РЭСТ

РОССИЙСКИЙ ЭНЦИКЛОПЕДИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ

РОССИЙСКИЙ ЭНЦИКЛОПЕДИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ

ТУРИЗМ

2018

Российский научно-исследовательский институт
культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачёва
(Институт Наследия)

Международная общественная туристская академия
(МТА)

Российский энциклопедический словарь «ТУРИЗМ»

под редакцией С.Ю. Житенёва

Москва
2018

УДК 338.38(030)
ББК 75.81я2
Ж74

Научное издание

Научно-редакционный совет
С.Ю. Житенёв (председатель), В.А. Ливцов, Е.М. Николаев, В.С. Новиков, Ю.С. Путрик (заместитель председателя).

Авторский коллектив
С.Н. Абакумов, М.В. Арифуллин, М.Б. Биржаков, И.А. Дрогов, С.Ю. Житенёв, Г.И. Журдан, П.И. Караневский, В.А. Ливцов, Ю.Е. Мешков, Е.М. Николаев, В.С. Новиков, Ю.С. Путрик, С.И. Реснянский, А.П. Соловьёв.

Российский энциклопедический словарь «Туризм».
Ж74 Под ред. С.Ю. Житенёва. М.: Институт Наследия, 2018. – 490 с.
ISBN 978-5-86443-263-1

Российский энциклопедический словарь «Туризм» содержит 3115 статей и определений терминов, представляющих туристскую сферу во всём её многообразии. Название каждой статьи или термина имеет перевод на английский язык. Энциклопедический словарь представляет собой отраслевое научное справочное издание, содержащее профессиональное обозрение по проблематике в сфере туризма в форме словаря. В Энциклопедический словарь включена лексика, употребляемая в практической туристской деятельности, а также используемая в правовых документах, деловой переписке и в переговорах. Энциклопедический словарь содержит краткие сведения о легендарных военно-торговых путях, по которым предшествующие поколения людей совершали путешествия в древности. Также представлены исторические термины, связанные с путешествиями, и биографии известных ученых и выдающихся деятелей в сфере российского туризма.

Энциклопедический словарь предназначается, прежде всего, для тех, кто имеет достаточную внутреннюю мотивацию и реальную потребность в изучении и развитии туризма, а также для преподавателей и студентов профильных вузов.

УДК 338.38(030)
ББК 75.81я2

© Житенёв С.Ю., 2018
© Институт Наследия, 2018

ISBN 978-5-86443-263-1

Содержание

Предисловие 4

А 7
Б 35
В 64
Г 87
Д 111
Е 124
Ё 126
Ж 127
З 129
И 137
К 149
Л 190
М 201
Н 226
О 242
П 264
Р 334
С 357
Т 403
У 437
Ф 445
Х 451
Ц 455
Ч 461
Ш 463
Э 466
Ю 477
Я 478

Библиография 480

Предисловие

Российский энциклопедический словарь «Туризм» (далее Энциклопедический словарь) представляет собой отраслевое научное справочное собрание статей и определений терминов по профессиональной проблематике в сфере туризма. Авторы стремились представить читателям комплексное обозрение вопросов, связанных с состоянием и развитием туризма в России и за рубежом. Энциклопедический словарь является сложным научным, информационным и технологическим проектом, в котором собраны и систематизированы наиболее актуальные и развивающиеся явления в туризме. Учитывая многообразие проявлений и направлений деятельности в туристской сфере, авторы попытались компактно и в то же время максимально широко показать все грани туризма как социально-культурной, экономической и правовой деятельности, связанной со многими проявлениями общественной и частной жизни людей.

В настоящее время бурное развитие справочных изданий зачастую приводит к распространению непрофессиональных текстов и дефиниций, что усложняет, а иногда вносит путаницу в теоретико-методологическую классификацию и систематизацию массива знаний в сфере туризма. Поэтому терминологические проблемы всё чаще становятся предметом обсуждения на специальных конференциях и круглых столах. При этом неизменно отмечается, что авторы различных словарей противоречат друг другу, используют некорректные формулировки, что приводит к непониманию или неправильному толкованию туристских терминов.

Ввиду отсутствия единообразия в терминологии в практической деятельности приходится в туристской документации подробно объяснять содержание каждой обозначенной позиции. Авторы научных исследований вынуждены давать к своим работам сопроводительные терминологические словари, приводя термины и определения в собственной редакции. Студенты нередко находятся в зависимости от преподавателей, желающих услышать свои формулировки терминов, а имея возможность выбора, обращаются к научным работам и учебникам, в которых, как уже было отмечено выше, зачастую даются противоречивые определения.

В связи с отсутствием единообразия в туристской терминологии, требуются системные справочные издания, подготовленные коллективом компетентных ученых, практиков и законодателей и получившие одобрение авторитетных рецензентов, которые могли бы стать эффективными инструментами в работе специалистов в сфере туризма. Поскольку междисциплинарный подход, растущая дифференциация знаний и увеличение количества прикладных дисциплин, изучающих туризм (география туризма, социология туризма, история туризма, экономика туризма и т.д.), стали реальной действительностью, требуются энциклопедические издания, по которым можно знакомиться с системными и интегрированными результатами исследований и практической деятельности, а также толкованием соответствующей научной и практической лексики в туристской отрасли.

Всесторонний анализ актуальной проблемы терминологического единства и соответствия используемой туристской лексики определенным реалиям выявил необходимость составления современного специального научного

энциклопедического словаря, который в числе основных должен выполнить коммуникативную и просветительскую функции.

Идея создания отечественного Энциклопедического словаря, который смог бы представить с научной позиции большую часть сферы туризма, возникла более десяти лет назад среди научного сообщества Международной общественной туристской академии (МТА). В числе инициаторов и энтузиастов создания этого проекта были: В.И. Азар, Ю.К. Байназаров, М.Б. Биржаков, И.А. Дрогов, М.М. Железнова, С.Ю. Житенёв, П.И. Караневский, В.А. Ливцов, Л.Ю. Мажар, Ю.Е. Мешков, Е.М. Николаев, В.С. Новиков, В.П. Павлов, Е.Л. Писаревский, Ю.С. Путрик, С.С. Скобкин, А.П. Соловьёв, П.М. Шульгин, Г.В. Яковенко и другие члены академии.

На основе широкого обсуждения, прошедшего среди научной туристской общественности Москвы, Санкт-Петербурга, Смоленска, Орла, Ростова-на-Дону и Твери, рабочей группой МТА был составлен словник Энциклопедического словаря. МТА традиционно сотрудничает с научным коллективом Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачёва (Институт Наследия), руководство которого поддержало проект создания Энциклопедического словаря. Вопросы подготовки Энциклопедического словаря в течение ряда лет обсуждались на собраниях и заседаниях президиума МТА, научных конференциях академии и Института Наследия. Авторы этого научного издания собирали необходимые материалы, составили библиографию и обсуждали фундаментальные теоретические и прикладные вопросы науки о туризме. Исследования человеческого измерения познавательного процесса продолжали и уточняли логико-аналитические, историко-методологические, когнитивные и социокультурные подходы авторов в процессе работы над туристской терминологией.

Перед создателями Энциклопедического словаря стояла важная задача по критической переработке сложившейся типологии, классификации и систематизации большого массива знаний в сфере туризма. Центральной проблемой при этом стало полноценное представление той информации и тех знаний, которые в настоящее время являются наиболее востребованными современными специалистами в сфере туризма. Актуальная проблема терминологического единства и соответствия используемой туристской лексики определенным реалиям, постоянное откладывание её решения оказывают сдерживающее влияние на развитие указанной сферы деятельности. Недостатка в количестве различных словарей и справочников, издаваемых в настоящее время, вроде бы нет, но противоречия между ними в определении известных и широко применяемых терминов, неоправданное «изобретение» некоторыми авторами новых определений создаёт проблемы, разрешение которых требует особого внимания, ответственного и адекватного подхода в поиске средств оздоровления создавшейся ситуации.

Обращение к историческому материалу при составлении Энциклопедического словаря позволило увидеть, какие стороны теоретического и прикладного знания по соответствующей тематике слабо изучены научным сообществом, занимающимся развитием науки о туризме. Особое внимание авторы обратили на взаимосвязь между туризмом и культурным и природным наследием, представляя статьи и дефиниции, в которых раскрываются наиболее важные вопросы и проблемы использования объектов наследия в туристских целях.

В качестве методологической основы при составлении словаря были применены методы исторического анализа, логики, философии, онтологии и теории познания, культурологии и философской антропологии, экономики и права, а также специальные методы истории и теории туризма.

Теоретической и практической основой исследования явились теоретические, методологические и практические положения в сфере культуры, истории, экономики, права, географии, страноведения, социологии и управления, применяемые в туризме. В работе используются законодательные и нормативные акты Российской Федерации, документы международных туристских организаций, результаты научных исследований российских и зарубежных специалистов. Представленные в Энциклопедии материалы опираются на труды известных российских учёных, специалистов и практиков в сфере туризма: А.Х. Абукова, В.И. Азара, А.Ю. Александровой, А.В. Бабкина, М.Б. Биржакова, Г.П. Долженко, С.Ю. Житенёва, П.И. Караневского, Г.А. Карповой, В.А. Квартальнова, С.Е. Корнеева, Ю.В. Кузнецова, Л.Ю. Мажар, М.А. Морозова, В.И. Никифорова, Е.М. Николаева, В.С. Новикова, В.П. Павлова, Е.Л. Писаревского, Ю.С. Путрика, И.А. Рябовой, В.Т. Рязанова, В.С. Сенина, А.И. Сесёлкина, С.С. Скобкина, А.А. Терещенко, Г.С. Усыскина, Л.Ф. Ходоркова, Й.Й. Шнайдгена, С.П. Шпилько, Ю.А. Штюрмера, Г.В. Яковенко и др.

Статьи и определения располагаются в алфавитном порядке с указанием на соответствующие тематические материалы, представленные в Энциклопедическом словаре. Таким образом, издание представляет собой своеобразную систему циркуляции информации с обратной связью.

Энциклопедический словарь содержит 3115 статей и определений терминов, представляющих туристскую сферу во всём её многообразии. Название каждой статьи или термина имеет перевод на английский язык. В словаре приведена лексика, употребляемая в практической туристской деятельности, а также используемая в правовых документах, деловой переписке и при переговорах. Энциклопедический словарь содержит краткие сведения о легендарных, великих военно-торговых путях, по которым предшествующие поколения совершали путешествия в древности. Также представлены исторические термины, связанные с путешествиями, и биографии известных и выдающихся деятелей в сфере российского туризма.

Издание рассчитано как на специалистов, так и на самые широкие круги туристской общественности. Энциклопедический словарь предназначается прежде всего тем, кто имеет достаточную внутреннюю мотивацию и реальную потребность в изучении и развитии туризма, а также для преподавателей и студентов. Авторский коллектив надеется на то, что Энциклопедический словарь станет незаменимым помощником для специалистов туристской индустрии в их практической деятельности, и с благодарностью воспримет любые предложения и замечания по содержанию представленного издания.

Авторский коллектив

А

Абрасимов Пётр Андреевич (1912-2009), председатель Государственного комитета СССР по иностранному туризму (Госкоминтурист СССР) в 1983-1985 гг., советский партийный и государственный деятель, дипломат, Чрезвычайный и Полномочный посол СССР, доктор исторических наук, участник Великой Отечественной войны.

Абрис (sketching), схематический чертёж определённой местности или её части, который включает все или основные изображения объектов, расположенных в этой зоне.

Абуков Алексей Хуршудович (1919-2003), известный советский и российский деятель в сфере туризма и спорта, председатель Центрального совета по туризму и экскурсиям Всесоюзного центрального совета профессиональных союзов (ЦСТЭ ВЦСПС) в период 1969-1989 гг. А. участник Великой Отечественной войны, после демобилизации трудился в Ленинградском городском совете спортивного общества «Спартак», где многие годы посвятил укреплению материальной базы спорта. Он способствовал становлению и развитию системы ЦСТЭ. При его участии в период 1969-1980 гг. трижды принимались директивные документы государственного регулирования туризма (в 1969, 1975, 1980), специальные партийно-правительственные постановления по развитию туризма. За эти годы профсоюзный туризм в СССР превратился в крупную отрасль обслуживания населения. А. добился правительственного решения об освобождении туристско-экскурсионных организаций профсоюзов от налогов, благодаря чему полученная прибыль направлялась на развитие материальной базы, т.е. на строительство и реконструкцию гостиниц и турбаз, приобретение транспортных средств, обустройство объектов туристского интереса. А. также содействовал развитию научной базы туризма. По его инициативе в 1975 г. в системе профсоюзного туризма была создана Всесоюзная научно-исследовательская лаборатория по туризму и экскурсиям (ВНИЛТЭ), которая просуществовала вплоть до 1991 г.
Соч.: Туризм на новом этапе. М., 1983; Туризм на новом этапе: социальные аспекты развития туризма в России. М., 1983. – 277 с.; Туризм сегодня и завтра. Туристско-экскурсионная работа профсоюзов. М., 1978.

Аванпорт (outport), внешний морской или океанский порт, расположенный ближе к морю и доступный для многотоннажных судов, имеющих значительный размер и глубокую осадку. Как правило, А. связан коммуникациями и транспортным сообщением с основным портом. Большие пассажирские корабли часто швартуются в А., т.к. из-за глубокой осадки не могут войти в основной порт. Поэтому туристов доставляют в морской вокзал на катерах или небольших судах. См. *Внешний порт*.

Аванс (advance), предварительная выплата заказчиком туристской или деловой поездки организатору путешествия определённой денежной суммы в счёт будущих платежей за некоторые услуги, как правило, для бронирования билетов на тот или иной вид транспорта и номеров или спальных мест в средствах размещения, а также посадочных мест в организациях общественного питания.

Аварийная группа (accident group), туристы и/или местные жители, терпящие бедствие, катастрофу, аварию, крушение транспортного средства и т.д., которых необходимо спасти и оказать медицинскую, психологическую и/или другие виды помощи.

Аварийная посадка (emergency landing), непредвиденная посадка воздушного транспортного средства на землю или на воду в результате технических неисправностей, аварии природного или антропогенного характера и других серьёзных причин.

Аварийные световые сигналы (distress flares), специальные сигналы, которые подаются электрическими приборами, представляющие собой, как правило, световые вспышки, сообщающие о бедствии, поломке, повреждении и т.п. транспортного средства, смысл которых заключается в сообщении об аварии и просьбе о помощи извне.

Аварийный выход (emergency exit), специальный проём в архитектурном сооружении, где находится дополнительный выход за пределы данного помещения, который используется в случае какой-либо опасности: пожара, стихийных бедствий, техногенных катастроф, терактов и т.д. А.в. обязательно оборудуются в средствах размещения, на предприятиях общественного питания, транспортных средствах, в театральных и концертных залах и т.д. А.в., как правило, обозначаются хорошо заметной надписью или знаком, часто с подсветкой.

Авиакомпания (airline company), транспортное предприятие, осуществляющее пассажирские и грузовые воздушные перевозки на внутренних и международных линиях, оказывающее комплекс услуг для пассажиров, в том числе для туристов.

Авиакомпания местного значения (airline local value). См. *Местная авиалиния. Местный авиаперевозчик.*

Авиакомпания-партнёр (airline-partner), авиационный перевозчик, который имеет право авиакомпании-оператора, но не осуществляющий самостоятельно техническое и наземное обслуживание, а также контроль самолёта, выполняющего код-шеринговый рейс. См. *Код-шеринг.*

Авиакомпания чартерная (air charter company), авиакомпания, занимающаяся коммерческими пассажирскими и грузовыми перевозками на условиях аренды заказчиком всего самолета. Условия чартерных перевозок, которые требуют меньших затрат по сравнению с регулярными рейсами, позволяют чартерным авиакомпаниям успешно конкурировать на рынке авиаперевозок.

Авиалиния (airline), маршрут авиационного сообщения, который используется для регулярных полётов авиационного транспорта.

Авиапассажир (air traveller), турист, купивший авиабилет и совершающий полёт на пассажирском самолёте, вертолёте, воздушном шаре и другом авиационном транспортном средстве.

Авиаперевозки (aviatransportations). См. *Авиасообщения.*

Авиарейс (flight), полёт пассажирского самолёта, предусмотренный расписанием в одном направлении. С тем, чтобы разграничить А., каждому самостоятельному рейсу присва-

ивается номер, под которым он обозначается в справочных материалах и расписаниях. См. *Пассажирский самолёт*.

Авиарейс внутренний (domestic, internal flight), полёт, выполняемый по маршруту в пределах одного государства.

Авиарейс дополнительный (extra flight), полёт, выполняемый сверх предусмотренных расписанием регулярных рейсов на данном маршруте. А.д. обычно вводится, когда для перевозки больших групп пассажиров требуются дополнительные места.

Авиарейс ежедневный (flight daily), рейс, выполняемый авиационной компанией, ежедневно в одном направлении по установленному расписанию.

Авиарейс еженедельный (flight weekly), рейс, выполняемый авиационной компанией, в один и тот же день в одном направлении по установленному расписанию.

Авиарейс иногурационный (inaugural flight, maiden flight), первый официальный рейс, открывающий начало регулярных пассажирских перевозок на новой внутренней или международной линии. Обычно А.и. обставляются торжественными рекламными мероприятиями. На них совершают поездку официальные лица, руководители транспортного предприятия, представители СМИ и туристских фирм.

