація і прогнозування властивостей товарів. Систематизація досягається шляхом встановлення послідовності і взаємозв'язків певних класифікаційних угруповань, одержаних конкретним методом класифікації. Ідентифікація як встановлення тотожності найістотніших ознак можлива лише при виявленні цих ознак, характерних для угруповань або об'єктів класифікації.

В результаті розподілу множини на підмножини створюються класифікаційні угруповання, що можуть мати загальні і різні ознаки, а також можуть бути взаємозалежними або незалежними. Розрізняють різновиди методу класифікації – ієрархічний, фасетний, а також кодування інформації, який використовується в рідких випадках, через свою складність використання та гоміометричність інформації, застосовується здебільше для передачі інформації на відстані[1].

Ступінь класифікації для ієрархічного методу це сукупність класифікаційних угруповань. При цьому кожна ступінь і угруповання виділені за своєю основоположною ознакою. Відмінності між угрупованнями полягають в різних ознаках. Тому вибір основоположних ознак — відповідальна операція розподілу множини, від якої багато в чому залежить кінцевий результат. Такий вибір повинен базуватися на цільовому призначенні класифікації.

Кількість ознак і ступень визначає глибину класифікації. На практиці глибина класифікації звичайно не перевищує 10. Саме така глибина застосовується в багатьох класифікаторах.

До специфічних правил класифікації об'єктів ієрархічним методом відносяться:

1. Першочерговість самих загальних ознак розподіляючи множини на підмножини.
2. Використовування на кожній ступені тільки однієї ознаки, що має принципове значення для цього етапу.
3. Послідовний поділ об'єктів - від більшого до меншого, від загального до приватного.
4. Вибір з безлічі ознак однакового ступеня спільності найістотнішого.
5. Необхідність встановлення оптимального числа ознак і ступень, а також глибини.

В ієрархічному методі множини, яка класифікується, поділяють на підпорядковані підмножини спочатку за деякою ознакою (основою поділу) на великі групування, потім кожну з них - на ряд наступних угруповань, які в свою чергу поділяють на дрібніші, поступово конкретизуючи об'єкт класифікації. Між цими угрупованнями встановлюються відношення підпорядкованості (ієрархії), де М – загальні ознаки, х – множина, n, k та m – підмножини (рис. 1).

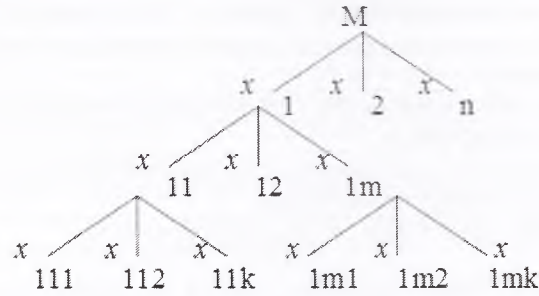


Рис. 1 Схема побудови коду за ієрархічним методом класифікації

Ієрархічна класифікація характеризується кількістю ступенів класифікації, глибиною, обсягом і гнучкістю.

Від глибини класифікації й кількості угруповань, які створюються на кожному ступені класифікації, залежить обсяг класифікації.

Як правило, найбільша кількість угруповань, на яку може поділитися дане групування, що встановлюється постійним для всієї класифікації чи для даного ступеня, звичайно є кратною десяти.

У разі збільшення кількості ознак доцільно застосовувати фасетний метод, особливістю якого є:

1. Зразково однакова значущість і незалежність класифікаційних ознак, що використовуються.
2. Відсутність спільності класифікаційних ознак.
3. Можливість доповнення кількості ознак.

Проаналізовані методи, як доводить практика, використовуються в широкому споживанні для класифікації продукції, послуг на системні категорії: рід, класи, групи і т.п. Ці методи можуть застосовуватися як незалежно один від одного, так і сумісно.

При цьому множина об'єктів, що характеризується деяким набором однакових для всіх об'єктів ознак (фасет), значення яких відповідають конкретним виразам зазначених ознак, може поділитися багаторазово і незалежно. У класифікаторах фасети найчастіше розміщуються простим переліком і мають свій код (рис. 2).