Авиарейс коммерческий (commercial flight), рейс, выполняемый на основе продажи и оплаты всех мест по применяемым тарифам и расценкам.

Авиарейс международный (international flight), полёт, выполняемый между двумя и более государствами. Экипаж и обслуживающий персонал А.м. обязаны владеть иностранными языками. Информация о рейсе и необходимые инструкции для пассажиров даются на иностранном языке.

Авиарейс на дальнее расстояние (long distance flight), полёт, выполняемый между континентами.

Авиарейс на короткое расстояние (short-haul flight), полёт, выполняемый на расстояние до 1000 км.

Авиарейс на среднее расстояние (medium-haul flight), полёт, выполняемый в пределах одного континента.

Авиарейс регулярный (daily flight), ежедневный, еженедельный, один раз в несколько дней рейс на одном и том же направлении согласно установленному расписанию. А.р. ежедневный, обычно выполняется на направлениях и в периоды наиболее интенсивных пассажирских перевозок. А.р. еженедельный, обычно вводится на направлениях со слабым пассажирским потоком.

Авиарейс специальный (special flight), авиационный рейс, выполняемый для перевозки больших групп пассажиров по заказу туристской фирмы или какой-либо организации – например, епархии РПЦ для паломнической поездки, – маршрут и время выполнения которого не совпадают с действующим расписанием. См. *Авиарейс чартерный*.

Авиарейс стыковочный (connecting flight), каждый из смежных рейсов, обеспечивающих последовательную перевозку пассажиров на продолжающих друг друга участках единого маршрута в соответствии с действующим расписанием. Перевозки

пассажиров на А.с. выполняются по единым билетам.

Авиарейс чартерный, авиачартер (charter flight, charter plane), перевозка пассажиров или грузов на арендованном самолете. В туризме А.ч. используются для перевозки больших групп в места назначения. Стоимость перевозки А.ч. ниже тарифов регулярных авиаперевозок. Между арендатором и авиакомпанией предварительно заключается специальный договор на осуществление А.ч. См. *Авиарейс специальный*.

Авиасообщение (air traffic), авиаперевозки пассажиров и грузов на воздушном транспортном средстве. См. *Авиаперевозки*.

Авиационная компания (airline company, airways), юридическое лицо, транспортное предприятие, выполняющее воздушные пассажирские и грузовые перевозки на внутренних и/или международных линиях.

Авиационный туризм (air tourism), подвид транспортного туризма, представляющий собой туристские путешествия, для осуществления которых используются в качестве основных транспортных средств воздушный пассажирский транспорт, в том числе частные самолёты, вертолёты, воздушные шары и т.д. Понятие авиационного туризма в основном применяется при классификации туристских поездок по средствам перевозки. См. *Транспортный туризм*.

Авиация (aviation), 1. теория и практика передвижения по воздуху на летательных аппаратах тяжелее воздуха; 2. отрасль деятельности людей, связанная с полётом летательных аппаратов. Появление пассажирской авиации в первой половине XX в. дало новые возможности для развития туризма.

Авиетка (aviette, baby plane), лёгкий самолёт с маломощным двигателем, обычно, одно- или двухместный, применяется в туризме, как правило, для обзорных экскурсий и достижения аттрактивных мест, где отсутствует рейсовый транспорт.

Автобан (highway, autobahn). См. *Автострада. Скоростная дорога*.

Автобус (bus, coach), транспортное средство для коллективного передвижения пассажиров, в том числе туристов, предназначенное для перевозки 7 и более пассажиров. А. длиной менее 5,5 м называются микроавтобусами (по российской классификации — автобусы особо малого класса), в остальном мире к микроавтобусам относят А. и минивэны вместимостью от 9 до 16 пассажиров.

Автобус двухэтажный (double decker), автобус, имеющий двухэтажный пассажирский салон и используемый в качестве городского общественного транспорта, специализирующийся, как правило, для проведения обзорных экскурсий по определённому маршруту для всех желающих, но преимущественно для туристов и экскурсантов.

Автобус рейсовый (bus), автобус, выполняющий регулярные пассажирские перевозки по установленным маршрутам и расписанию. А.р. обслуживают городские, пригородные и междугородние линии. А.р. могут использоваться для перевозки туристов по дешёвым классам обслуживания.

Автобус туристский (tourist coach, tourist bus), автобус, предназначен-

ный для проведения экскурсий по городу или загородных поездок, а также для перевозки туристов по определённому маршруту, в том числе между городами и государствами. Основными техническими требованиями к А.т. являются: большая маневренность, бесшумность и мягкость движения, эргономичность салона, наличие больших окон в салоне, дающих возможность широкого обзора, мягкие кресла с ремнями безопасности, подлокотниками и откидывающимися спинками, вентиляции и системы кондиционирования воздуха, миникухни и биотуалета, видеосистемы, в том числе LCD-мониторов, вмонтированных в подголовники сидений. В А.т. должны быть предусмотрены специальное кресло для гида-переводчика и аудио-усилительная установка для проведения экскурсий. В А.т. должно быть место для провоза багажа пассажиров соответственно количеству мест. Обычно большие А.т. бывают длиной до 14 м и вмещают в салон до 50 человек пассажиров, не считая водителей и сопровождающих лиц.

Автобусная остановка (bus stop), специально обозначенное и оборудованное место на трассе и/или на улице населённого пункта, где регулярно по расписанию и/или по требованию останавливаются автобусы.

Автобусный вокзал (bus terminal), транспортный комплекс, включающий специальное здание или помещения, в которых расположены диспетчерская, кассы по продаже билетов, залы ожидания, информационное бюро, магазины, кафе и/или буфеты, туалеты, служба безопасности, а также специально оборудованные места подачи автобусов для посадки пассажиров. А. сокращённо называют «автовокзал». А.в. является местом, от которого начинаются и где заканчиваются автобусные маршруты, но может быть и транзитным.

Автобусный маршрут (bus route), 1. направление движения, путь следования автобуса между определёнными географическими местами, который может быть кольцевым, линейным, радиальным и комбинированным; 2. графическое или документальное отображение, в виде расписания и др., заранее определенного направления движения автобусов, содержащее указание времени и пункта отправления, названия всех остановок и мест прибытия.

Автобусный туризм (bus tourism), подвид транспортного туризма, представляющий собой организованные туроператором групповые путешествия туристов на автобусе по заранее определённому маршруту, в ходе которых туристы имеют возможность посетить несколько городов или стран.

Автобусный челнок (bus shuttle), автобус, который постоянно или в определённое время совершает рейсы между, как правило, двумя пунктами для перемещения пассажиров на небольшие расстояния. Например, между гостиницей и аэропортом, железнодорожным вокзалом и центром города и т.д.

Авто-буфет (drive-in buffet). См. *Авто-ресторан*.

Автокараван (caravan), фургон или кабина на колесах, прицепляемые к легковой автомашине и используемые автотуристами при путешествии в качестве жилища в местах временной остановки – например, в кемпинге. В зависимости от размеров и внутренней планировки А. может иметь

одно или несколько малогабаритных помещений для спальни, кухни, туалета. В США А. обычно называются трейлерами. См. *Караванинг*.

Авто-маршрут (auto route), маршрут путешествия на легковой автомашине или автобусе. Для А. выбираются дороги, пригодные для проезда на автотранспорте, имеющие развитую дорожную инфраструктуру: сеть заправочных колонок и станций техобслуживания, систему дорожных знаков и указателей, достаточное количество мотелей и кемпингов, используемых для остановки туристов на ночлег.

Автомат по продаже билетов (automatic ticketing machine), электронный автомат, позволяющий пассажиру приобретать билеты самостоятельно, без помощи кассира. А.п.б. устанавливаются на железнодорожных и автобусных вокзалах, в аэропортах, морских и речных портах, а также в других транспортных комплексах, на остановках, станциях и т.д.

Автомат торговый (slot machine), автоматическое устройство, используемое для продажи некоторых ходовых штучных товаров: шоколада, конфет, вафлей, сигарет, прохладительных и горячих напитков, жевательных резинок, бутербродов и др. Устанавливаются в наиболее людных местах: гостиничных вестибюлях, универмагах, вокзалах, кинотеатрах и пр.

Автомобиль (car), индивидуальное средство передвижения, предназначен для перевозки небольшого числа пассажиров и грузов, широко применяется в туризме.

Автомобиль без водителя (car without chauffeur, self-drive car), 1. услуга, предоставляемая туристу в виде аренды легкового автомобиля, согласно которой он сдается в прокат без шофёра, и сам заказчик управляет арендованной автомашиной определённое количество времени. Цена аренды определяется с учётом продолжительности пользования автомобилем и ежедневным или общим километражем пробега. Заправку автомашины топливом заказчик производит за свой счёт; 2. автономный автомобиль, в котором турист может проехать в качестве пассажира заданный маршрут и выйти в месте назначения. По оценкам экспертов, будет доступен уже в 2020 г., станет обычным явлением к 2025 г. и к 2030 г. может занять монопольное положение на рынке автоперевозок. См. *Аренда*.

Автомобиль с водителем (chauffeured car), услуга, предоставляемая туристу в виде аренды легкового автомобиля, согласно которой он даётся заказчику в прокат только с профессиональным водителем вне зависимости от продолжительности и маршрута путешествия. При этом устанавливается ежедневная продолжительность работы водителя в пределах определенного количества часов дневного времени. За использование автомобиля с шофером сверх установленных дневных часов заказчик производит дополнительную оплату. См. *Аренда*.

Автомобильный туризм / Автотуризм (motoring tourism), вид туризма, представляющий собой путешествия людей в страны или местности, отличные от их постоянного места жительства, в которых основным средством передвижения выступает частный или арендованный автомобиль, микроавтобус или мотоцикл. Первые автомобильные путешествия на личном автотранспорте начали

совершать по мере развития автомобильной промышленности в начале XX в. В 1902 г. в Санкт-Петербурге был создан один из первых в России клубов автопутешественников. Однако наибольшую популярность этот вид туризма приобрел в середине XX столетия. В этот период автомобильные компании стали активно выпускать такие модели личного транспорта, на которых можно было совершать длительные поездки, а многие государства начали строить протяженные и обустроенные дороги, имеющие развитую инфраструктуру. Наиболее динамично А.т. развивался в США, где в середине XX в. в связи со стремительным ростом благосостояния граждан и налаженным автомобилестроением путешествия на личном транспорте приобрели массовый характер. В настоящее время услуги по туристским поездкwам на автомобиле предоставляют специализированные автомобильные агентства. Они занимаются разработкой маршрутов, подбором отелей, кемпингов и хостелов, бронированием паромов и оформлением виз. Тем не менее, наиболее привлекательным этот вид путешествий стал именно по той причине, что туристы имеют возможность планировать свою поездку самостоятельно и без посторонней помощи, не подстраиваясь под расписания поездов и самолетов. Одним из самых популярных видов А.т. были и остаются путешествия в виде караванинга и сафари. Автотуризм в СССР был исключительно внутренним, и только начиная с 90-х гг. XX в российские туристы стали путешествовать за пределы страны. Наиболее популярными направлениями российских автотуристов являются Москва, Санкт-Петербург, города Золотого кольца, Алтайский край, Карелия, Ростов-на-Дону, Сочи; в Европе – Австрия, Белоруссия, Германия, Греция, Италия, Испания, Франция, Чехия, Украина и страны Скандинавии, в первую очередь – Финляндия.

Автопаром (car ferry), самоходное судно специальной конструкции, предназначенное для регулярных перевозок автомобильного транспорта с пассажирами между островами и материком, между берегами проливов, рек, озёр и т.д. А. курсируют на наиболее интенсивных участках движения автотранспорта, связывая между собой автомобильные дороги.

Автоприцеп (camping trailer, caravan), прицеп на колёсах для легкового автомобиля или других средств передвижения, оборудованный для жилья спальными местами, кухней, туалетом, душевой кабиной, имеет общий салон и т.п. Используется туристами как средство размещения в местах временных остановок, в основном на автостоянках.

Авторалли (rally), многодневное путешествие на серийных автомобилях различного класса, проводимое как спортивное комплексное состязание в мастерстве вождения, соблюдении графиков и правил прохождения дистанции. А. проводятся в национальном и международном масштабах. Они, как правило, используются для рекламы продукции автомобилестроительных компаний. А., как правило, привлекают многочисленных зрителей, в том числе туристов.

Авто-ресторан (drive-in restaurant), 1. ресторан (буфет), оборудованный в автобусном салоне или специальном прицепе. Используется как мобильное средство временного обслуживания в местах, где нет обычных стационарных предприятий общественного питания – например,

в местах загородного отдыха, во время проведения фестивалей, спортивных мероприятий, массовых празднеств и гуляний; 2. предприятие общественного питания, ресторан, кафе быстрого обслуживания, к которому клиент может подъехать на автомобиле и, не выходя из него, получить обслуживание или оставить транспортное средство на стоянке и поесть в зале или на специально оборудованной площадке, веранде и т.д.

Автостоп (hitch-hiking), способ туристского путешествия с использованием попутного автотранспорта. А. является одним из видов неорганизованного туризма. Он особенно популярен среди молодёжи. Многие зарубежные студенческие клубы выпускают специальные талоны, которые молодые туристы (автостоперы) вручают владельцу автомашины. Владельцы автомашин, набравшие определенное количество таких талонов, получают от студенческих клубов вознаграждение. См. *Автостопер*.

Автостопер (hitch-hiker), турист, использующий для своего передвижения попутный автотранспорт. Такая поездка основывается на добровольном согласии владельца автомашины взять на свободное место в своей машине попутчика, т.е. А. Обычно А. «голосуют» на обочине дороги поднятием руки или держа плакат, указывающий название ближайшего пункта путешествия, просят остановиться проезжающие машины. См. *Автостоп*.

Автостоянка (car parking), специальное место, отведённое для временной стоянки легковых автомобилей и туристских автобусов в городах, населённых пунктах и объектах туристского показа. А. бывают постоянными и временными, охраняемыми и неохраняемыми. Как правило, они являются платными. Оплата производится через смотрителя или через автоматы. Гостиницы и мотели, имеющие собственные А., обычно не берут дополнительную плату за стоянку автомашин своих посетителей, т.к. эта услуга включается в стоимость проживания. См. *Автостоянка и кровать*. *Автостоянка и место для палатки*.

Автостоянка и кровать (parking site and bed), категория обслуживания в кемпинге, согласно которой автотуристам предоставляется место для стоянки их автомобиля и спальное место (кровать со спальными принадлежностями) в гостинице, в 2-4-местной палатке или легком домике, принадлежащем кемпингу. См. *Автостоянка*.

Автостоянка и место для палатки (parking and tent site), категория обслуживания в кемпинге, согласно которой автотуристам предоставляется место для стоянки их автомобиля и место для установки палатки (собственной или арендованной в кемпинге). См. *Автостоянка*.

Автострада (motorway, highway), современная автомобильная дорога, предназначенная и оборудованная для движения больших потоков автомобилей с высокими скоростями, имеющая неуправляемые развязки на перекрёстках, незначительные уклоны и плавные повороты.

Автотуризм (trailering). См. *Автомобильный туризм*.

Автотуризм с размещением в кемпингах (camping), подвид автомобильного туризма, во время которого размещение автотуристов организу-

ется только или преимущественно в кемпингах. См. *Автомобильный туризм. Кемпинг.*

Автотурист (motorist), турист, использующий для своего передвижения по маршруту собственный или арендованный легковой автомобиль, микроавтобус или мотоцикл. Для А., управляющих автотранспортом, необходимо иметь национальные или международные права на вождение автомобилем. См. *Автомобильный туризм.*

Автофургон (camper), 1. одновременно средство размещения и передвижения; автомобиль, оборудованный для жилья, имеющий спальные места, кухню, душевую кабину, туалет и т.д.; 2. закрытый небольшой грузовик, предназначенный для перевозки грузов, а также туристского багажа.

Агент морской (shipping agent), специалист, занимающийся посредническими операциями по организации обслуживания судов в морских портах. А.м. выступает посредником между судовладельцами и различными портовыми службами, услугами которых вынуждены пользоваться суда во время стоянки в порту, – например, выделение места для причаливания, буксировка, стивидорские и шипшандерские операции, бункеровка, организация экскурсионной программы, транспортного обслуживания туристов и др.

Агент рекламный (advertising agent), специалист, занимающийся организацией размещения рекламных материалов, в том числе информации о туристских услугах, в средствах массовой информации, получая от последних за это тарифные скидки или комиссионное вознаграждение.

Агент туристский (travel agent), физическое или юридическое лицо, выступающее в качестве посредника между производителями или оптовыми продавцами туристских услуг и их покупателями, а также выполняющее операции по розничной продаже в небольших объёмах и на ограниченной территории.

Агент туристский генеральный (general travel agent), специалист, получивший от конкретного поставщика туристских услуг – турфирмы, гостиницы, транспортной компании и т.д. – исключительное право продавать его услуги на определенной территории, или в течение определенного периода, или на определенное мероприятие – например, на спортивный чемпионат, художественную выставку, кинофестиваль и т.д.

Агент туристский дипломированный (certified travel agent), специалист, имеющий диплом об окончании учебного заведения по специальности «туризм». А.т.д. обычно используют диплом об окончании специализированного учебного заведения для собственной рекламы. Например, на почтовых бланках и визитных карточках такого агента указывается факт наличия у него туристского (гостиничного, ресторанного и т.д.) диплома.