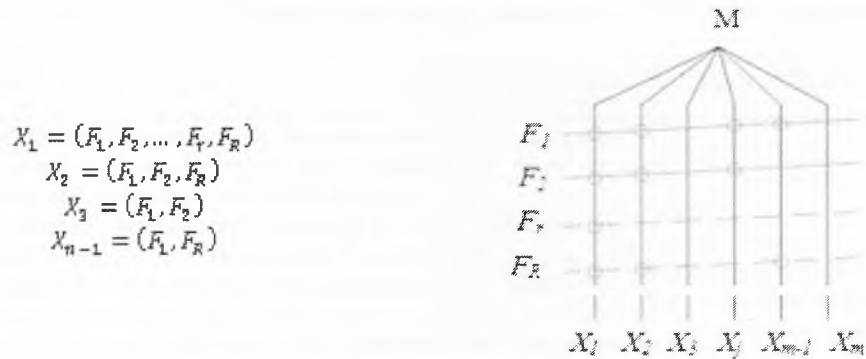


Рис. 2 Схема побудови коду за фасетним методом класифікації

Класифікаційні групування створюються з об'єктів, які мають конкретні комбінації ознак, взяті з відповідних фасет. Послідовність розміщення фасет при створенні класифікаційного групування задається фасетною формулою $M = (F_1, F_2, \dots, F_r, F_R)$, де М – об'єкт, F – комбінаційні ознаки, а X, у подальшому, - незалежні підмножини класифікаційних угруповань.

У кожному окремому випадку фасетна формула визначається залежно від характеру розв'язуваних задач і алгоритму обробки даних. Можуть створюватися одночасно різні незалежні підмножини класифікаційних угруповань:

Обсяг матриці залежить від кількості фасет і кількості конкретних значень ознак у фасеті. Фасети у створюваному класифікаторі мають строго фіксоване місце. Їх ідентифікують за кодовим позначенням фасета, найчастіше це його порядковий номер.

Останній з запропонованих методів - кодування інформації. У процесі кодування об'єктів класифікації їх групуванням і ознакам за певними правилами присвоюють цифрові, літерні чи літеро-цифрові коди, основні поняття, які застосовуються в кодуванні, наведені в табл. 1.

Табл. 1 *Поняття методу кодування інформації*

Поняття	Визначення
Кодування	Утворення і присвоєння коду класифікаційному групуванню чи об'єкту класифікації
Система кодування	Сукупність методів і правил кодування класифікаційних угруповань і об'єктів класифікації заданої множини.
Код	Знак чи сукупність знаків, прийнятих для позначення класифікаційного групування чи об'єкта класифікації (код і його структура характеризуються алфавітом, основою і довжиною)
Структура коду	Умовне позначення складу і послідовності розміщення знаків у коді
Розряд коду	Позиція знаку в коді
Алфавіт коду	Система знаків, яка прийнята для утворення коду
Основа коду	Кількість знаків у алфавіті коду
Довжина коду	Кількість знаків у коді без урахування пропусків

На класифікацію туристичних послуг впливають вимоги споживачів, які є достатньо швидкозмінними. Оскільки сегменти туристичних послуг взаємопов'язані, то задоволення потреб споживачів вимагає злагодженої роботи всіх сегментів послуг. Різноманітність туристичних послуг потребує виділення їх в окремі групи, вирішити цю проблему допомагає класифікація[3].

Єдиної загальної класифікації туристичних послуг не розроблено, проте в роботі [4] авторами пропонується комплексні туристичні послуги структурувати за сімома напрямками, такими як: розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, транспорт, розваги, інформаційне забезпечення, страхування. Розглянемо детальніше швидкозмінні вимоги споживачів:

- Так для послуг розміщення є важливим тип закладу проживання, надання ним послуг (основні, супутні, додаткові, розширені), термін проживання.
- Для послуг харчування важливою є торгово-виробнича діяльність, тобто сам заклад, а саме ресторан, кафе, бар, їдальня та інші, а також надійні послуги.
- Екскурсійні послуги є різноманітними і важливим є їх різноманітність.
- Транспорт залежить від засобу пересування та погодних умов.
- Від інформаційної забезпеченості залежить обізнаність туриста щодо подорожі, місць проживання та харчування, безпеки та ін..
- Індустрія розваг поділяється за напрямом діяльності та слідує смаку потенційного споживача, наприклад культурно-пізнавальні, спортивні, видовищні, самостійні підприємства.

Вимоги до туристичних послуг (екскурсій, походів, подорожей) та умов обслуговування поділяють на обов'язкові та рекомендовані[5]. Обов'язковими для всіх видів туристичних послуг є вимоги наведені в табл. 2.