Агентский договор (agents contract), вид договорных отношений в предпринимательской деятельности, представляющий собой договор между агентом и принципалом, по которому агент обязуется за вознаграждение совершать по поручению принципала юридические и иные действия от своего имени, но за счёт принципала, либо от имени и за счёт принципала. См. *Агентское соглашение*.

Агентское вознаграждение (agency fee), оплата за посреднические услуги по продаже туристского продукта и его рекламе с целью расширения сферы сбыта и т.д. Наиболее распространены ставки, колеблющиеся от 8 до 12% стоимости проданного продукта.

Агентство рекламное (advertising agency), профессиональная организация, предоставляющая своим клиентам услуги по планированию и проведению рекламной кампании или её составляющих, а также продвижения на туристский рынок турпродукта.

Агентское соглашение (agents contract), вид договора, по которому одна сторона (турагент) обязуется за вознаграждение совершать по поручению другой стороны (туроператора) юридические и иные действия от своего имени, но за счёт туроператора, либо от имени и за счёт туроператора, получая за это комиссию, зарплату или какие-либо преференции. А.с. может предусматривать также выполнение турагентом от имени и в интересах туроператора определённого рода обязанностей. См. *Агентский договор*.

Агентство туристское (travel agency), юридическое лицо (турагентство) или индивидуальный предприниматель (турагент), осуществляющее деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, сбору и отправке туристских групп, а также обладающее соответствующими полномочиями от туроператора, закреплёнными специальным договором.

Агентство туристское лицензированное (licenced travel agency), агентство, получившее от государственных органов официальное разрешение (лицензию) на продажу туристских услуг. Во многих странах законодательство разрешает заниматься турагентской деятельностью только лицензированным агентствам. Получение лицензии связано с соблюдением определенных формальностей: например, владелец агентства должен обладать определенным капиталом, вложенным в туристское предприятие, иметь туристское образование или несколько лет стажа работы в туристском бизнесе, оплатить соответствующий лицензионный сбор и т.д.

Агломерация городская (urban agglomeration), крупный мегаполис, возникший в результате срастания различных городских поселений, как правило, вокруг одного крупного города, районы которого имеют тесные экономические, инфраструктурные, культурные, торговые, бытовые, трудовые связи.

Агломерация туристская (tourist agglomeration), тип территориальной рекреационной системы, возникающей на базе крупного туристского центра с обширной площадью зоны урбанизации, поглощающей смежные населённые пункты.

Аграрный туризм / Агротуризм (agricultural tourism). См. *Сельский туризм*.

Агрегированные показатели (aggregated indicator), используемые в рамках вспомогательного счёта в туризме, показывающие роль туристской отрасли в экономике страны:
- расходы, относящиеся к туризму внутри страны;
- потребление, относящееся к туризму внутри страны;
- валовую добавленную стоимость, создаваемую в отраслях туризма (ВДСОТ);

- валовую добавленную стоимость, создаваемую непосредственно в туризме (ВДСНТ);
- валовый внутренний продукт, создаваемый непосредственно в туризме (ВВПСНТ).

Агроландшафт (agricultural landscape, agrolandscape), антропогенный ландшафт, естественная растительность которого на большей части территории заменена агроценозами: полями, пастбищами, сенокосами, многолетними посадками с/х культур и т.д. А. используется как объект показа в сельском, экологическом и других видах туризма.

Агропарк (agropark), специальная аттрактивная территория в сельской местности, предназначенная для сельскохозяйственной деятельности и экспонирования её туристам. См. *Сельский туризм*.

Адаптация (adaptation), приспособление организма человека к изменению окружающей среды. В туризме необходимо учитывать при перелётах туристов в различные климатические зоны, а также при составлении программы следует планировать время, необходимое для привыкания человека к новой среде обитания. См. *Акклиматизация*.

Адекватный туризм (adequate tourism), подвид культурно-познавательного и экологического туризма, представляющий собой туристские путешествия, базирующиеся на посещении уникальных объектов каких-либо территорий, активно способствующие сохранению и рациональному использованию культурного и природного наследия.

Административные формальности (administrative procedure). См. *Формальности*.

Администратор гостиницы (hotel manager). См. *Портье*.

Администратор театра (administrator of the theater). См. *Театральный администратор*.

Азар Вильям Ильич (1931-2008), известный российский учёный в сфере туризма, заместитель министра культуры и туризма РФ в 1992-1993 гг., первый вице-президент Международной общественной туристской академии (МТА) в 2005-2008 гг. Внёс большой вклад в становление и развитие современного туристского комплекса Российской Федерации. В 1953 г. окончил экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова. Кандидат экономических наук, профессор. В начале 60-х гг. XX в. занялся консультированием в сфере туризма, гостиничной деятельности и транспорта, работая консультантом в еженедельнике ЦК КПСС «Экономическая газета». С 1968 г. руководил сектором «Ценообразование услуг» в НИИ Государственного комитета цен при Совете Министров СССР. Накануне XX Олимпийских игр в Москве впервые разработал прейскуранты К-О5 и К-О5И для гостиниц. А. является автором присвоения категорий гостиницам и отнесения предприятий общественного питания, а также лечебных учреждений к различным разрядам. Им подготовлены нормативные документы по ценообразованию в сфере культуры. В 1972 г. опубликовал книгу «Экономика и организация туризма», которая впоследствии стала классическим произведением, научным, настольным учебным пособием для специалистов всех уровней сферы международного и внутреннего туризма СССР и Российской Федерации. В 1975 г. стал лауреатом премии

Всесоюзного географического общества за подготовку в соавторстве с профессором А.С. Преображенским фундаментального труда «Рекреационная география». В 1980-е гг. руководил кафедрой в НИИ Госкомстата СССР, а в период перехода экономики страны на новые методы хозяйствования заведовал кафедрой «Экономика туризма» в Институте повышения квалификации работников туристско-экскурсионных организаций системы Центрального совета по туризму и экскурсиям ВЦСПС. В 1988-1991 гг. А. входил в состав научной группы Советского фонда культуры по особо охраняемым культурным и природным территориям, принимал участие во всех научных экспедициях СФК того периода. В 1990-1992 гг. был общественным экспертом Верховного Совета РСФСР, а в 1991-1993 гг. – Правительства РФ по вопросам развития туризма, а также сохранения и использования культурного и природного наследия. В 1992-1993 гг. занимал пост заместителя министра культуры и туризма РФ, т.е. фактически стал первым федеральным руководителем туристской отрасли в новой России. В 1993-1994 гг. был заместителем председателя Комитета по туризму РФ. В последующие годы А. вёл большую общественную, научную, преподавательскую деятельность, являлся членом редакционной коллегии нескольких специализированных экономических и туристских изданий. Активно участвовал в создании туристских общественных объединений: Национальной туристской ассоциации и Национальной академии туризма. Выступил одним из инициаторов создания в 2005 г. Международной общественной туристской академии (МТА), был избран её первым вице-президентом.

Соч.: Экономика и организация туризма. М., 1972; Транспорт и туризм. М., 1972 (совм. с Поляк С.В.); Рекреационная география. М., 1975 (совм. с А.С. Преображенским); Экономика туристского рынка. М., 1998 (совм. с Тумановым С.Ю.); Методологическое введение к программам регионального туристского развития // В Сб. Труды Академии туризма. Вып. 1. СПб., 1995. С. 21-29; Очевидные проблемы туризма в России // В Сб. Труды Академии туризма. Вып. 3. СПб., 2000. С. 21-28.

Азимут (azimuth), угол, образуемый между направлением на какой-либо объект на карте или местности и направлением на север. Определяется в целях выбора направления движения туристов.

Азиатско-Тихоокеанская туристская ассоциация – ПАТА (Pacific Asia Travel Association – PATA), неправительственная международная туристская организация, основана в 1951 г. ПАТА объединяет более 2200 членов из 34 стран, представляющих национальные правительственные туристские организации, транспортные и гостиничные ассоциации, туристские фирмы, а также другие организации, связанные с индустрией туризма. ПАТА активно действует по развитию туризма в странах Тихоокеанского региона, проводит исследования в области маркетинга, осуществляет образовательные программы для специалистов в сфере туризма, сотрудников авиалиний, гостиниц и других организаций.

Айссёрфинг (ice surfing), катание на коньках под парусом.

Аквабайк (aquabike). См. *Водный мотоцикл*.

Акваланг (skin-dive, aqualung), аппарат для дыхания под водой при погружении человека на небольшую глубину. Используется туристами для погружения и плавания под водой на морских курортах.

Аквапарк (aquapark, aqualand), территория на открытом воздухе или в большом закрытом помещении (в регионах с холодным климатом), имеющая специальные сооружения и оборудование: бассейны, водные горки, фонтаны, аттракционы для отдыха и развлечения посетителей. Посещение А. является платным. Обычно А. являются местами массового посещения туристами. Современные А. оснащены приспособлениями для искусственного нагнетания волн в бассейне, занятия особым видом сёрфинга и т.д.

Аквариум (aquarium), прозрачная ёмкость для постоянного содержания водных организмов. Чаще всего под А. понимается комнатная стеклянная ёмкость для содержания аквариумных рыбок, которая используется для оформления интерьеров в частных домах, гостиницах, ресторанах, офисах и других общественных местах. По техническим причинам максимальный объём такого А. обычно не превышает одного-двух куб. м. А., предназначенные для демонстрации зрителям водных флоры и фауны, а также существующие в составе зоопарков или как отдельные зрелищно-просветительские учреждения, могут достигать 7500 куб. м в объёме. А. различаются по конструктивным особенностям и составу воды, а также по назначению. См. *Океанариум.*

Акватель (aquatel), неформальное название средства размещения, представляющего собой соответствующим образом оборудованное судно, изъятое из эксплуатации как транспортное средство и поставленное стационарно у причала и используемое в качестве отеля.

Акватория (aquatory, water area), водное пространство, участок водной поверхности, ограниченное естественными, искусственными или условными границами, берегами или портовыми сооружениями, с присущими ему ресурсами и инфраструктурой. Различают:
- естественные акватории: океаны, моря, заливы, бухты, озёра;
- искусственные акватории: порты, водохранилища, каналы и т.д.

В состав акватории порта входят водные подходы к нему, рейд и внутренняя гавань или бассейны, в пределах которых размещены причальные сооружения и производится разгрузка и погрузка судов, в том числе туристских лайнеров.

Аквизиция (acquisition), термин, который определяется как привлечение иностранных туристов в страну. В практике работы «Интуриста» с 1934 г. «аквизиция» – документально подтвержденное намерение совершить поездку – являлась показателем оценки выполнения установленных плановых показателей по приёму туристов и поступлению иностранной валюты на основании договоров, заключённых с иностранными фирмами.

Акклиматизация (acclimatization), приспособление организма человека к новым, непривычным для него климатическим условиям, а также к широте, высоте, часовому поясу, рельефу местности и т.д., которое занимает определённое время, иногда до нескольких дней. Реакции А. имеют наследственную основу и касаются всех регулирующих систем

организма. Наибольшего напряжения приспособительные реакции А. достигают при попадании человека в экстремальные условия (сильная жара или холод, высокогорье и т.п.) Обычно здоровые тренированные люди переносят процесс А. легко, хотя в первые дни могут возникать чувство недомогания, снижение работоспособности, аппетита, нарушение сна и др. В дальнейшем (через 5-10 дней) самочувствие и работоспособность восстанавливаются. В некоторых случаях (вследствие нетренированности, переутомления, заболевания) полноценной А. не наступает в связи с ухудшением приспособительных возможностей организма. Учитывая закономерности течения процесса А., в первые дни пребывания в новом месте туристу следует избегать перегрузок и при необходимости обратиться к врачу.

Аксессуары гостеприимства (accessories hospitality), предметы оснащения гостиничного номера, полезные в быту предметы, используемые для создания в номере «домашнего» уюта:
- туалетные принадлежности разового пользования (мыло, шампунь, гель, лосьон, соль для ванны);
- тапочки банные, шапочка банная;
- рекламные и информационные материалы о дополнительных услугах средства размещения;
- журналы и газеты;
- швейный набор (нитки, иголки, пуговицы, булавки);
- спички, щётка, губка, рожок для обуви;
- пакет для предметов гигиены;
- пакет для прачечной-химчистки и т.д.

А.г. обычно изготовляются с логотипом гостиницы или туристской фирмы.

Активный туризм (active tourism). 1. Понятие в международном туризме, определяющее значительное число посещений какой-либо страны жителями других стран. 2. Подвид спортивного, оздоровительного, самодеятельного и приключенческого туризма, представляющий собой туристские путешествия с использованием активных видов передвижения, т.е. с затратой собственных физических усилий туриста. К А.т. относится большинство направлений самодеятельных туристских путешествий: спортивные – пешие, лыжные, горные, водные (с применением безмоторных судов), велосипедные, конные, спелео и т.д., или их комбинации на различных участках маршрута. В плановые туристские путешествия с использованием транспорта (автобус, поезд, теплоход и др.) также нередко включают т.н. активную часть путешествия – турпоход в период пребывания в течение нескольких дней в одном пункте. А.т. имеет преобладающее развитие на территориях, сохранивших свои уникальные ландшафты. К таковым относятся территории, имеющие одновременно и низинные равнинные, болотные, степные ландшафты, так же как горные и пустынные ландшафты. Туризм, классифицируемый по способу передвижения как активный, может иметь и спортивные цели (см. *Спортивный туризм*). В XX в. широкое развитие получил *спортивно-оздоровительный туризм*. Благодаря доступности и богатству природного разнообразия в России и странах СНГ спортивно-оздоровительным туризмом, а также экстремальными видами спорта массово занимаются все слои населения. А.т. предусматривает различные направления отдыха и путешествий, развлечений, спорта (лазание по скалам, спортивные игры, плавание на плотах

по бурным рекам, подводный туризм, сафари и др.), требующие значительного физического напряжения и доступные далеко не всем категориям туристов. См. *Экстремальный туризм. Приключенческий туризм*.

Акцепт (accept), согласие одной стороны на заключение договора в соответствии с предложением (офертой) другой стороны. А. применяется в ходе расчётов за услуги, в том числе туристские, при которых платёж производится с согласия (акцепта) плательщика по расчётным документам, выписанным поставщиком услуг. См. *Оферта*.

Акционерное общество (joint-stock company), компания или другое предприятие, являющееся юридическим лицом, основанные на объединении капиталов или имущества для совместной коммерческой или предпринимательской деятельности, в том числе в туристской сфере.

Акция (action, share), 1. ценная бумага акционерного общества, закрепляющая права её владельца на участие в управлении акционерным обществом и на получение части прибыли в виде дивидендов; 2. в широком смысле А. – это любое социально значимое действие, предпринимаемое с определенной целью.

Алкогольный туризм (alcohol tourism), подвид гастрономического туризма, представляющий собой путешествие в какую-нибудь страну, регион или местность с основной целью – дегустация спиртных напитков: вин, шампанских вин, коньяков, виски, водки, саке, настоек, портвейнов, вермутов, ликёров, ромов, пива и т.д. А.т. также называют алкотуризмом и пьяным туризмом. Дегустация спиртных напитков, как правило, сочетается со знакомством с блюдами традиционной национальной кухни различных народов. В некоторых странах устраиваются торжественные дегустации традиционных спиртных напитков, связанные с национальными праздниками – в том числе нового урожая. А.т. связан с организацией специальных туристских путешествий с целью знакомства с историей и процессом производства национальных напитков, которое сопровождается потреблением напитка в месте его создания.

Альков (alcove), большая ниша, углубление в стене гостиничного большого номера, используемая – в зависимости от размера – как спальня, комната отдыха, небольшой кабинет, домашняя часовня, киот для икон, или место для дивана, кресла, шкафа. От основной части номера А. может отделяться занавесом или ширмой. А. часто устраивается в гостиницах высокого класса, которые расположены в исторических зданиях.