Табл. 2 *Обов'язкові вимоги до туристичних послуг*

Вимоги	Обґрунтування вимог
Безпеку життя і здоров'я, а також збереження майна	Комплексна туристична послуга, що надається потенційному споживачу, мають бути безпечними для його життя, а також майна. Безпека туристичних послуг повинна бути забезпечена як при нормальних умовах обслуговування, так і в умовах надзвичайних (стихійне лихо та інші). Туристичні траси повинні розміщуватися в районах з сприятливими екологічними та санітарно-епідеміологічними умовами. Приміщення, транспортні засоби, в яких надаються туристичні послуги, туристське спорядження та інвентар, що надається туристам напрокат, повинні відповідати вимогам, встановленим у чинній нормативній документації (санітарних нормах і правилах, будівельних нормах і правилах, правилах пожежної безпеки та ін.). Обслуговуючий персонал туристських підприємств повинен бути навчений діям щодо забезпечення безпеки туристів.
Охорона навколишнього середовища	Надання споживачеві туристичних послуг не має супроводжуватися погіршенням характеристик навколишнього природного середовища (засмічення території, витоптуванням рослинного покриву, пошкодженням і випалюванням чагарників і дерев і т.п.).

Рекомендовані вимоги до туристичних послуг, включаючи умови обслуговування. Надані туристські послуги повинні відповідати вимогам, які передбачають додаткові зручності для споживачів, привабливість і престижність послуг. До рекомендованих вимогам до туристських послуг і умов обслуговування наведені в табл. 3.

Табл. 3 Рекомендовані вимоги до туристичних послуг

Вимоги	Обґрунтування вимог
Відповідність призначенню	Туристські послуги повинні відповідати очікуванням і фізичним можливостям споживачів, яким адресується послуга.
Точність і своєчасність виконання	Надані споживачеві туристські послуги за обсягом, термінами і умовами обслуговування повинні відповідати вимогам, передбаченим в путівці, квитку, квитанції і т.п.
Комплексність	Надання туристичних послуг має забезпечувати можливість отримання не тільки основних послуг, але і додаткових послуг (побутових, зв'язку, торговельних), що створюють нормальні умови життєзабезпечення споживачів.
Етичність обслуговуючого персоналу	Обслуговуючий персонал повинен дотримуватися етичних норм поведінки. Споживачеві повинні бути гарантовані ввічливість, доброзичливість, комунікабельність персоналу.
Комфортність	Туристські послуги повинні надаватися в комфортних умовах обслуговування, створених для споживача: зручною планування приміщень, їх раціональне обладнання, обробці, оснащенні і т.п.
Естетичність	Художнє вирішення будівель, території туристського підприємства, просторова організація маршруту, оформлення інтер'єрів приміщень обслуговування повинна відповідати вимогам композиційної, в т.ч. архітектурної цілісності, гармонійності. Зовнішній вигляд і культура мови обслуговуючого персоналу повинні відповідати вимогам естетичності.
Ергономічність	Тривалість обслуговування, протяжність і складність туристських і екскурсійних маршрутів, конструкції надається туристам спорядження та інвентарю, які використовуються транспортні засоби, меблі, інші предмети оснащення для обслуговування повинні відповідати фізіологічним і психологічним можливостям туристів.

Контроль за дотриманням вимог до туристичних послуг здійснюється органами державного управління в межах їх компетенції відповідно до діючої нормативної документації. Контроль якості послуг та обслуговування, що надаються туристичними підприємствами, проводиться на основі використання різних методів (табл. 4).

Табл. 4 Методи контролю якості

Методи	Приклад
Візуального контролю	Шляхом огляду об'єкта - його інтер'єрів, обладнання, інвентарю, посуду, столової білизни та ін.
Аналітичного	Аналізу документації - бракеражного журналів, санітарних книжок персоналу та ін.
Медичного контролю	Медичних оглядів персоналу, санітарно-епідеміологічних аналізів.
Інструментальних	Визначення якості води, повітря і т.д., перевірки технічного стану і режимів роботи обладнання і т.д.
Соціологічних	Шляхом опитування туристів і обслуговуючого персоналу.

Формування національного туристичного ринку є результатом складної взаємодії внутрішніх і зовнішніх соціально-економічних процесів, що обумовлюють потребу в туризмі та формують попит на туристичні послуги. Саме ці процеси визначають різні моделі формування національного туристичного ринку.