Альпийская тропа (alpine trail), маркированные тропы в горах, предназначенные для пешеходных путешествий как части горного туризма. А.т. проложены и поддерживаются европейскими туристскими союзами и клубами. А.т. соединяют все местные альпийские хижины и достопримечательности. А.т. наносят на карты и поддерживают в хорошем состоянии. Можно сказать, что они – хлеб альпийского туризма, поскольку дают возможность ходить в горы тем, у кого нет специальной подготовки. Хождение по большинству троп в альпийских горах не предполагает использование специальной техники или снаряжения, кроме, конечно, троп на ледниках. Распространены в Альпах (отсюда и название): в Австрии, Германии, Италии,

Франции, Швейцарии. Во второй половине XIX в. появились первые специально маркированные и обустроенные прогулочные и экскурсионные тропы. В начале XX в. появились и первые туристские тропы. Во второй половине XX в. оборудование и маркировка специальных туристских троп в Альпах было поставлено на высокий профессиональный уровень. В настоящее время на территории Альп имеется более полумиллиона километров маркированных туристских троп. Общая протяженность всех пешеходных троп в Альпах превышает 7 млн. км. Визуально же троп в Альпах ничуть не больше, чем в популярных районах Кавказа, Тянь-Шаня и Алтая. См. *Маркированные тропы.*

Альпийские хижины (alpine hut). См. *Горный приют. Шале.*

Альпинизм (climbing), путешествие в горах, включающее восхождение на горные вершины. В широком понимании А. можно рассматривать как вид спортивного и горного туризма. Современный спортивный А. – вид спорта и туризма с путешествием к месту начала восхождения и подъёмом на горные вершины по маршрутам различной сложности, а также возвращение после завершения маршрута. Технически сложный маршрут включает крутые и протяжённые скальные, ледовые и снежные склоны, гребни или кулуары, а также различные комбинации таких участков. Особое место в А. занимают восхождения на вершины высотой более 6000 м – т.н. высотный А., характерной особенностью которого является пребывание в условиях кислородного голодания. Разновидностью спортивного А. является скалолазание. Возникновение А. обычно относят к 1786 г., когда швейцарцы Ж. Бальма и М. Паккар достигли вершины Монблана (4807 м) в Альпах. Восхождение английской группы Э. Уимпера на Маттерхорн (4477 м) в 1865 г. иногда считают началом спортивного А. В 1932 г. создан Международный союз альпийских ассоциаций (УИАА), в который советская федерация А. вошла в 1966 г. В 1950 г. был покорён первый «восьмитысячник» в Гималаях – Аннапурна (8078 м; М. Эрцог, Л. Лашеналь), а в 1953 г. – высотный полюс Земли – Эверест (8848 м; Э. Хиллари, Т. Норгей). В России первым восхождением принято считать подъём на вулкан Ключевская сопка (4750 м) участников исследовательской экспедиции Д. Гаусса в 1788 г. В 1829 г. на восточную вершину Эльбруса (5621 м) взошёл проводник экспедиции Санкт-Петербургской Академии наук и войск Кавказской линии К. Хаширов. История советского А. начинается с восхождения на вершину Казбека в 1923 г. двух групп грузинских учёных и студентов под руководством Г. Николадзе и А. Дидебулидзе. В 1933 г. Е.М. Абалаков совершил первовосхождение в горах Памира на пик Сталина (с 1962 г. по 1998 г. — пик Коммунизма, ныне — пик Исмаила Самани), ему одному из многочисленного состава штурмового отряда памирско-таджикской экспедиции удалось достичь вершины — 7 495 м. Он совершил восхождение не менее чем на 50 вершин, проводил научные исследования, изучал и наносил на карты горные хребты и ледники Памира и Тянь-Шаня. В 1982 г. 11 советских альпинистов впервые поднялись на Эверест труднейшим маршрутом по его юго-западной стене. Обычно все пройденные маршруты на отдельные вершины классифицируют по сложности. Приняты 12 категорий сложности – от 1а до 6б.

Поскольку А. связан с повышенным риском для жизни участников восхождений, необходимо чтобы квалификация и опыт альпиниста соответствовали категории сложности выбранного для восхождения маршрута. Это является основным условием обеспечения безопасности в горах. Начинающие альпинисты обычно проходят подготовку в альпинистском лагере, где они знакомятся с элементами техники передвижения в горах, способами и приёмами страховки, техническими средствами и тактикой А. Дальнейшее повышение квалификации альпиниста, характеризуемой соответствующим спортивным разрядом, осуществляется как в альпинистских лагерях, так и на спортивных сборах. Для альпинистов высшей квалификации проводятся чемпионаты страны по различным классам: скальному, техническому, высотному (на вершины выше 6700 м) и траверсам. См. *Горный туризм*.

Альпинистский лагерь (mountaineering camp), спортивная и туристская база для обучения альпинистов и совершенствования их мастерства. В А.л. имеются палатки, летние домики и капитальные строения, методические и медицинские кабинеты, а также необходимое снаряжение В нём предусмотрено размещение и питание альпинистов, их культурно-массовое и бытовое обслуживание, организация учебных и спортивных программ и т.д. А.л. бывают стационарными и передвижными, сезонными и круглогодичными. А.л. функционируют в зимний период как горнолыжные базы. А.л. называются также временные лагеря, создаваемые при проведении альпиниад (массовых восхождений альпинистов), учебно-тренировочных сборов российского и международного уровня.

Альтернативный туризм, (alternative tourism), термин, который используется для обозначения такого вида путешествий, когда в качестве организатора поездки выступает не туроператор или турагент, а сам турист, путешественник, что стало возможным в настоящее время благодаря развитию Интернета и других средств массовой (электронной) коммуникации. См. *Самостоятельный туризм*.

Амфитеатр (amphitheatre). 1. В Античной Греции и Древнем Риме – архитектурное сооружение, представляющее собой овальное или круглое, не покрытое крышей здание, с постепенно возвышающимися вокруг стен местами для зрителей. А. предназначался для театральных представлений, собраний, зрелищ и т.д.; 2. В настоящее время понятие, определяющее пространство в интерьере, – часть зрительного зала в театре, концертном зале, цирке, учебной аудитории и т.д., находящаяся за партером и устроенная полукружием, с рядами мест, поднимающимися один над другим.

Анализ безубыточности (break-even analysis), экономическая деятельность, которая помогает определить, сколько единиц товара и услуг необходимо продать, чтобы окупить все расходы по содержанию гостиницы, ресторана, туристского, транспортного или торгового предприятия и т.д.

Анализ маркетинговых затрат (analysis of marketing costs), в туризме представляет собой совокупность методов и приёмов стоимостной оценки эффективности вложений в маркетинговые мероприятия турфирмы, в том числе в рекламу туристской деятельности.

Анализ хозяйственной деятельности туристского предприятия (analysis of economic activity of the tourist enterprise), это средство изучения процессов и результатов деятельности для объективной оценки эффективности хозяйствования, финансового положения и конкурентоспособности. Анализ охватывает все стороны деятельности туристского предприятия и определяет влияние условий, в которых она осуществляется. Главное внимание уделяется выяснению причин, препятствующих повышению эффективности работы. Методика экономического анализа — это совокупность специальных приемов, способов, правил, применяемых для обработки экономической информации о деятельности туристской фирмы. Важным условием, которое необходимо соблюдать при анализе, является сопоставимость показателей, поскольку сравнивать можно только качественно однородные величины. Анализ финансовых коэффициентов позволяет повысить надежность определения тенденций в динамике финансового состояния независимо от того, носят они позитивный или негативный характер. Как правило, система показателей оценки финансово-хозяйственной деятельности туристских предприятий подразделяется на пять групп:
- исходные показатели финансового состояния по данным отчетности;
- показатели качества управления капиталом и деловой активности;
- показатели платежеспособности (ликвидности);
- показатели рентабельности;
- показатели финансовой устойчивости и гибкости предприятия.

Аниматор (animator), организатор рекреационной и досуговой деятельности туристов в гостиницах, на круизных судах, в туристских и спортивных лагерях, клубах, ресторанах, детских учреждениях и т.д. Чаще всего А. работают в сфере рекламы и развлечений, а также участвуют в социальных акциях. Например, в гостиницах А. проводят различные праздничные, спортивные, детские, развлекательные и специальные программы для всех возрастных групп от 3 до 55 лет. См. *Массовик-затейник.*

Анимационная программа (entertain-ment, animation program), комплекс мероприятий досугового, спортивного и развлекательного характера, которые входят в сферу рекреационных и духовных интересов туристов и разрабатываются для проведения ими свободного времени. К А.п. относятся: культурно-познавательные и тематические, фольклорные и литературные, музыкальные и театральные, научные, фестивальные, карнавальные и спортивные мероприятия, события и т.д.

Анимация туристская (animation tourism), услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие, направленное на развлечение клиентов и создание особенной радостной и праздничной атмосферы туристского отдыха. При подготовке анимационных программ учитываются такие особенности туристов, как пол, возраст, национальность, социокультурные предпочтения, а также их активность. А.т. тесно связаны с рекреационной деятельностью, т.к. главная роль анимационных программ как в средствах размещения, так и в специализированных анимационных турах заключается в оздоровлении отдыхающих. См. *Аниматор. Анимационная программа.*

Анкета (questionary), опросный лист для получения необходимых сведений о том, кто его заполняет. В туриз-

ме А. используются, как правило, для изучения рыночного спроса, деловых качеств предполагаемых партнёров, при обращении в иностранные консульства за получением въездных виз.

Анкета визовая (visa application form), документ в виде опросного листа для получения необходимых сведений о человеке, въезжающем на территорию государства. В туристских поездках А.в. используют при обращении в иностранное консульство за получением разрешения, визы на въезд на территорию данного государства. Количество и содержание вопросов А.в. определяется государством.

Анкета регистрационная (registration card), документ в виде формы, заполняемой туристом по требованию иммиграционной службы на пограничных пунктах государства, на территорию которого он въезжает. А.р. служит средством учета и контроля за въезжающими и выезжающими из государства иностранцами. А.р. сохраняется туристом до выезда из страны пребывания.

Анкетирование (survey), метод исследования, который позволяет получить информацию о впечатлениях от поездки, оценку туристами предоставленных услуг с целью получения данных для анализа туристского рынка и прогнозирования спроса на туристские поездки.

Анкудинов Владимир Михайлович (ум. после 1969), председатель Государственного комитета СССР по иностранному туризму (Госкомитурист) в 1947-1968 гг., начальник Управления по иностранному туризму при Совете Министров СССР в 1964-1969 гг.

Аннуляция в последний момент (last minute cancellation), отказ от забронированных туристских и/или транспортных услуг непосредственно накануне начала действия заказа, что обычно делает невозможным перепродажу разбронированного обслуживания, в связи с чем у продавца возникают большие убытки, которые по контракту обязан возместить заказчик по самой высокой норме, определяемой часто в 100% стоимости аннулированного заказа.

Аннуляция полная (total cancellation), отказ от всех туристских и/или транспортных услуг, забронированных по одной заявке. А.п. группового обслуживания означает отказ заказчика от всех услуг, забронированных для конкретной туристской группы. Возвращение предоплаты заказчику в этом случае зависит от сроков А.п. и условий туристского договора.

Аннуляция частичная (partial cancellation), отказ заказчика только от какой-то части туристских или транспортных услуг, забронированных по одной заявке. А.ч. возникает, например, в случае неполной продажи заказанных мест для туристской группы. В результате чего турфирма вынуждена направить её по маршруту в меньшем численном составе. При А.ч. виновная сторона также обязана возместить продавцу услуг возникшие у него убытки.

Аннуляция туристской поездки (cancellation, avoidance, abolition, refusal, denial of visit), ликвидация, отказ, отмена туристских, гостиничных и транспортных услуг, забронированных по одной заявке, или объявление недействительным договора о туристской поездке. При А.т.п. виновная сторона обязана возместить убытки другой стороне.

Анохин Генрих Иосифович (1925-2006), российский путешественник, географ, энциклопедист, альпинист, кандидат исторических наук. Как альпинист совершил более 400 восхождений на вершины Большого и Малого Кавказа, Крыма, Карпат, Кольского полуострова, Тянь-Шаня. В 1960 г. он стал мастером спорта СССР по туризму. Г.И. Анохин был другом Тура Хейердала. А. организовал в 1962 г. первый визит норвежского учёного и путешественника в СССР. В дальнейшем он неоднократно сопровождал великого норвежца в поездках по СССР и написал книгу «Крутые маршруты Тура Хейердала». В 1968 г. команда альпинистов под руководством Г.И. Анохина прошла по Главному Кавказскому хребту через 58 вершин. Автор 10 историко-географических книг и монографий, более 500 публикаций.
Соч.: Восточный Кавказ. М., 1978. – 184 с.; Малый Кавказ. М., 1981. – 192 с.; На островах дождей. М., 1966.; Общинные традиции норвежского крестьянства. М., 1971.; Современные этнонациональные процессы в странах Западной Европы. М., 1981 (совместно с Т.Д. Златковской и С.А. Токаревым).

Антарктический туризм (antarctic tourism), подвид научного, экологического и экстремального туризма, представляющий собой организацию и проведение туристских путешествий в Антарктиду. Туризм в Антарктиде начался в 1960-е гг. с морских круизов – включая поездки на частных яхтах – из Америки, Африки и Австралии. Авиаперелёты туристов в Антарктиду начались в 1970-е гг. с экскурсионных полётов из Австралии и Новой Зеландии. Туристский сезон в Антарктиде приходится на летний период в Южном полушарии и длится с ноября по март. В соответствии с Договором об Антарктике, туристские компании должны иметь разрешение на посещение континента. Многие морские круизы в Антарктиду включают высадку на побережье континента на лодках или на вертолётах. Программа некоторых туров в Антарктиду включает такие виды услуг, как альпинизм, катание на лыжах, а также посещение Южного полюса. Компании-туроператоры организовали Международную ассоциацию антарктических туроператоров (ААТО) (International Association of Antarctic Tour Operators) для обеспечения безопасности и повышения экологической ответственности среди организаторов поездок в Антарктиду. Большинство туристов, посещающих Антарктиду, являются клиентами компаний — членов ассоциации.

Антиквариат (antiques), вид движимого материального культурного наследия, представляющий собой старинные и редкие художественные произведения: картины, скульптуры, ювелирные изделия, книги, награды, мебель, оружие, мелкую пластику и другие ценные вещи, которые являются объектами коллекционирования и торговли. Приобретение А. является целью путешествий туристов, которые посещают антикварные аукционы, фестивали, специализированные магазины и блошиные рынки. Перемещение А. регулируется законодательством страны пребывания. См. *Рынок блошиный*.

Антропогенная нагрузка (anthropogenic load), внешнее воздействие со стороны инженерных систем, инфраструктуры и людей на природные и культурные комплексы и объекты (статическое и динамическое, постоянное и временное), вызывающее деформацию и изменения их

элементов. В туризме и рекреации А.н. связана с непосредственным воздействием туристско-рекреационной системы (туристы, отдыхающие, транспортные средства, средства размещения и т.д.) на природные и культурные комплексы и объекты. Показателем А.н. является предельно допустимая пропускная способность туристско-рекреационного объекта, которая может изменяться в зависимости от уровня его обустроенности, определенного на основании заключения специалистов и экспертов.

Анциферов Николай Павлович (1889-1958), известный историк, краевед, общественный деятель. Автор работ по истории Санкт-Петербурга, методике и организации экскурсионного дела, основоположник комплексного метода изучения городской среды. Окончил историко-филологический факультет Петроградского университета (1915), ученик *И.М. Гревса*. В 1910 г. участвовал в создании «Эрмитажного кружка» для подготовки экскурсоводов. Преподавал историю в женской гимназии Н.Н. Яворской, реальном училище А.С. Черняева, в школе при бывшем Тенишевском училище, в интернате для беспризорных в Красной Славянке, во 2-м Педагогическом институте им. Н.А. Некрасова (1919-1926), в Институте истории искусств (1925-1929). С 1919 г. работал в Экскурсионной секции Музейного отдела Петроградского Управления научно-художественных учреждений Наркомпроса, в 1921-1924 гг. – в Петроградском научно-исследовательском экскурсионном институте, в 1925-1929 гг. – в Петроградском (Ленинградском) отделе Центрального бюро краеведения (ЦБК). С 1921 г. – член общества «Старый Петербург», где возглавлял семинар по экскурсионному изучению города. В 1918-1925 гг. посещал собрания религиозно-философского кружка А.А. Мейера («Воскресенье»), в 1929 г. по приговору Коллегии ОГПУ сослан на Соловки, в 1930 г. доставлен в Ленинград и привлечен по «Академическому делу». В конце 1931 г. был отправлен в Белбалтлаг. После освобождения в 1934 г. жил и работал в Москве.

Соч.: О методах и типах историко-культурных экскурсий. Пг., 1923; Город как выразитель сменяющихся культур. Л., 1926; Пути изучения города как социального организма: Опыт комплексного подхода. Л., 1926; Теория и практика литературных экскурсий. Л., 1926; Теория и практика экскурсий по обществоведению. Л., 1926; «Непостижимый город...»: Душа Петербурга. Петербург Достоевского. Петербург Пушкина. СПб., 1991.

Лит.: Враская О.Б. Архивные материалы И.М. Гревса и Н.П. Анциферова по изучению города // Археографический ежегодник за 1981 г. М., 1982; Головцов А.Л. Феномен Анциферова. Гатчина, 2014; Добкин А.И. Н.П. Анциферов: материалы к биобиблиографии // Анциферовские чтения: Материалы и тезисы. Л., 1989; Конечный А.М. Н.П. Анциферов – исследователь Петербурга // Петербург и губерния: Историко-эногрaфические исследования. Л., 1989; Вешнинский Ю.Г. Н.П. Анциферов и его место в отечественном градоведении // Н.П. Анциферов. Филология прошлого и будущего: По материалам международной научной конференции «Первые московские Анциферовские чтения». М., 2012.

Апартамент (apartment), многокомнатный номер в средстве размещения площадью не менее 40 кв. м, состоящий из двух и более жилых комнат (гостиной, столовой, кабинета, спальни), имеющий ванну, туалет, кухонное помещение с оборудованием.

Апартамент-люкс (luxe-apartment, suite), многокомнатный жилой номер повышенной комфортности в гостинице высшей категории (иногда их называют «президентскими»). А.-л. может иметь в своем составе три или более смежных или разделённых комнат: спальню, гостиную, рабочий кабинет, прихожую, два и более туалетов, ванную, баню и т.д. В наиболее дорогих А.-л. может быть зимний сад, бар, кинозал, комната для совещаний и переговорные помещения. Рядом с А.-л., как правило, располагаются номера для охраны и/или помощников ВИП-персоны. См. *Максимальная вместимость апартамента. Максимальная комфортность апартамента.*

Апарт-отель (aparthotel), неформальное название средства размещения, в котором номерной фонд состоит из апартаментов с кухней. Они предназначены для гостей, которые собираются прожить не менее 5 дней. Цена зависит от времени пребывания и позволяет сократить расходы путешественников за счет ограниченного набора основных (питание) и дополнительных услуг. Управляющие компании А.-о. стремятся к созданию уютной, домашней атмосферы в этих средствах размещения. См. *Гостиница-апартамент.*

Апгрейд (upgrade). См. *Повышение класса обслуживания.*

Аперитив (aperitif), вид ресторанного обслуживания, которое включает подачу слабых спиртных или безалкогольных напитков, а также лёгких закусок, предлагаемых гостям, в том числе туристам, в ресторане или на торжественном приёме для возбуждения аппетита перед основной едой.

Аперитив по случаю прибытия туристов (welcome aperitif), угощение во время собрания членов туристской группы для знакомства с руководителями принимающей турфирмы в день прибытия туристов в страну путешествия. Во время беседы для туристов, как жест гостеприимства, организуется угощение в виде аперитива. Во время такого рода аперитива принимающая фирма представляет туристам информацию о программе и особенностях предстоящего путешествия по стране пребывания. См. *Приветственный коктейль.*

Апитуризм (apitourism), подвид гастрономического и сельского туризма, представляющий собой путешествия с целью дегустации, потребления, покупки продуктов пчеловодства: мёда, воска, прополиса, маточного молочка, пчелиного яда, пчелиного подмора, перги, забруса, гомогената из трутневых личинок – непосредственно на месте их производства. А. также называют «медовым туризмом», «пчелиным туризмом». В настоящее время пасеки становятся туристским и экскурсионным объектом для туристов. Некоторые специалисты утверждают, что для оздоровительных целей могут использоваться не только продукты пчеловодства или пчелиный яд, но и целебная энергетика пчелиной пасеки.

Аптечка первой медицинской помощи (first aid kit), стандартный набор медикаментов и перевязочных средств, который должны иметь туристы для оказания, в случае необходимости, первой помощи себе или другим путешественникам. А.п.м.п. должна обязательно находиться в дорожном наборе транспортного средства. В горных и зимних походах в А.п.м.п. включают также запасные

солнцезащитные очки. При наличии в группе медработника он может доукомплектовать А.п.м.п. в соответствии со своими знаниями и квалификацией. А.п.м.п. укладывается в жёсткую упаковку, исключающую повреждение хрупких (стеклянных, пластмассовых) медицинских средств, а также предохраняющую её от воды, снега и перепада температур.

Аренда (rent), наём одним физическим или юридическим лицом у другого лица какого-либо имущества (транспорт, помещение, земельный участок) во временное пользование на какой-либо срок и за определённую плату. Например, А. автобуса (hire of a bus) у юридического лица, имеющего право представления транспортных средств, во временное пользование на основе договора аренды. Автобус может быть арендован как для поездки в пределах одного города или района, так и для перевозки туристов по маршруту путешествия между различными городами, регионами и государствами. Различают два вида А. легковой автомашины (hire of a car) у прокатной компании: аренда с водителем и аренда без водителя. Коммерческие условия А. зависят от сроков пользования и километража пробега автомашины и др. См. *Автомобиль без водителя. Автомобиль с водителем.*

Арктический туризм (arctic tourism), подвид научного, экологического и экстремального туризма, представляющий собой организацию и проведение туристских путешествий в Арктику. Путешествия в Арктику проводятся в период с апреля по октябрь, но комфортнее всего посещать этот регион в июле-августе. Туристские путешествия в Арктику в виде научных экспедиций начались на ледоколах в 1920-1930 гг. После завершения Второй мировой войны научный туризм в Арктику продолжился из всех стран, которые граничат с арктическим регионом: Россия, Финляндия, Швеция, Норвегия, Исландия, Дания, Канада, США. Туристские путешествия в Арктике проводятся на океанских ледоколах, самолётах, вертолётах, на собаках и пешком (на лыжах). Покорение Северного полюса является главной целью многих арктических туров, которые имеют высокую стоимость. К экстремальному туризму относятся путешествия к Северному полюсу на лыжах. Большая часть маршрутов к крайней северной точке Земли совершается на вертолётах или лёгких самолётах, здесь туристы несколько дней проводят в полярном лагере. Российская Арктика – это суровая и очень живописная природа островов и архипелагов знаменитого Северного морского пути - кратчайшего водного маршрута между европейской частью России и Дальним Востоком по Северному Ледовитому океану. В числе жемчужин - край ледников и вулканов Чукотка, мыс Дежнёва – ближайшая к Северной Америке точка Евразии, числящийся в Списке ЮНЕСКО остров Врангеля с его уникальным животным и растительным миром, в том числе самыми большими в Арктике лежбищами моржей, и самая близкая к Северному полюсу точка – архипелаг Земля Франца-Иосифа.

Артефакт (artifact), предмет, изготовленный человеком, обнаруженный в результате целенаправленных археологических раскопок, проливающий свет на явления прошлого и являющийся объектом особого интереса для туристов, путешествующих по маршрутам культурно-познавательного, научного, археологического и музейного туризма.

Археологические раскопки (archaeological excavations), 1. вскрытие земли для научного исследования находящихся в культурном слое археологических памятников, артефактов и бывших мест поселений; 2. место, где ведутся археологические работы. А.р. посещают учёные в составе научных экспедиций, учащиеся в образовательных целях, а также туристы в познавательных целях. См. *Научный туризм*.

Археологический туризм (archaeological tourism), подвид научного и культурно-просветительского туризма, целью которого являются поездки и посещения мест, связанных с археологией и археологическими раскопками. Во время таких поездок туристы могут прослушать лекцию специалиста и прикоснуться к предметам древности. А.т. распространён во многих странах. Туристские фирмы государств, предлагающих археологические поездки, размещают в Интернете и СМИ информацию с описанием маршрутов, а также иллюстрациями археологических объектов. Интересным направлением А.т. стал подводный археологический туризм, позволяющий увидеть сохранившиеся под водой древние города, корабли и т.д.

Архитектура гостиничная (architecture of the hotel), область современной архитектуры со своими традициями, особенностями, технологическими требованиями и тенденциями. Проектирование и дизайн гостиничных объектов является отдельной специализацией профессиональных дизайнеров и архитекторов. Среди главных признаков, которые характеризуют отели, стоит выделить: этажность, предназначение, ёмкость, степень комфорта, уровень предоставляемых услуг. Современные гостиницы представляют собой целые архитектурные комплексы, отделанные современными материалами: натуральным и искусственным камнем, декоративными стеклянными панелями, металлом, пластиком и т.д. Экстерьер гостиниц в первую очередь говорит о солидности, технологичности и комфортабельности средства размещения. Проектирование современных гостиниц включает разработку комплексной системы инженерных коммуникаций, обеспечивающих комфортное и безопасное проживание постояльцев. Они включают:
- электросети,
- отопительные системы,
- кондиционеры,
- комплекс телекоммуникаций (телефон, телевидение, Интернет),
- системы безопасности,
- лифтовое хозяйство и др.

Современные средства размещения могут вмещать огромное количество туристов, что делает их сложными комплексными системами, состоящими из множества разнообразных помещений с разным функциональным или культурно-массовым предназначением. Некоторые из них используют для питания, отдыха, бытового обслуживания, другие являются административными, остальные – подсобными или хозяйственными. Современные гостиницы содержат помещения, где можно проводить концерты, балы, конференции, отдохнуть в сауне или позаниматься в спортзале.

Архитектурные памятники (architectural monuments). См. *Памятники архитектурные*.

Ассоциация туристская (association of tourist). 1. Добровольный союз, объединение предприятий и организаций в сфере туризма, родствен-

ных сфер обслуживания туристов и экскурсантов (например, транспорта, средств размещения, питания, информации, проката, клубов культуры и т.д.), а также физических лиц, созданные с целью коллективной защиты своих интересов, а также для достижения общих предпринимательских, рекламных, информационных и других целей. В разных странах различают следующие А.т.: коммерческие, общественные, национальные, региональные, международные, по видам туризма и др. 2. Общественные объединения туристов и путешественников.

Астрономический туризм (astronomical tourism), направление научно-познавательного и образовательного туризма, представляющее собой туристские поездки с целью посещения мест, связанных с астрономическими явлениями: наблюдение за кометами, звездным небом, северным сиянием, лунными и солнечными затмениями, посещение мест падения метеоритов и т.д.

Атлас географический (atlas geographic), собрание географических карт, издаваемых в разных форматах. В А.г., как правило, входят карты, таблицы, диаграммы, списки государств и административных единиц, пояснительные тексты и т.д. В настоящее время создаются А.г. на электронных носителях. А.г. являются научными изданиями и могут быть тематическими и комплексными, носящими энциклопедический характер – как, например, многотомный «Национальный атлас России». В то же время создаются тематические А.г., посвящённые одной теме – например, «Политический атлас мира». А.г. необходимы для составления туристских маршрутов и планирования путешествий, т.к. именно в них содержится разнообразная информация о странах и народах мира.

Атлас туристский (atlas tourist), сборник карт, схем, специализированной информации и маршрутов путешествий, предназначенный для туристов и организаторов туристских путешествий. А.т. делятся на простые и комплексные. Простые А.т. представляют собой единую туристскую карту конкретной территории, по которой пролегает маршрут или несколько маршрутов, разрезанную на листы. Комплексные А.т. представляют разнообразную информацию о явлениях и объектах, интересных для туристов или влияющих на путешествия:
- природные условия территории (рельеф, водоёмы, растительность; погода и климат, неблагоприятные и опасные явления природы и т.п.);
- социально-экономические факторы;
- административные учреждения;
- объекты культурного и природного наследия;
- сведения об услугах для туристов (гостиницы, турбазы, кемпинги, рестораны, транспорт и т.д.);
- медицинские учреждения.

Комплексные А.т. сопровождаются крупномасштабной картой. В А.т. включаются пояснительные тексты, справочные сведения, графики, диаграммы, фотографии, указатели географических названий, иногда указатели имён.

Атмосферные осадки (atmospheric precipitation), выпадение влаги из атмосферы на земную поверхность, в том числе: дождь, снег, град, роса и т.д. А.о. могут повлиять на программу туристского путешествия.

Аттестация (certification, attestation), оценка уровня профессиональных

знаний, компетентности работника туристского, гостиничного, транспортного или любого другого предприятия (организации) с целью определения уровня квалификации сотрудника.

Аттрактивность (attractive), привлекательность объектов показа и инфраструктуры, основное системное свойство туристских ресурсов, природных и культурно-исторических объектов показа, свидетельствующее об их туристской ценности. См. *Туристские ресурсы. Привлекательность туристская.*

Аттрактивность туристская (attractive tourist), привлекательность индивидуальной и групповой туристской деятельности или их сочетаний, а также объектов показа и инфраструктуры. Некоторые исследователи считают, что А.т. может иметь степени: высокую, среднюю и низкую. См. *Аттрактивность. Туристские ресурсы. Привлекательность туристская.*

Атрибутика туристская (paraphernalia of tourism), представляет собой, как правило, предметы сувенирного назначения, к которым относятся: памятные значки, медали, жетоны, вымпелы, эмблемы, посвящённые туристским мероприятиям, маршрутам и юбилеям (выставки, соревнования, слёты, походы, фестивали, тематические праздники, авторалли и т.д.), а также буклеты, открытки, почтовые марки, календари, кепки, майки и другие, посвящённые городам, культурным и природным объектам и т.д. Многие предметы А.т. являются объектами коллекционирования. См. *Сувениры туристские.*

Аудиогид (audio-guide, personal stereo, cassette player). 1. Специальное оборудование для индивидуального прослушивания туристами экскурсий на различных языках. Впервые А. были использованы в 1952 г. в Голландии, на выставке в Амстердаме, и предназначались для людей с ограниченными возможностями. С тех пор А. получили широкое применение, в том числе в сфере туризма. А. применяются туристскими и экскурсионными фирмами, транспортными компаниями, музеями, выставочными залами, галереями, парками, заповедниками и т.д. А. используются при проведении конгрессных и презентационных мероприятий различного уровня. В музеях А. предлагаются в виде специального устройства, представляющего собой антивандальный портативный цифровой аудиопроигрыватель. В настоящее время широко применяются А. следующего поколения, основанные на использовании карманного персонального компьютера, в этом случае они не только позволяют прослушивать фонограмму, но и получать на экране дополнительную текстовую и графическую информацию. Большую перспективу имеют А., использующие технологии GPS и RFID, автоматически определяющие положение слушателя или объекта, которым он интересуется, и воспроизводят необходимую информацию. Существуют разнообразные виды А. по форме и назначению. 2. Фонограмма, используемая туристом для самостоятельного знакомства с экспозицией музея, выставки или местностью. Как правило, А. состоит из нескольких частей (эпизодов), которые нумеруются и соответствуют ориентирам на карте местности, схеме залов музея, последовательно направляя слушателя от одного номера экспоната к другому. Если А. предполагает литературно обработанное, связное и законченное тематическое повествование, то его

также называют *аудиоэкскурсией*. А. создаются как музеями, так и независимыми разработчиками. А. как услуга предоставляется некоторыми операторами мобильной связи. См. *Мобильные экскурсионные проекты*.

Аудиоэкскурсия (audio tour). См. *Аудиогид*.

Аудит туристской компании (audit of the travel company), независимая экспертиза финансово-экономической и хозяйственной деятельности туристской организации (туроператора, турагентства), проводимые по её собственной инициативе или по решению вышестоящей организации, учредителя, государственных органов власти, специалистами независимой аудиторской компании. А.т.к. рассматривает финансовое положение туристского предприятия, а также правильность ведения бухгалтерского учета и достоверности бухгалтерской отчётности. А.т.к. может быть полным, т.е. охватывающим все разделы бухгалтерского учёта в соответствии с определенной выборкой, и частичным, при котором проверяется, по согласованию с руководством турфирмы, только часть разделов учёта.

Аукцион (auction), продажа с публичных торгов, при которой продаваемые товары или имущество приобретаются лицами, предложившими за них наивысшую цену. Организация международных А. нуждается в помощи туристских агентов, которые обеспечивают туристское обслуживание для иногородних и иностранных участников аукциона.

Аутгоинг (outgoing), вид коммерческой деятельности на туристском рынке, представляющий услуги по продаже туров за границу. См. *Выездной туризм*.

Аутгоинговый туризм (outgoingly tourism). См. *Выездной туризм*.

Аутсорсинг (outsourcing), экономическое понятие, которое происходит от английского словосочетания “outer source using”, что означает «использование внешнего источника/ресурса». А. представляет собой договорное привлечение сторонних организаций, использование внешних ресурсов для достижения собственных целей, а также предоставление сотрудника или сотрудников на полный рабочий день или на его часть в другую фирму. А. в туризме обозначает передачу некоторых, ранее самостоятельно реализуемых администрацией гостиницы, турфирмы и других организаций функций или видов деятельности, внешней организации. Например, подбор персонала, ведение бухгалтерской и информационной деятельности, юридическая поддержка, эксплуатация производственных помещений, организация питания персонала и уборки помещений, обслуживание телекоммуникационного и компьютерного оборудования, привлечение гидов-переводчиков, сотрудников службы безопасности и т.д.

Ашрам (ashram), обитель мудрецов и отшельников в древней Индии, которая обычно располагалась в отдалённой местности – как правило, в горах или в лесу. Понятие А. происходит от санскр. слова «ашрая», которое означает «защита». В современном индуизме термин А. часто используется для обозначения духовной или религиозной общины, куда человек приходит для медитации, молитвы, совершения ритуала и духовного обновления. Основной целью пребывания в А., как правило, выступает духовное развитие его членов, которые занимаются изучением священных текстов,

йогой, медитацией и повторением мантр. Основные виды деятельности в А. – религиозная, просветительская и благотворительная. А. традиционно являются местами совершения массового паломничества последователями индуизма. Ранее паломничество в А. имело целью не только обретение спокойствия и просветления, но и получение наставлений в боевом искусстве. Посещение туристами А. строго регулируется свами и гуру, которые его возглавляют.

Аэробус (airbus), многоместный двухпалубный пассажирский самолет, предназначенный для одновременной перевозки большого числа пассажиров и багажа. В отличие от обычного обслуживания пассажиры аэробуса, как правило, сами размещают свой ручной багаж в багажном отсеке аэробуса в момент посадки в него, и по прибытии в пункт назначения самостоятельно забирают этот багаж.

Аэровокзал (airport terminal), здание или комплекс зданий в аэропорту, где происходит обслуживание пассажиров воздушного транспорта и осуществляются багажные операции, располагаются предприятия общественного питания и торговли. В А. международных линий размещаются также службы паспортного, таможенного, санитарно-карантинного контроля, магазины беспошлинной торговли и другие структуры.

Аэродром (airfield), земельный или водный участок с воздушным пространством, сооружениями и оборудованием, обеспечивающими взлёт, посадку, руление, размещение и обслуживание самолётов, вертолётов и планеров. А. оборудован одной или несколькими взлётно-посадочными полосами. А. состоит из лётного поля и комплекса управления воздушным движением. Обслуживание туристов происходит на гражданских А.