Проаналізувавши ринкові процеси у сфері туризму, можна визначити принаймні дві з наступних моделей:

- 1) модель саморозвитку;
- 2) введена модель.

Відповідно до першої - національний ринок туристичних послуг є наслідком загального соціально-економічного розвитку та формування потреб туризму в якості туристичної подорожі. Попит на туристичні послуги формується як в країні (для послуг вітчизняного та міжнародного іноземного туризму), так і за кордоном (послуги міжнародного іноземного туризму), але він задоволений пропозицією, яка створюється та виконується акторами національного туристичного ринку.

Згідно з другою моделлю - національний ринок туристичних послуг формується за переважним впливом попиту на зовнішні ринки, а для його задоволення створюється сфера діяльності, рівень розвитку якої відповідає попиту та можливостям національної економіки з недостатнім внутрішнім попитом.

Тобто формування національного ринку туристичних послуг може відбуватися під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх потреб. Стабільність національного ринку гарантована в першу чергу потребами вітчизняного населення, тобто потребами населення країни в рекреації та осмисленому дозвіллі. Обсяг цих потреб, їх структура, ритм визначається сукупним впливом об'єктивних умов та суб'єктивних факторів, що характеризують умови та спосіб життя населення. Наявність мотивації залежить не тільки від демографічних характеристик споживача, зокрема рівня освіти та рівня життя, що впливає на обізнаність та формування попиту, а також на можливостях національного ринку країни. а не лише для задоволення цього, вимагати, але також сприяти появі мотивації, формувати та підтримувати її. Задоволення потреб туристів, які створюються на зовнішніх ринках, також залежить від стабільності національного туристичного ринку, її здатності створювати різноманітний туристичний продукт, стимулюючи попит. Таким чином, національний туристичний ринок створюється внутрішнім і зовнішнім попитом та внутрішньою пропозицією, просторово-часовий баланс між якою забезпечується національною індустрією туризму[6].

Дотримання та слідування за вимогами споживачів дозволяє підвищити якість і конкурентоспроможність туристичних послуг, робить їх затребуваними та цікавими на зовнішньому та внутрішньому ринках для потенційних споживачів.

В ході досліджень комплексу туристичних послуг за умовами реалізації було поділено на дві групи - характерні, які створюють умови необхідні для відпочинку і безпосередньо реалізують мету відпочинку, та універсальні, які забезпечують якість та безпеку туристичних послуг[7]. З урахуванням вищенаведеного до характерних було віднесено послуги розміщення, харчування, транспортні, розваги та екскурсійне обслуговування. А до універсальних послуг можуть належати інформаційне забезпечення (яке надає уявлення потенційному споживачеві про його майбутній відпочинок) та страхування (яке забезпечує йому безпеку життя та надає допомогу у разі виникнення нещасного випадку).

Для вибору методу класифікації проаналізуємо детально кожен з цих послуг.

Характерна послуга розміщення вимагає в себе різноманітні дії, що пов'язані з проживанням туриста у певному об'єкті розміщення. Воно поділяється на індивідуальне, до якого відносяться готелі (всіх типів комфорту), мотелі, хостели та пансіонати, а також колективне – кемпінги і намети.

В індивідуальному розміщенні можуть надаватися такі послуги, як приклад, в готелях надають найбільш повний обсяг послуг зокрема - зміна постільної білизни, ванна кімната, туалет, холодильник, крім того вони мають заклад харчування (кафе, ресторан, їдальня) (в табл. 5 наведено основні послуги).

Табл. 5 Послуги, що надаються готелем в залежності від кількості зірок

Послуги	Готелі				
	1 зірка	2 зірки	3 зірки	4 зірки	5 зірок
ТВ, холодильник	На поверсі	На поверсі	На поверсі	У номері	У номері
Телефон	Відсутні	Відсутні	Відсутні	Присутній	Присутній
Туалет	Не менше 1 на 5 кімнат	Не менше 1 на 5 кімнат	В номері	В номері	В номері
Ванна кімната	Не менш 2-х на поверх	Не менш 2-х на поверх	В номері	В номері	В номері
Зміна постільної білизни	Раз в 5 днів	Раз в 3 дні	Раз в 3 дні	Щодня	Щодня
Зміна рушників	Раз в 3 дні	Раз в 3 дні	Щодня	Щодня	Щодня
Заклад харчування	Відсутній	Відсутній	Присутній	Присутній	Присутній

У мотелях, хостелат та пансіонатах набір цих послуг є більш спрощеним ніж ті, що наведені у табл. 5. Якщо їх порівняти, то наданні послуги нагадують готель з 3 зірками.