Аэропорт (airport). 1. Авиатранспортное предприятие, обеспечивающее быструю, безопасную и эффективную транспортировку по воздуху пассажиров, багажа, грузов, почты, и осуществляющее отправление и приём летательных аппаратов, используя средства, необходимые для их взлёта и посадки, а также техническое обслуживание и ремонт. 2. Комплекс сооружений, предназначенный для приёма, отправки, базирования воздушных судов и обслуживания воздушных перевозок, имеющий для этих целей аэродром, аэровокзал (в крупных аэропортах нередко имеются несколько аэровокзалов), один или несколько грузовых терминалов, другие наземные сооружения и необходимое оборудование. А. классифицируют в соответствии с их назначением, функциями, размером, типами самолетов, которые они могут принимать и обслуживать, и другими отличительными признаками.

Аэроэкспресс (aeroexpress), регулярные железнодорожные скоростные перевозки пассажиров между городом и аэропортом, поезда А. отправляются от специальных терминалов и прибывают непосредственно в аэровокзал.

Б

Багаж (luggage), вещи принадлежащие пассажиру, которые сдаются под ответственность транспортной компании для перевозки в то место, куда направляется владелец Б. Подтверждением заключения договора о перевозке Б. пассажира является багажная квитанция. Стоимость Б. по желанию пассажира может оцениваться или не оцениваться. Однако документальное указание ценности багажа является необходимым условием определения суммы ответственности транспортной компании в случае его утраты, порчи или повреждения. Перевозка Б. регулируется специальными правилами, установленными на каждом виде транспорта. См. *Ручная кладь*.

Багаж беспошлинный (duty free luggage), багаж лиц, пересекающих государственную границу, состоящий из вещей и предметов, ввоз которых в страну не облагается таможенной пошлиной. Перечень предметов, освобожденных от таможенной пошлины, публикуется таможенной службой государства и сообщается владельцу Б.б. через транспортные компании. В перечень обычно входят предметы личного потребления туриста в количестве, необходимом для его путешествия.

Багаж зарегистрированный (registered luggage), личные вещи туриста, сданные для перевозки транспортному предприятию и находящиеся под его охраной во время перевозки. На Б.з. перевозчик выдает его владельцу квитанцию или отрывной корешок багажной бирки.

Багаж несопровождаемый (unaccompanied luggage), вещи и грузы, которые перемещаются в назначенный пункт доставки транспортной компанией в соответствии с заключенным договором о перевозке.

Багаж нестандартный (luggage custom), вещи пассажира авиационного рейса, размеры которых превышают установленные авиакомпанией нормативы по размерам и/или весу. Перевозка всех видов Б.н. осуществляется по предварительному согласованию с перевозчиком при бронировании и покупке авиабилета. В случае отсутствия предварительного уведомления перевозчик вправе отказать пассажиру в перевозке Б.н. Подразделяется на два вида: бесплатной и платной перевозки. Перевозчик на каждом направлении и на определённый сезон самостоятельно определяет вес бесплатного Б.н., о чём заранее информирует клиентов, в том числе при покупке билетов. К Б.н. относятся различные виды спортивного оборудования: лыжное снаряжение, лыжные доски (snowboards), водные лыжи и лодки, доски для серфинга, снаряжение для гольфа, велосипеды, скейтборды, роликовые и хоккейные коньки, охотничье и рыболовное оборудование и т.д. Спортивное оборудование перевозится бесплатно в случае, если общий вес перевозимого багажа не превышает установленные бесплатные нормы на данном направлении. Велосипед принимается к перевозке только по предварительному согласованию с перевозчиком. Перевозка хоккейных клюшек и легкоатлетических шестов не включается в норму бесплатного провоза багажа и оплачивается по ставкам Б.н. Спортивное и охотничье оружие (в разряженном состоянии) и боеприпасы к нему, состоящее из

одного места багажа с одной единицей оружия (или одного, специально предназначенного для перевозки оружия контейнера с несколькими единицами оружия, принадлежащими одному пассажиру) и одного места багажа с боеприпасами. Расценивается как одно место и входит в бесплатную норму провоза багажа. Соответствующая ставка оплаты багажа сверх нормы по количеству применяется, если сумма мест багажа пассажира превышает указанную в билете. Детские коляски (в т.ч. складывающиеся коляски конструкции «трость») перевозятся в багажном отсеке и принимаются к перевозке бесплатно сверх установленной нормы. Детскую коляску можно использовать в аэропорту до посадки на борт. После объявления о начале посадки на рейс необходимо передать коляску сотруднику аэропорта для загрузки в багажное отделение самолета. Инвалидные коляски перевозятся бесплатно сверх установленной нормы. Перевозка инвалидных кресел с сухозаряженными батареями осуществляется в багажном отсеке при условии, что батарея отсоединена, зажим аккумулятора изолирован во избежание случайного короткого замыкания, батарея надежно закреплена на инвалидном кресле. Инвалидные кресла с батареями гелиевого типа могут перевозиться без отсоединения батареи при условии, что зажим аккумулятора изолирован. Б.н., перевозимый в пассажирском кресле, требующий особых условий транспортировки (например: ценные, ломкие, хрупкие, бьющиеся предметы), может быть принят к перевозке в пассажирском салоне самолёта, если: пассажир заранее согласовал данную услугу с авиакомпанией; багаж прошел специальный досмотр на предмет авиационной безопасности. Если такой багаж имеет большие габариты, пассажир должен оплатить дополнительное посадочное место по пассажирскому тарифу (плата за транспортировку сверхнормативного багажа в этом случае не взимается). Вес такого багажа не может превышать 75 кг, а его размеры не должны превышать размеры пассажирского кресла. Б.н. размещается в кресле у иллюминатора и фиксируется ремнем безопасности. Багаж, требующий особых условий транспортировки и перевозимый в пассажирском салоне самолёта, подлежит регистрации. Ответственность за его целостность и сохранность несёт пассажир. Б.н. должен быть упакован таким образом, чтобы исключить при его транспортировке повреждение оборудования салона самолёта. Перевозка музыкальных инструментов осуществляется как в багажном отделении, так и в пассажирском салоне. При перевозке музыкальных инструментов в пассажирском салоне применяются правила перевозки для багажа, перевозимого в пассажирском кресле. См. *Перевозка животных на транспортных средствах.*

Багаж, потерянный на авиационном транспорте (baggage lost on air transport). Авиакомпания несёт имущественную ответственность за сохранность багажа с момента принятия его для перевозки и до выдачи его получателю багажа, если не докажет, что утрата, недостача или повреждение (порча) багажа произошли вследствие обстоятельств, которые авиаперевозчик не мог предотвратить и устранение которых от него не зависело. При обнаружении утери, повреждений или недостачи вещей туристу необходимо до выхода из багажного отделения аэропорта обратиться в службу “LOST AND FOUND” для составления акта. Для этого необходимо составить

письменное описание потерянных вещей и указать номера багажных бирок. В большинстве случаев, когда багаж обнаруживается, авиакомпания доставляет его по адресу, указанному в акте. В случае, если багаж потерян или непоправимо испорчен, перевозчик может возместить туристу ущерб. Сумма компенсации зависит от авиакомпании. Багаж считается утерянным после 21 дня розыска, до этого момента происшедшее квалифицируется только как задержка. На приобретение вещей первой необходимости может выплачиваться определённая компенсация, и то не всеми авиакомпаниями. За повреждённый или утерянный багаж выплачивается компенсация, которая рассчитывается авиакомпанией определённой суммой за 1 кг веса.

Багаж, потерянный на водном транспорте (luggage lost on a water transport). Перевозчик (капитан пассажирского судна и/или транспортная компания) несёт имущественную ответственность за сохранность багажа после принятия его для перевозки и до выдачи его получателю багажа, если не докажет, что утрата, недостача или повреждение (порча) багажа произошли вследствие обстоятельств, которые он не мог предотвратить и устранение которых от него не зависело. В случае необнаружения багажа лицо, уполномоченное перевозчиком, на обороте предъявленной владельцем багажа багажной квитанции делает отметку «Багаж не прибыл» и заверяет подписью с указанием даты. Перевозчик обеспечивает розыск багажа немедленно по предъявлении пассажиром заявления о неполучении багажа. В случае если багаж не найден по истечении 30 суток после окончания срока его доставки, владелец багажа имеет право требовать от перевозчика оплаты его стоимости. Если багаж найден, то перевозчик обеспечивает уведомление владельца багажа и его доставку в речной порт (причал) назначения, указанный пассажиром, или по просьбе пассажира по указанному им адресу без взимания дополнительной платы.

Багаж, потерянный на железнодорожном транспорте (luggage lost on a railway transport). Железная дорога несёт имущественную ответственность за сохранность багажа с момента принятия его для перевозки и до выдачи получателю багажа, если она не докажет, что утрата, недостача или повреждение (порча) багажа произошли вследствие обстоятельств, которые железная дорога не могла предотвратить и устранение которых от неё не зависело. Ущерб, причиненный при перевозке багажа, возмещается железной дорогой туристу в случаях: утраты или недостачи багажа – в размере стоимости утраченного или недостающего багажа; повреждения (порчи) багажа – в размере суммы, на которую понизилась его стоимость; при невозможности восстановления поврежденного багажа – в размере его стоимости; утраты багажа, сданного для перевозки с объявлением его ценности, – в размере объявленной стоимости багажа. Стоимость багажа определяется, исходя из его цены, указанной в счёте продавца или предусмотренной договором; при отсутствии счёта продавца или цены в договоре, исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за аналогичные товары. Железная дорога наряду с возмещением ущерба, вызванного утратой, недостачей или повреждением (порчей) багажа, возвращает получателю багажа плату за перевозку багажа, а также иные причитающиеся получателю багажа платежи,

взысканные за перевозку утраченного, недостающего или повреждённого (испорченного) багажа. За просрочку доставки багажа железная дорога по назначению уплачивает получателю багажа при его выдаче на основании акта, составленного по требованию получателя багажа, пени в размере 3% платы за перевозку багажа за каждые сутки просрочки (неполные сутки считаются за полные), но не более чем в размере платы за перевозку багажа, если не докажет, что просрочка произошла вследствие форс-мажорных обстоятельств, устранения угрожающей жизни и здоровью людей неисправности транспортных средств или иных не зависящих от железной дороги обстоятельств. Просрочка доставки багажа исчисляется с 24 часов суток, в которые должен прибыть багаж. Взысканию с железной дороги причинённых по её вине убытков предшествует претензионная работа, в случае неудачи которой пассажир вправе подать иск в суд.

Багаж сопровождаемый (accompanied luggage), вещи, зарегистрированные и сданные туристом для перевозки в том же транспорте, на котором следует он сам. В соответствии с весом Б.с. подразделяется на багаж бесплатной и платной перевозки. На большинстве пассажирских авиалиний установлены нормы бесплатного провоза Б.с., которые в разных государствах отличаются друг от друга. Перевозка Б.с. сверх установленных норм подлежит обязательной дополнительной оплате.

Багажная квитанция (baggage check), бумажный купон, выдаваемый пассажиру при регистрации и оформлении багажа на авиарейс или морское судно. Б.к. традиционно использовались автобусными, железнодорожными и авиационными компаниями для того, чтобы отследить зарегистрированный багаж пассажиров от момента его сдачи до конечного пункта. Б.к. обычно выдается непосредственно в руки пассажира, либо наклеивается на корешок посадочного талона. См. *Посадочный талон*.

База данных покупателей туристских услуг (database of buyers of tourist services), список, постоянно пополняемый объём необходимых данных о покупателях и других клиентах туристской фирмы, который доступен и применим для таких маркетинговых целей, как создание основного ядра покупателей, его характеристика, продажа товара или услуги или построение отношений с покупателями туристских услуг.

База отдыха (recreation base), неформальная классификация средства размещения, расположенного, как правило, на окраине города, в сельской местности, на берегу реки, моря или озера. Б.о. имеет разнообразную инфраструктуру: коттеджи и специальные корпуса для индивидуального и коллективного размещения, а также, как правило, несколько различного уровня ресторанов и кафе, бассейны, бани, *СПА* и *велнесс*, административный корпус, медицинское обслуживание, пункты проката разнообразного оборудования. Территория Б.о. специально оборудована для отдыха, спортивных и культурно-массовых мероприятий, создаются специальные дорожки для прогулок, езды на роликах, велосипедах, лошадях. Кроме того, имеются специализированные площадки для активных игр, занятия спортом, проведения праздников и других развлечений для туристов и отдыхающих. Зимой и летом на Б.о. предоставляют различные сезонные услуги и развлечения. Некоторые Б.о. имеют

определенную специализацию: молодёжные, семейные, рыболовные, охотничьи и т.д.

База размещения туристов (base of tourist accommodation), разнообразные средства размещения туристов, расположенные на определенной территории. К Б.р.т. относятся: гостиницы, дома отдыха, пансионаты, санатории, мотели, кемпинги, апартотели, гостевые дома и отдельные апартаменты. Различные регионы, в зависимости от уровня их специализации на туризме, могут существенно различаться по ёмкости Б.р.т. и разнообразию представленных средств размещения. Наиболее ёмкую и разнообразную Б.р.т. обычно имеют давно существующие курортные регионы и крупные мегаполисы с пригородами.

База туристская (base tourism), неформальная классификация средства размещения для туристов, совершающих автомобильные, пешие, конные и другие путешествия. Б.т. предоставляет туристам ночлег, питание, культурные, экскурсионные, бытовые, физкультурно-оздоровительные и другие услуги. Б.т. располагаются обычно в сельской местности, в курортных зонах и местах с благоприятными природными условиями и размещаются в одном или нескольких зданиях. Функционируют круглогодично или сезонно: как правило, летом вместимость круглогодичных Б.т. значительно увеличивается за счёт сезонных помещений. В Б.т. предусматривается преимущественно активный отдых: походы, экскурсии, соревнования и т.д. В состав Б.т. обычно входят спортивные сооружения, тренажёрные залы, пункты проката туристского инвентаря и снаряжения, медицинский кабинет. На Б.т., принимающих родителей с детьми, организованы игровые и детские площадки. На автотурбазах оборудованы места для стоянок, мойки, осмотра и ремонта автомобилей. Обычно Б.т. находятся в начале и в конце туристских маршрутов, в местах их пересечения. Некоторые Б.т. имеют на туристских маршрутах филиалы и приюты.

Базарная площадь (market square). См. *Рыночная площадь*.

Базисная модель рекреационной системы (base model of the recreation system), представление рекреационной системы в виде субстратной модели, состоящей из взаимосвязанных подсистем: групп отдыхающих, обслуживающего персонала, культурного и природного потенциала, туристской инфраструктуры и органа управления. Целевая функция рекреационной системы – максимальное удовлетворение рекреационных потребностей отдыхающих и туристов. См. *Рекреационная система*.

Базовая стоимость поездки (base cost of the trip), объявленная заранее стоимость туристской поездки (тура) на одного человека или на группу. Б.с.п. рассчитывается при планировании конкретного туристского маршрута из расчёта на определённое количество дней и на основании стоимости основных услуг: транспорта, средств размещения, организации питания, экскурсионной и культурной программы. В Б.с.п. закладываются проценты туроператора и/или турагента с учётом цен, которые они получают на основании договоров с транспортными, гостиничными и другими компаниями. Б.с.п. может несколько меняться при уточнении заказа за счёт скидок или, наоборот, наценок за дополнительные услуги, в результате инфляционных

процессов, изменения курсов валют, форс-мажорных обстоятельств или несезонного повышения цен на топливо для транспорта и размещение. Курс валют при расчёте Б.с.п. может меняться туроператором, который иногда вводит собственный внутренний курс, как правило, в том случае, если курс той или иной валюты часто меняется в короткий промежуток времени. Б.с.п. обычно не включает возможные дополнительные сборы (оформление визы, доплаты за праздничные ужины, индивидуальный трансфер и т.п.)

Байдарка (kayak), узкая лёгкая запалубленная лодка без уключин. Относится к маломерным гребным судам, предназначена для походов и прогулок по рекам, озёрам и водохранилищам в условиях умеренного волнения; бывает одно-, двух- и трёхместной (одноместные Б. называются каяками). Гребцы сидят лицом по направлению движения и гребут двухлопастным веслом попеременно с одного и другого борта. По конструкции корпуса различают Б. неразборные и разборные. Первые изготовляются из деревянных конструкций и фанеры или из пластмассы, не годятся для перевозки пассажиров, поэтому не распространены в самодеятельном туризме. Разборные Б. по конструкции корпуса подразделяются на: каркасные, каркасно-надувные, надувные и жёсткие. См. *Каяк*.