Другою важливою послугою для туриста є харчування, яка є сукупністю виробничих дій щодо підготовки продовольчої сировини до споживання та торговельних дій, які полягають у реалізації кулінарних і гастрономічних продуктів із забезпеченням умов споживання на місці. Якість і безпека харчування суттєво впливають на конкурентоспроможність туристичних послуг. В таблиці 6 наведено вимоги до закладів харчування.

Табл. 6 Вимоги до закладів харчування

Обслуговування та послуги	Заклади харчування			
	Ресторани	Кафе	Бари	Їдальні
Асортимент продукції	Широкий	Широкий	Стандартний	Обмежений
Рівень обслуговування	Високий	Вище середнього	Вище середнього	Середній
Номенклатура надаваних послуг	Широка	Середня	Середня	Низька
Рівень матеріально-технічної бази	Високий	Середній	Середній	Середній

Як видно з таблиці, споживач має достатньо великий вибір закладів харчування, який потрібно враховувати при наданні комплексних туристичних послуг.

До транспортних послуг споживач висуває перш за все вимоги до їх безпеки і комфортності. Ці послуги відповідають за місцеву комунікацію та дальнє сполучення, належать до основних туристичних послуг, їх розвиток і споживання зумовлені доступністю туристів до туристичних об'єктів. Вони надаються за допомогою різних видів транспорту автопідприємства, авіаційного підприємства, залізничного відомства, підприємств морського та річкового транспорту (табл. 7).

Табл. 7 Транспорт

Види транспорту							
Автопідприємства		Авіаційні підприємства		Залізничні відомства	Підприємства морського та річкового транспорту		
Автобуси	Машини	Літаки	Вертольоти	Потяг	Кораблі	Пароплав	Яхти

Великою ланкою при наданні комплексної туристичної послуги є екскурсійне обслуговування, яке дозволяє споживачу отримувати інформацію про місце перебування, надає можливість відвідати історичні та місцеві пам'ятки.

До безпосередніх форм екскурсійного обслуговування належать туристичне бюро, екскурсійні бюро, послуги гідів. Вони зазвичай супроводжують туристичні групи у подорожі.

До розваг належать послуги пов'язані з організацією дозвілля туристів перш за все за інтересами (магазини з реалізації туристичного спорядження, магазини з реалізації сувенірів, пункти прокату, кіноконцертні зали, клуби за інтересами, зали ігрових автоматів, туристичні клуби, альпіністські, водні, спелеологічні клуби, кінні, велосипедні та інші клуби, спеціальні навчальні туристичні заклади).

До групи універсальних послуг було віднесено дві складові комплексної туристичної послуги – це інформаційне забезпечення та страхування.

До інформаційного забезпечення належить фінансові, правопорядку, комунальні, охорони здоров'я, телекомунікаційні. До них також належать рекламно-інформаційні туристичні установи і органи управління туризмом. Метою інформаційного забезпечення є добросовісна реклама потенційного споживача. Вона повинна мати інформацію про різні заклади харчування, готелі, розваги та інше.

До необхідної інформації в туристичній послугі відносяться:

- відомості про туроператора і турагента, формах і методах обслуговування туристів, рівні комфорту (класі, категорії обслуговування), номенклатурі туристських послуг (засобах розміщення, підприємствах харчування), їх вартості та т.п.;
- відомості про організацію, яка надала фінансове забезпечення туроператору, розмір фінансового забезпечення;
- відомості про необхідність отримання візи, порядок оформлення загранпаспорту і візи та ін.;
- програми обслуговування туристів під час подорожі, пам'ятки, інструкції про поведінку в звичайних і надзвичайних ситуаціях на маршруті і інші інструкції, в т.ч. інформація про категорії об'єктів туристичної індустрії.

Властивості інформації, що надається споживачам туристичних послуг:

- об'єктивність (інформація для туристів є об'єктивною, якщо вона не залежить від форм і методів її фіксації та подання, а також від будь-чиїх думок і суджень);
- достовірність (інформація є достовірною, якщо вона відображає реальну ситуацію);
- повнота (інформація для туристів вважається повною, якщо вона достатня для розуміння всіх умов подорожі або екскурсії, якості обслуговування на маршруті, забезпечення безпеки);
- точність (ступінь близькості інформації, що надається туристу, до реальних умов туристичної подорожі, процесу надання туристичних послуг та ін.);
- актуальність (важливість, своєчасність і необхідність надання інформації в певний час (в період укладення договору на надання туристичних послуг, до початку, під час подорожі або при надзвичайній ситуації));
- корисність (здатність інформації задовольняти потребу конкретних туристів в необхідних відомостях при здійсненні вибору та здійсненні подорожі).

Враховуючи, що сьогодні поширеним є екстремальний туризм, важливим є для потенційного споживача надання послуг як страхування від нещасних випадків на період подорожі та відпочинку. Вони являються комплексом послуг, тобто різноманітні варіанти страхування майна учасників туристичного руху і будь-які умовні відносини, які виступають на цьому. Комплекс страхових послуг найчастіше охоплює відшкодування на лікування, ліквідацію наслідків від нещасних випадків та втрати особистого багажу. Договори майнового страхування переважно укладають готелі й інші об'єкти розміщення і відпочинку, власники різноманітних транспортних засобів. Можливе відшкодування збитків, заподіяних вогнем та іншими чинниками, а також унаслідок крадіжок чи руйнувань[8].

Ризик для життя і здоров'я людини в туристсько-екскурсійному обслуговуванні виникає в умовах:

- існування джерел ризику;
- прояви даного джерела на небезпечному для людини рівні;
- схильності людини впливу джерел небезпеки.

Зниження травм небезпечності забезпечується:

- захисними пристроями і огорожами при використанні рухомих механізмів, предметів, небезпечних ділянок території (підйомників, канатних доріг, ділянок осипів в горах, біля водойм, гірськолижних трас і т.д.);
- використанням засобів індивідуального захисту (страхувальних мотузок, обов'язок при перетині складних ділянок туристського маршруту, головних шоломів, льодорубів, гаків тощо страхувального спорядження);
- дотриманням ергономічних вимог до туристського спорядження та інвентарю;
- дотриманням вимог до житлових і громадських будинків і вимог відповідних нормативних документів до технічного стану транспортних засобів, що використовуються для перевезень туристів (екскурсійних автобусів, плавзасобів та ін.);
- дотриманням правил експлуатації використовуваного інвентарю і обладнання (ліфтів, підйомників, візків тощо), забезпечуючи його безпечну роботу;
- випереджувальним інформуванням туристів про фактори ризику та заходи щодо попередження травм. Туристи повинні бути поінформовані про те, як уникнути можливі травми і які екстрені заходи слід зробити у разі отримання травми[9].

Тому при придбанні пакету туристичних послуг потрібно звернути увагу на рівень надання страхових послуг які поділяються на медичні, від нещасних випадків, майнові, на випадок затримки транспорту, витрат, пов'язаних із неможливістю здійснити поїздку, страхування відповідальності власника автотранспортних засобів та інші[10].

В ході дослідження для класифікації туристичних послуг було обрано фасетний метод, суть якого полягає у формуванні фасет, які характеризують окремі класифікаційні групи комплексної туристичної послуги, у нашому випадку харчування, розміщення, розваг, страхування, екскурсійного обслуговування, транспорту та інформаційного забезпечення. Перевагою даного методу є те, що різні ознаки не пов'язані між собою, що характерно для комплексної туристичної послуги.

Кожна послуга являється одиничною для всього комплексу туристичних послуг. Завдяки цьому фасетна система відрізняється великою гнучкістю, можливістю обмежувати число ознак і угруповань, що створює певні зручності при використанні. Разом з тим її інформаційна ємність може бути збільшена шляхом виділення загальних і приватних класифікаційних угруповань.

Класифікація туристичної діяльності на види та форми туризму є надзвичайно важливою. Адже, скажімо, виокремлення видів туризму - це не лише теоретичне завдання: кожен його вид практично потребує відповідного інфраструктурного забезпечення, здійснення організаційних заходів, спрямованих на його розвиток, що в кінцевому підсумку пов'язано зі задоволенням потреб на такі послуги. Розв'язання цих проблем сприятиме визначенню місця туризму серед інших галузей національної економіки й об'єктивнішому врахуванню його внеску в створення валового внутрішнього продукту країни, регіону, туристичного центру[11]. Отже впровадження класифікацій дає змогу проінформувати, а також підвищити якість та безпеку туристичних послуг.