Байназаров Юрий Карабаевич (1953-2015), российский учёный и общественный деятель отечественного и международного туризма, внёсший большой вклад в развитие российско-болгарских отношений, прежде всего, в туристской сфере, специалист в вопросах статистики туризма. Он начал свою научную деятельность в 1982 г. во Всесоюзной научно-исследовательской лаборатории по туризму и экскурсиям Центрального совета по туризму и экскурсиям ВЦСПС (ВНИЛТЭ) после окончания МИНХ им. Г.В. Плеханова по специальности «Денежное обращение и кредит» и Варненского экономического университета (Болгария) по специальности «Экономика и организация туризма». Во ВНИЛТЭ прошел путь от младшего научного сотрудника до заведующего отделом. Принимал участие в разработке первых в стране «Отраслевой перспективной схемы развития туризма в СССР» и «Программы научно-технического прогресса в сфере туризма». В конце 1980-х гг., при переходе экономики страны на новые принципы хозяйствования, руководил отраслевым методическим кабинетом экономики системы профсоюзного туризма, являлся учёным секретарем Научно-технического Совета ЦСТЭ. В 1992-1993 гг. в Министерстве культуры и туризма РФ работал начальником Управления «Программ развития туризма и межведомственной координации» и принимал непосредственное участие в разработке проектов «Основ законодательства о туризме в РФ» и первой Федеральной целевой программы развития туризма в РФ. В 1993-1994 гг. заведовал отделом Роскомтуризма. В 1994-1996 гг. находился в Республике Болгария в качестве генерального представителя Роскомтуризма. За этот период было подготовлено, парафировано и подписано первое межправительственное Соглашение о сотрудничестве между Россией и Болгарией в сфере туризма. Вернувшись в Россию, занимал руководящие должности в АО «Мосинтур», МТК «Столица», ВАО «Интурист». Б. был одним из инициаторов создания Международ-

ной общественной туристской академии (МТА), в 2006-2015 гг. работал исполнительным директором Академии. До последних дней Б. вёл преподавательскую деятельность, автор и соавтор научных, методических и учебных разработок МТА.

Соч.: Статистические методы оценки деятельности туристских предприятий (объединений) и повышение их роли в условиях полного хозяйственного расчета. Учеб. пособие. М.: ЦРИБ «Турист», 1989. – 85 с.

Бал (ball), большой праздничный вечер с танцами, увеселениями, играми и разнообразными развлечениями. Б. может быть традиционным мероприятием или сезонным, а также посвящённым какому-нибудь событию. Б. отличаются от обычных увеселительных мероприятий (танцев или дискотек) повышенной торжественностью, более строгим этикетом и классическим набором танцев, следующих в заранее определённым порядке. На Б. для исполнения классических танцев (вальс, мазурка, полонез, менуэт, кадриль и др.) обычно приглашается симфонический оркестр. Большой популярностью в прошлом и в настоящее время пользуются балы-маскарады. На Б. могут подаваться алкогольные и прохладительные напитки, фрукты и лёгкая закуска, также может быть накрыт стол для фуршета или банкета, к которому подход осуществляется, как правило, в конце первой части вечера. Во многих европейских государствах традиция Б. сохранилась со Средних веков, стала национальной традицией и привлекает множество туристов – например, венские балы в Австрии, венецианские балы-маскарады в Италии и т.д. В России в настоящее время традиция проведения Б. только начинает своё возрождение.

Баланс (balance), система взаимосвязанных показателей, характеризующих какой-либо вид экономической деятельности или процесса. Б. может быть торговым, платёжным, бухгалтерским, туристским.

Баланс туристский (balance of tourist), соотношение между въездным и выездным туристскими потоками в страну или регион, связанный с ввозом и вывозом капитала по линии туризма за определённый период – как правило, за год. Б.т. измеряется:

- количеством прибытий туристов в какую-либо страну и числом граждан данной страны, выезжающих за границу с туристскими целями;
- в финансовых показателях, составляющих отношение между стоимостью товаров и услуг, приобретённых иностранными туристами в данной стране, и стоимостью товаров и услуг, купленных гражданам данной страны за рубежом.

Основным показателем является сальдо Б.т., которое может быть положительным (в случае, если приток/прибытия туристов/валюты превышает отток) или отрицательным (если выездной поток туристов/валюты превышает число туристских прибытий или финансовых поступлений). Активный Б.т. формируется под воздействием таких факторов, как наличие туристского потенциала, политической и экономической стабильности, уровня благосостояния населения, развития туристской инфраструктуры и др. Для преодоления пассивного Б.т. страна принимает меры по активному развитию въездного туризма, что позволяет повысить приток в страну иностранной валюты. С другой стороны, улучшению Б.т. способствует развитие внутреннего туристского рынка. Это позволяет сократить количество

зарубежных поездок туристов-резидентов и тем самым уменьшить отток финансовых средств из страны. Динамика развития Б.т. считается одним из важных индикаторов уровня благосостояния и развития экономики страны.

Баланс туристского предприятия (balance of the tourist enterprise), экономическая категория, описывающая взаимозависимые показатели доходов и расходов туристского предприятия в определенный промежуток времени. В Б.т.п. обычно отражаются основные виды реализационных и внереализационных доходов и расходов, с указанием сальдо по каждому разделу. При этом сальдо может быть положительным или отрицательным. В Б.т.п. также отражается прибыль до налогообложения и после такового, расходы на выплаты дивидендов, заемные и инвестиционные ресурсы и другие экономические показатели. Б.т.п. используется в первую очередь для определения экономической эффективности деятельности туристского предприятия и его инвестиционной привлекательности. Дополнением к Б.т.п., как правило, служат отчёты о прибылях и убытках, о движении и амортизации материальных активов, об обороте ценных бумаг и бланков строгой отчетности.

Балет (ballet), искусство сценического танца, театральное представление, содержание которого воплощается в музыкально-хореографических образах. Балетные постановки, особенно премьерные спектакли, привлекают большое число зрителей, в том числе туристов, которые специально приезжают смотреть Б. в известные театры. См. *Опера*.

Балкон (balcony). 1. Площадка с перилами, укреплённая на выступающих из стены балках. Современные Б. выступают из плоскости стены фасада здания в виде огражденной площадки. Б. в исторических зданиях являются объектами туристского показа. 2. Места для зрителей, расположенные выше партера, в различных ярусах зрительного зала. В англоязычной литературе часто под словом “balcony” подразумевается балкон первого яруса.

Бальнеогрязевой курорт (balneomud resort), тип курорта, где в качестве основных лечебных факторов используются минеральные воды и лечебные грязи.

Бальнеоклиматический курорт (balneoclimatic resort), тип курорта, где в качестве основных лечебных факторов выступают климат и природные минеральные воды.

Бальнеологический курорт (balneological resort), тип курорта, где в качестве основного лечебного фактора используются природные минеральные воды.

Бальнеология (balneology), раздел курортологии, изучающий лечебные минеральные воды, их происхождение, физико-химические свойства, влияние на организм человека при различных заболеваниях, разрабатывающий показания к их применению на курортах и в некурортных условиях. См. *Курортология*.

Бальнеотерапия (balneotherapy), методы лечения, профилактики и восстановления нарушенных функций организма природными и искусственно приготовленными минеральными водами на курортах и в некурортных условиях.

Бани общественные (public baths), городские бани, которые по цене и

условиям посещения доступны для большинства жителей и туристов. Во многих странах Б.о. расположены в памятниках архитектуры и сохраняют старинные традиции – например, финские, турецкие, русские бани – и поэтому их посещение привлекает множество туристов. В ряде стран – например, в Финляндии – Б.о. располагаются в гостиницах, и эта услуга входит в стоимость проживания, так же как и посещение бассейнов. См. *Велнесс. СПА*.

Банк данных (data bank), система, задачей которой является накопление, хранение и выдача информационных данных, в том числе о туризме. Б.д. может быть составной частью любой информационной системы.

Банкет (banquet), форма ресторанного обслуживания, торжественный, званый обед/ужин в честь какого-нибудь события, юбилея организации или частного лица. В гостиницах и ресторанах высокого класса обязательно предусмотрены специально оборудованные банкетные залы, которые могут иметь отдельную кухню, бар и буфет. В банкетных залах обычно организуется концертная программа, поэтому предусматривается небольшой подиум или сцена с экраном и специальным освещением, а также танцевальная площадка.

Банковская гарантия (bank guarantee). См. *Гарантия банковская*.

Банковская карта (banking card). См. *Платёжная карта*.

Банкомат (bankomat), автомат, используемый для простых банковских операций и запрограммированный на выдачу ограниченных сумм наличных денег после введения в него специальной пластиковой карточки. Б. устанавливаются банками на улицах, в публичных местах, в гостиницах, с целью создания более удобных условий для получения денег, в том числе в нерабочие дни. Б. пользуются популярностью у туристов, позволяя им не перевозить с собой большие суммы наличных денег.

Банкротство в туризме (bankruptcy in tourism), фактическая неспособность туристской фирмы (туроператора, турагента) удовлетворить в полном объёме финансовые требования кредиторов по денежным обязательствам, связанным с предоставлением услуг туристам. Под понятием Б.т. также понимается процедура, применяемая по отношению к несостоятельной туристской фирме, направленная на оценку ее финансового состояния, выработку мер по улучшению финансового состояния фирмы-должника, а в случае, если применение таких мер будет признано нецелесообразным или невозможным, — на наиболее равное и справедливое удовлетворение интересов кредиторов несостоятельного должника на основе судебного решения. В 2014 г. произошло массовое банкротство туристских компаний в России. Турфирмы одна за другой прекращали свою деятельность, т.к. были не в состоянии оплатить обязательства перед туристами. Б.т. своей основной причиной имеет спад спроса на услуги, оказываемые населению туроператором, отсутствие финансовой «подушки» в доверенном банке, а также хищением денежных средств клиентов. Б.т. имели место и ранее в России и в других странах.

Банный туризм (bath tourism), направление в оздоровительном туризме, связанное с активным отдыхом. Основная цель таких туристских

поездок – посещение бань и сопутствующих оздоровительных услуг. В России и ряде других стран, где существуют национальные традиции помывки в банях (русские, грузинские, турецкие, финские, римские, арабские и т.д.), туристские фирмы организуют посещение бань в качестве основной или дополнительной услуги.

Баня (bathhouse). 1. Помещение, оборудованное для мытья нескольких человек с одновременным воздействием воды и горячего воздуха (в турецкой и римской банях) или воды и пара (в русской и финской банях). Б. является древнейшим изобретением человека, известным с античных времён. 2. Специальная архитектурная постройка, предназначенная для организации и проведения банных процедур и мытья людей. 3. Вид оздоровления, гигиены, а также организация проведения свободного времени, традиции которой сохранились с античных времен. Б. и банные традиции в разных странах и у разных народов различны, многие из них имеют глубокие исторические корни, поэтому посещение Б. является популярным среди туристов. См. *Банный туризм*.

Баня русская (russian bathhouse), специальное деревянное или каменное строение или помещение, в котором оборудованы парная, помывочная и имеется бочка с водой или небольшой бассейн; предназначено для мытья, гигиенических и оздоровительных процедур для нескольких человек. В парилке Б.р. имеются полки или широкая скамья, на которую парящийся должен лечь и хлестать себя веником (бывают лиственные, хвойные, травяные) или попросить, чтобы это сделал банщик. Синонимами Б.р. являются древнеславянские слова: «влазня», «мовня». Б.р. издавна является любимым времяпрепровождением русского народа и пользуется большой популярностью у туристов.

Бар (bar), небольшое предприятие общественного питания, в котором в основном продаются напитки и закуски. Обслуживание клиентов производится у барной стойки или за установленными в помещении столиками. Б. являются важной принадлежностью современных гостиниц, ресторанов, клубов, морских пассажирских судов, железнодорожных поездов и многих общественных заведений. См. *Вагон-бар*.

Бармен (barman, bartender), служащий бара, в обязанности которого входит: обслуживание посетителей, содержание бара, продажа напитков и закусок, приготовление коктейлей и пр.

Бартерная сделка (barter), безденежный обмен товарами и услугами. В туризме Б.с. часто применяется при осуществлении некоммерческих операций – например, при обмене туристскими группами школьников, студентов, преподавателей, специалистов, делегациями различных общественных организаций и т.д.

Бассейн для купания (bathing pool), искусственный водоём, сооружаемый для купания и плаванья на открытом воздухе или в специальном закрытом помещении. Может иметь различные размеры и конфигурацию. Б.к. часто сооружается в гостиницах, парках, на пляжах и других в местах туризма и отдыха.

Безбарьерный туризм (barrier-free tourism). 1. Вид туризма, в котором участвуют на равных со здоровыми

туристами инвалиды и люди с ограниченными физическими возможностями, для которых убирают барьеры при пользовании туристской инфраструктурой и посещении объектов показа. 2. Туристские путешествия людей, которые не признают ограничений при посещении различных объектов, закрытых для посещения по разным причинам или находятся в недоступных или труднодоступных местах. См. *Доступный туризм*.

Безвалютный туристский обмен (currency-free tourist exchange), безвалютный туризм. 1. Термин, активно использовавшийся в советский период, когда туристские группы, преимущественно из социалистических стран, принимались по обмену (часто по линии молодёжных и профсоюзных организаций), в порядке взаимозачёта на равнозначных сервисных и количественных условиях, т.е. на основе равенства предоставляемых услуг в течение определенного количества дней. 2. В современном туризме практикуется как туристский обмен студенческими, школьными, научными группами между образовательными, научно-исследовательскими и общественными организациями. См. *Бартерная сделка*.

Безвизовый туризм (visa-free tourism), путешествия туристов в страны безвизового въезда, а также в страны, где виза выдаётся на границе или онлайн. Б.т. осуществляется при посещении различных стран на круизном корабле на период от 1 до 3 суток.

Безопасность в туризме (tourism safety), совокупность различных видов деятельности, которая осуществляется субъектами туристскими компаниями самостоятельно и/или в сотрудничестве со специально создаваемыми государством структурами (туристская полиция, спасательные службы на воде, в горах и пр.). В этой деятельности существует много подходов, но основных два: 1. создание условий комплексной безопасности туристов на всех этапах осуществления их поездки; 2. защита местного населения, окружающей природной среды и культурного наследия от туристов. Б.т. является главной составляющей при принятии решения туристом о совершении поездки. Б.т. представляет собой базовое свойство туристских систем, подсистем и различных элементов во всех странах. См. *Безопасность туристской поездки. Безопасность туризма экономическая*.

Безопасность туристской поездки (tour safety). 1. Б.т.п. для организованного туризма представляет собой состояние защищённости туристов и организаторов туристской поездки от угроз природной и социальной среды. Безопасность (пожарная, санитарно-эпидемиологическая, экологическая, криминальная, информационная, экономическая) туристов на всех этапах путешествия (в транспорте, гостинице, предприятиях питания, других организациях обслуживания и при посещении мест религиозного поклонения) является обязательным условием при организации туристских и паломнических поездок и обеспечивается специальными мероприятиями информационного, организационного и иного характера. Безопасность посетителей гостиницы и других предприятий обслуживания является обязательным условием сертификации продаваемых туристских услуг. 2. Обеспечение безопасности спортивно-оздоровительного и самодеятельного туризма предусматривает выполнение обширного комплекса работ и мероприятий в общей

системе организации, подготовки и проведения туристских походов, путешествий, соревнований. К ним относятся: физическая, тактическая, техническая и специальная подготовка участников и руководителей походов; разведка, разработка и оборудование туристских маршрутов, а также мест проведения соревнований и тренировок; материально-техническое и медицинское обеспечение туристских групп; организация консультаций, проверок и контроля; оказание (при необходимости) оперативной помощи, проведение поисково-спасательных работ и т.д. Необходимость и результативность тех или иных мероприятий по обеспечению Б.т.п. определяются в каждом отдельном случае с учётом особенностей вида туристского маршрута, конкретной обстановки на маршруте и статистики несчастных случаев с туристами.

Безопасность средств размещения (safety of accommodation facilities). Гостиничное предприятие обязано проводить мероприятия, направленные на обеспечение личной и имущественной безопасности гостей. Безопасность туристов в средствах размещения осуществляется на основании двух основных принципов: личной ответственности клиента за собственную безопасность; ответственности администрации гостиницы за безопасность клиента и его имущества. Безопасность средств размещения достигается в соответствии с планом мероприятий по обеспечению защиты и безопасности клиентов, сотрудников и собственности предприятия. Один из руководящих сотрудников официально назначается ответственным за выполнение и обновление этого плана и за его соответствие текущим требованиям данного средства размещения. В Докладе по межрегиональной стандартизации критериев классификации гостиниц (1989) секретариат ЮНВТО рекомендовал следующие стандарты безопасности для всех категорий и видов средств размещения:

- гостиницы должны располагать противопожарными средствами и соответствующей техникой, обязательной для общественных зданий (система пожарной сигнализации, противопожарное оборудование, запасные выходы, пожарные лестницы);
- электроприборы, газовое, водопроводное и канализационное оборудование должны устанавливаться и эксплуатироваться в соответствии с действующими правилами техники безопасности;
- соответствующий уровень безопасности клиентов гостиницы и принадлежащих им вещей должен обеспечивать круглосуточно: хранение материальных ценностей в специально оборудованных сейфах, внедрение и поддержание в рабочем состоянии электронных систем запирания номеров и обеспечение наблюдения и видеонаблюдения и др.

Гостиничные предприятия имеют зоны особого внимания, в связи с этим перед администрацией стоят следующие задачи:

- контроль за хранением ключей;
- предотвращение краж;
- контроль за замками в номерах;
- безопасность жилых помещений;
- разработка мероприятий на случай экстренных ситуаций;
- контроль доступа в здание гостиницы;
- негласное наблюдение за перемещением и поведением посторонних лиц;
- контроль прилегающей территории;
- сбор и хранение информации о возможных источниках риска.