Застосування даної класифікації дозволяє підвищити інформаційну ємність стосовно наданих комплексної туристичної послуги і тим самим робить її більш конкурентоспроможною і затребуваною на вітчизняних та зовнішніх ринках.

Висновки

Проведені дослідження доводять, що найбільш придатним для класифікації комплексної туристичної послуги є фасетний метод, який дозволяє поділити, в залежності від способу надання, послугу на дві групи (характерні та універсальні), а кожен із груп в свою чергу структурувати за напрямками (розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, транспорт, розваги, інформаційне забезпечення, страхування). Фасетний метод класифікації, на відміну від ієрархічного, а також методу кодування інформації, дає змогу вибирати ознаки класифікації незалежно як одна від одної, так і від семантичного змісту об'єкта, що класифікується, що роблять його більш зручним для використання. Такий підхід робить інформацію щодо комплексної туристичної послуги більш інформативною і достовірною.

Список використаних джерел та літератури:

- [1] Терещенко Л. О Інформаційні системи і технології в обліку: Навч. Посіб. / Л. О. Терещенко, І. І. Матієнко-Зубенко - К.: КНЕУ, 2004. - 187 с.
- [2] Недашківський О. М.. Планування та проектування інформаційних систем / Недашківський О. М. – Київ: ДУТ, 2014. – 215 с.
- [3] Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту Навчальний посібник / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська - К.: Альтпрес, 2004. — 288 с.
- [4] Хімічева Г. І. Удосконалення класифікації структурних складових комплексної туристичної послуги / Г. І. Хімічева, А. О. Михалко, М. Г. Супрунець // Вісник КНУТД. - 2017. - №1 (106). - С.65-74.
- [5] Візний туризм: Навчальний посібник [Коваль П. Ф., Алешугіна Н. О., Андреева Г. П., Зеленська О. О., Григор'єва Т. В., Пархоменко О. Г., Дудко В. Б., Михайловський М. О., Бондар С. І.] Ніжин : Видавництво Лук'яненко В. В., 2010. – 304 с.
- [6] Любіцева О. О. Ринки туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева - К.: Альтерпрес, 2002. - 436 с.

- [7] Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні Навчальний посібник. / В. Ф. Кифяк - Чернівці: Книги-XXI, 2003. - 300 с.
- [8] Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства: Підручник / Н. Є. Кудла - К. : Знання. - 2012. - 343 с.
- [9] Дехтярь Г. Д. Лицензирование и сертификация в туризме : учеб. пособие / Г. Д. Дехтярь. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 256 с.
- [10] Яворська Т. В. Страхові послуги: навчальний посібник / Т. В. Яворська - Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. Економічний факультет, 2008. — 250 с.
- [11] Кузик С. П. Географія туризму навч. Посібник / С. П. Кузик - М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, Геогр. ф-т Знання Київ 2011. - 271 с.

References

- [1] Tereshenko L. O. Informacijni sistemi i tehnologiyi v obliku: Navch. Posib. / L. O. Tereshenko, I. I. Matiyenko-Zubenko - K. : KNEU, 2004. - 187 s.
- [2] Nedashkivskij O. M. Planuvannya ta proektuvannya informacijnih sistem / Nedashkivskij O. M. – Kiyiv : DUT, 2014. – 215 s.
- [3] Babaricka V. K. Menedzhment turizmu. Turoperejting. Ponyatijno-terminologichni osnovi, servise zabezpechennya turproduktu Navchalnij posibnik / V. K. Babaricka, O. Yu. Malinovska - K.: Altpres, 2004. — 288 s.
- [4] Himicheva G. I. Udoskonalennya klasifikaciyi strukturnih skladovih kompleksnoyi turistichnoyi poslugi / G. I. Himicheva, A. O. Mihalko, M. G. Suprunec // Visnik KNUTD. - 2017. - №1 (106). - S.65-74.
- [5] Vyiznij turizm: Navchalnij posibnik [Koval P. F., Alyeshugina N. O., Andryeyeva G. P., Zelenska O. O., Grigor'yeva T. V., Parhomenko O. G., Dudko V. B., Mihajlovskij M. O., Bondar S. I.] Nizhin : Vidavnicтво Luk'yanenko V.V., 2010. – 304 s.
- [6] Lyubiceva O. O. Rinok turistichnih poslug (geoprostorovi aspekti) / O. O. Lyubiceva - K.: Alterpres, 2002. - 436 s.
- [7] Kifyak V. F. Organizaciya turistichnoyi diyalnosti v Ukrayini Navchalnij posibnik. / V. F. Kifyak -Chernivci: Knigi-HHI, 2003. - 300 s.
- [8] Kudla N. Ye. Menedzhment turistichnogo pidpriyemstva: Pidruchnik / N. Ye. Kudla - K. : Znannya. - 2012. - 343 s.
- [9] Dehtyar G. D. Licenzirovanie i sertifikaciya v turizme : ucheb. posobie / G. D. Dehtyar. – М. : Finansy i statistika, 2006. – 256 s.
- [10] Yavorska T. V. Strahovi poslugi: navchalnij posibnik / T. V. Yavorska - Lvivskij nacionalnij un-t im. Ivana Franka. Ekono- mичnij fakultet, 2008. — 250 s.
- [11] Kuzik S. P. Geografiya turizmu navch. Posibnik / S. P. Kuzik - M-vo osviti i nauki Ukrayini, Lviv. nac. un-t im. I. Franka, Geogr. f-t Znannya Kiyiv 2011. - 271 s.

Flinta Nataliya - Doctor of philosophy, Associate professor, Department of Geography of Ukraine and Tourism, Volodymyr Hnatyuk Ternopil National Pedagogical University, Ukraine, Ternopil, 2 Maxyma Kryvonosa str., *e-mail*: geonataly1@gmail.com. *Where and when she graduated*: Y. Galan Ternopil State Pedagogical Institute the Faculty of Geography (specialty "Teacher of Geography and Biology"), 1994. *Professional orientation or specialization*: The scientific interests are focused on the study of the hotel industry in the Ternopil region, the marketing activities of travel companies, the study of tourism infrastructure, and others. *The most relevant publication outputs*: 1. N. Flinta: Peredumovi zaluchennya inozemnih turistiv na bazi rozvitku sakralnogo turizmu Ternopils'koyi oblasti // Geografiya, kartografiya, geografichna osvita: isto-riya, metodologiya, praktika. Materiali mizhnarodnoyi naukovo-praktichnoyi konferenciyi (m.Chernivci, 9-11 zhovtnya 2014 r.) – Chernivci: Vidavnicij dim «Rodovid», 2014. – S. 202-205. 2. N. Flinta: Reklama yak skladova marketingovih komunikacij turistichnogo pidpriyemstva (na prikladi turoperatora «AKKORD-TUR // Geografiya, ekologiya, turizm: teoriya, metodologiya, praktika. Materiali mizhnarodnoyi naukovo-praktichnoyi konferenciyi, prisvyachenoyi 25-richchyu geografichnogo fakultetu TNPU imeni V.Gnatyuka (21-23 travnya 2015 r.) – Ternopil: SMP «Tajp», 2015. – 404 s. 3. N. Flinta: Metodika issledovaniya kulturno-obrazovatel'nogo kompleksa regiona // The Formation of the Modern person: impact of educational, philosophical, cultural and economic processes: materials of international scientific and practical seminar (Kosice. 8-11 February 2016). – K: Publishing outfit «Centre of educational literature», 2016. – P. 72-74. 4. N. Flinta: Podgotovka specialistov otrasli turizma v Ukraine // The Formation of the Modern person: impact of educational, philosophical, cultural and economic processes: materials of international scientific and practical seminar (Kosice. 8-11 February 2016). – K: Publishing outfit «Centre of educational literature», 2016. – P. 34-35. 5. Flinta N.: The development of extreme tourism in Ternopil region // Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2016.– № 4 (6). – P.29-31. 6. N. Flinta: Dnistrovskij kanjon: problemi rozvitku turizmu // Materiali naukovo-praktichnoyi konferenciyi «EKOGEOFORUM-2017. Aktualni problemi ta innovaciyi» Ivano-Frankivsk. 22-25 bereznya 2017 r. – Ivano-Frankivsk, 22-25 bereznya 2017 r. – Ivano-Frankivsk, 2017. – S. 427-429. 7. Natalia Flinta Neoteric aspects, problems and prospects of development of medical tourism in Ukraine / N. Flinta // Journal of Education, Health and Sport: №8 (5) 2018. – P. 349 – 360. eISSN 2391-8306. DOI.