Электронные средства и современные методики наблюдения не снижают значимости и профессиональной подготовки персонала службы безопасности. К функциям, возлагаемым на службу безопасности, относятся обеспечение безопасности гостей и персонала средства размещения, в том числе расследование происшествий, связанных с пропажами в номерах, с украденными кредитными карточками, угрозами по телефону о взрыве, со смертью гостя и т.д. Служба безопасности взаимодействует с правоохранительными органами. Служба безопасности заботится о сохранении собственности средства размещения, контролирует поступающую продукцию различного назначения, предотвращает распространение и употребление наркотиков, злоупотребление спиртными напитками, борется с нарушителями общественного порядка, несанкционированным вторжением в номера и т.д. Средства размещения имеют круглосуточный свободный доступ, но только для постояльцев и их гостей. Обслуживающий персонал должен знать правила удаления из здания посторонних лиц, чтобы не быть втянутым в судебные процессы. Важную роль в поддержании безопасности отеля отводят электронным системам наблюдения и управления. Должностные инструкции персонала гостиницы обязательно должны включать в себя вопросы, посвященные проблемам безопасности. Каждому сотруднику гостиницы требуется разъяснить в письменном виде, за что он/она несет персональную ответственность, связанную с обеспечением безопасности. Санитарная безопасность. Санитарно-профилактические мероприятия в гостинице многообразны. Они прежде всего связаны с обеспечением приемлемого качества воды, соблюдением санитарных норм приготовления, хранения и потребления пищи, санитарным состоянием кухонь и мест общественного питания, поддержанием физиологически оптимальной температуры воздуха, чистотой постельного и столового белья.

Безопасность транспортных средств (vehicles safety), определяет комплекс их конструктивных и эксплуатационных параметров, а также технического состояния, обеспечивающий недопустимый или минимальный риск причинения вреда жизнедеятельности человека, имуществу и окружающей среде. Федеральный закон «О транспортной безопасности» от 09.02.2007 № 16-ФЗ (ред. от 06.07.2016) определяет транспортные средства как устройства, предназначенные для перевозки физических лиц, грузов, багажа, ручной клади, личных вещей, животных или оборудования, в значениях, определенных транспортными кодексами и уставами. К транспортным средствам, используемым при осуществлении туристской деятельности, относятся:
- автомобильный транспорт, используемый для регулярной перевозки (или по заказу) пассажиров и багажа;
- воздушные суда коммерческой гражданской авиации;
- морские суда, используемые в целях торгового мореплавания и используемые на внутренних водных путях для перевозки пассажиров, за исключением прогулочных судов, спортивных парусных судов;
- железнодорожный подвижной состав, осуществляющий перевозку пассажиров;
- городской наземный электрический транспорт.

Кроме ФЗ «О транспортной безопасности» Б.т.с. регулируется постановлениями Правительства РФ, государственными стандартами, а также

межправительственными соглашениями. В качестве примеров можно привести Постановление Правительства РФ от 12 августа 2010 г. № 623 (с изменениями от 4 сентября 2012 г.) «Об утверждении технического регламента о безопасности объектов внутреннего водного транспорта», а также технический регламент «О безопасности колесных транспортных средств» (ТР ТС 018/2011), принятый Таможенным союзом, в который входят Армения, Белоруссия, Казахстан, Киргизия и Россия.

Безопасность предприятий общественного питания (safety catering), создание условий на предприятиях общественного питания, которые исключают случаи отравления продуктами, возникновения пожара, угрозу жизни при эвакуации из помещения посетителей, в том числе туристов. На предприятиях общественного питания обязательно должны быть запасной выход и средства тушения пожара. Персонал должен быть обучен технике безопасности и знать, как действовать в чрезвычайных ситуациях. Руководители предприятий общественного питания должны своевременно проверять техническое оборудование на кухне и в залах обслуживания. На предприятиях общественного питания должен осуществляться комплекс мероприятий по безопасности труда, производственной санитарии, гигиене и противопожарной технике.

Безопасность туризма экономическая (safety tourism economic), представляет собой систему финансово-экономических мер и правовых гарантий, которые позволяют туристу, как и жителям страны пребывания, быть защищёнными от экономических потрясений, мошенничеств и спекуляций. Эти меры обеспечивают туристам экономическую доступность к туристским, курортным и рекреационным ресурсам, а также товарам и услугам в стране пребывания. В РФ Б.т.э. выражается в организации системы финансовых гарантий туроператорской деятельности и страховании гражданской ответственности участников туристского рынка.

Безопасность туристской услуги (safety of tourism services), создание туристской фирмой и её партнёрами условий, при которых отсутствует недопустимый риск нанесения ущерба жизни, здоровью и имуществу туристов во время совершения путешествия (экскурсии), а также в местах пребывания на маршруте.

Безопорная канатная дорога (unsupported cable car), вид канатной дороги, представляющий собой подъёмник, который используется для транспортировки лыжников, катающихся на небольших склонах. Б.к.д. просты в монтаже и эксплуатации. Горнолыжники называют Б.к.д. «беби-лифт». См. *Канатные дороги.*

Безостановочный маршрут (non-stop route), движение наземного пассажирского транспорта (железнодорожные поезда, автобусы и т.д.), при котором от пункта отправления до пункта назначения не делается остановки.

Бельё постельное (bed linen), в средствах размещения к Б.п. относятся полотняные простыни, пододеяльники, наволочки, полотенца, салфетки и т.д., которые подлежат регулярной смене при эксплуатации жилых номеров в зависимости от категории гостиницы. Б.п. используется в транспортных средствах: железнодорожных поездах, морских и речных

круизных судах. Качество и регулярность смены Б.п. зависят от категории обслуживания туристов.

Бельё столовое (table linen). На предприятиях общественного питания к Б.с. относятся полотняные скатерти, салфетки, полотенца и т.д. Качество столового белья зависит от категории ресторана или уровня обслуживания посетителей, в том числе туристов.

Бельэтаж (mezzanine), места в зрительном зале театра, как правило, расположенные полукругом или по кривой линии, сзади и выше партера и амфитеатра. Б. иногда рассматривается как балкон первого яруса театра.

Берег морской (seashore), полоса земли непосредственно у моря. В туристской индустрии удобные места на Б.м. активно используются для создания центров туристского обслуживания и отдыха: гостиниц, пляжей, причалов для лодок и яхт, спальных кабин, прогулочных эспланад и т.п.

Береговое обслуживание (coastal service), комплекс услуг, предоставляемых туристу – участнику круиза в портах захода теплохода на период его стоянки в том или ином месте. Б.о. обычно включает: организованное коллективное питание, экскурсии на объекты показа, посещение религиозных центров, театров, выставок, торговых центров, предприятий местной традиционной промышленности и т.д.

Бесплатная услуга (free of charge, gratis), условие оказания отдельных услуг в туризме, за которые с клиентов не взимается плата, – например, посещение некоторых музеев, выставок, парковка автотранспорта и т.д. Стоимость Б.у. может быть заложена в общую цену туристского продукта или она реально таковая. Также Б.у. создают в рекламных или иных целях.

Беспосадочный (рейс) (nonstop), движение авиационного пассажирского транспорта (самолёта, вертолёта т.д.), при котором от пункта отправления до пункта назначения не делается посадки.

Бивак туристский (tourist camp), место для непродолжительного отдыха туристской группы, совершающей пеший, конный или водный поход. В зависимости от продолжительности Б.т. они подразделяются на малый привал, обеденный привал, ночлег, дневку. Организация привала или ночлега заключается в том, чтобы правильно выбрать для него место, хорошо подготовить площадку, поставить палатки, развести костёр и обеспечить безопасность лагеря от воздействия стихийных сил природы. Как правило, Б.т. выбираются на достаточно ровных и сухих площадках, на полянах, опушках или прямо на обочине дороги или тропы. Желательно, чтобы рядом находился источник питьевой воды – ключ или чистый ручей. В ветреную погоду место привала должно быть укрыто от порывов ветра полосой леса, зарослями кустарника, пригорком или береговым откосом. Однако там, где имеются комары и мошки, для остановки рекомендуется выбирать наветренные участки рельефа. Зимой привал хорошо делать на освещённых солнцем местах, а летом – в тени.

Бивачное снаряжение (camping equipment). В состав группового Б.с. входят: палатки (с подстилкой или без неё), тенты, групповые спальные мешки, щётки-метёлки для очистки обуви и других предметов от снега,

костровое хозяйство (топоры, пилы, сетка костровая, тросик, рогульки, крючья для подвески посуды и т.д.), нагревательные приборы или походная печка, варочная посуда, кухонные принадлежности, спички в непромокаемой упаковке, фонари с запасными батарейками, свечи, мыло, клеёнка обеденная, ремонтный набор, аптечка, а также предметы для игр и развлечений. Индивидуальное Б.с. состоит из теплоизоляционного коврика, спального мешка, электрического фонарика, средства связи (сотового телефона), туалетных принадлежностей, личной посуды, ножа, спичек, швейных принадлежностей и аптечки первой медицинской помощи.

Биде (bidet), специальный сосуд, раковина для подмывания. Обычно устанавливается в туалетных комнатах жилых номеров в гостиницах высоких категорий. В некоторых странах с жарким климатом наличие Б. в ванной комнате является обязательным для гостиниц всех уровней.

Бизнес-класс (business class), определённый уровень качества и количества услуг, предоставляемых авиационными компаниями авиапассажирам, в том числе туристам, перед полётом, во время его осуществления и после приземления. По удобству перевозки и качеству обслуживания в полете, а также по уровню цен Б.к. находится между первым классом и экономическим.

Бизнес туристский (travel trade), предпринимательская деятельность в сфере организации туристских путешествий и продажи услуг, приносящая доход и/или иные выгоды. Б.т. в некоторых странах регулируется специальным законодательством.

Бизнес-отель (business hotel), средство размещения, гостиница от 3 до 5 звёзд, специализирующаяся на обслуживании государственных служащих, предпринимателей, специалистов и т.д. Б.-о. предоставляет максимальные удобства для профессиональной деятельности постояльцев, в том числе туристов, имеет специально оборудованные помещения для офисов, проведения конференций, семинаров, переговоров, встреч и т.д.

Бизнес-туризм (business tourism). См. *Деловой туризм*.

Бизнес-центр (business center). 1. Структурное подразделение гостиницы, входит в жилой фонд, занимается предоставлением компьютерных услуг, секретарских услуг: копировальные и машинописные услуги, письменный и устный перевод, переплетные работы и т.д. При необходимости, сотрудник Б.-ц. может подменить консьержа. 2. Специально построенное или приспособленное здание, в котором могут находиться помещения для офисов, переговорные комнаты и залы, интернет-кафе, конференц-залы, рестораны и банкетные залы. Все помещения Б.-ц. оборудованы телекоммуникационными системами связи и специальной аппаратурой, в том числе компьютерами.

Бизнес электронный (business electronic). См. *Электронная коммерция*.

Билет абонементный (ticket subscription). См. *Билет проездной*.

Билет без права возврата (nonrefundable ticket), проездной документ, не подлежащий возврату с соответствующей денежной компенсацией

или изменению дат вылета и прилёта. Обычно Б.б.п.в. является билетом на чартерные рейсы или билетом, покупаемым по максимально льготным тарифам.

Билет бесплатный для турагента (free agency ticket), проездной документ, выдаваемый транспортной или туристской компанией своему турагенту для проезда на внутренних или международных линиях. Б.б.д.т. является именным, без права его передачи другим лицам.

Билет входной (admission ticket), документ на право входа в государственные, общественные или частные музеи, картинные галереи, городки аттракционов, цирки, театры, кинотеатры, фестивали, концерты и другие платные объекты туристских посещений. При организации поездок с комплексным обслуживанием турфирмы могут учитывать или не учитывать стоимость Б.в. на объекты, включенные в экскурсионную программу, в общей цене пакета услуг, но обязаны проинформировать об этом туриста.

Билет выходного дня (weekend ticket), проездной документ для проезда на пассажирском авиатранспорте по льготному тарифу для туристов, путешествующих по стране или за границу в течение выходных дней конца недели (суббота-воскресенье), когда общий поток пассажиров заметно уменьшается. За счёт льготного тарифа авиакомпании стремятся увеличить загрузку своих рейсов в эти дни. Б.в.д. обязательно включает перевозку туда и обратно.

Билет групповой (party, group ticket), проездной документ на совместную поездку каким-либо видом транспорта одной группы туристов по единому для всех её членов маршруту. Б.г. применяется для упрощения и удешевления процедуры оформления проездных документов, выписывается по групповому тарифу на имя руководителя группы или одного из её членов с указанием общего числа участников групповой поездки. Б.г. не дает права участникам поездки на отделение от группы во время совершения путешествия на том или ином виде транспорта. Участники поездки по Б.г. не могут совершать путешествие на том или ином виде транспорта отдельно от группы, для этого турист должен приобрести дополнительный билет.

Билет детский (children's ticket), проездной документ, приобретаемый для детей, в целях проезда на железнодорожном транспорте, перелётов на авиационных транспортных средствах, перемещения на водных судах в РФ. На Б.д. авиационные авиакомпании обычно делают значительные скидки. Б.д. авиационные бывают «с местом» или «без места». Б.д. авиационные «с местом» продаются обычно для детей в возрасте до 12 лет и, таким образом, у ребёнка есть своё место. Такой билет включает все услуги, как для взрослого человека. Скидки на детские билеты «с местом» составляют, как правило, до 50%, но они могут быть и более дешёвыми, что зависит от сезона и направления. Б.д. авиационные «без места» обычно доступны детям до 2 лет. При этом родители, как правило, получают большую скидку до 90%, но в таком случае ребёнок будет лететь на руках у взрослого человека. Важное замечание: один взрослый человек может взять на руки только одного ребенка до 2 лет. Б.д. железнодорожный приобретается для детей от 4 до 9 лет включительно, его стоимость составляет 35% от цены взрослого билета, если это обычный вагон, и 50% для ваго-

нов с дополнительными услугами. Если ребенку исполнилось 10 лет к моменту начала путешествия, ему должен быть куплен обычный, не детский билет. Бесплатно с пассажиром может следовать только один ребёнок в возрасте до 4 лет включительно, без отдельного места. На каждого последующего ребёнка в возрасте до 5 лет должен быть оформлен платный детский билет с местом. На ребенка до 4 лет с местом по желанию можно оформить Б.д. железнодорожный как на детей 4-9 лет. Детям старше 9 лет покупается полный «взрослый» билет. Дети до 9 лет могут путешествовать поездом только со взрослыми людьми. Исключение – учащиеся, добирающиеся поездом до школы. Скидки для школьников действуют с 1 сентября по 31 мая. На ребёнка младше 14 лет, путешествующего без родителей в сопровождении родственников, должна быть оформлена доверенность от обоих родителей, заверенная нотариусом. Б.д. на водный транспорт приобретается для детей до 14 лет. При проезде ребенка, имеющего детский билет, ему предоставляется отдельное место. Возраст ребёнка определяется в соответствии со свидетельством о рождении на день начала перевозки. Перевозка несовершеннолетних детей в возрасте до 14 лет включительно осуществляется в сопровождении дееспособного пассажира, кроме случаев проезда учащихся, пользующихся внутреннем водным транспортом, для посещения общеобразовательных учреждений. Несовершеннолетние дети в возрасте старше 14 лет могут перевозиться без сопровождения дееспособного пассажира. Перевозчик вправе ввести ограничение по минимальному возрасту ребёнка, который может быть перевезен на судне, обслуживающем экскурсионно-прогулочный и туристский маршрут.

Билет комбинированный (combined ticket, air-sea ticket), проездной документ, по которому пассажир, после оплаты, имеет право на проезд по своему маршруту на разных видах транспорта. Например, Б.к. для проезда по согласованному маршруту на транспортных средствах авиа, морской, автобусной и железнодорожной компаний. Комбинированные билеты могут выдаваться только при наличии соглашения между разными транспортными компаниями на совместную перевозку пассажиров по Б.к. Такие билеты применяются часто в международном туризме, особенно при организации сложных маршрутов, включающих проезд различными видами транспорта. Например, билет «самолёт-судно-самолёт». Бронирование мест на все виды транспорта, включённые в комбинированную перевозку, и оформление Б.к., как правило, берёт на себя компания, на транспорте которой начинается поездка туриста.

Билет льготный (ticket preferential), проездной или входной документ на транспорт, в музей, на выставку, в кино, развлекательный комплекс, национальный парк и другие сервисные организации индустрии туризма, предоставляемый со скидкой для определенных категорий туристов и путешественников (дети, пенсионеры, пожилые люди, люди с ограниченными физическими возможностями, журналисты, местное население и др.) Скидки на приобретение билетов устанавливаются, как местными администрациями туристских дестинаций, так и предпринимательскими структурами, предоставляющими оздоровительные, познавательные, развлекательные и иные услуги на своих объектах как часть маркетинговой стратегии.

Билет полный (full fare ticket), проездной документ для проезда в пассажирском транспорте по обычному тарифу, опубликованному в тарифных справочниках и официальных информационных сообщениях для индивидуальных и групповых поездок, без скидок.

Билет проездной (pass), проездной документ, приобретаемый для проезда на регулярных или рейсовых видах транспорта, сроком действия от одного до нескольких дней или месяцев при неограниченном или ограниченном количестве поездок. См. *Билет абонементный.*

Билет прямой (direct ticket), проездной документ на проезд любым классом на авиационном, железнодорожном или морском транспорте между двумя пунктами по кратчайшему маршруту без промежуточных пересадок на другие средства транспорта.

Билет сезонный (season ticket), проездной документ, дающий право на неограниченное количество поездок на транспорте в течение определенного срока (сезона) между установленными пунктами в обоих направлениях. Б.с. продают на льготных условиях, и они используются для проезда на городском или пригородном транспорте.

Билет семейный (family ticket), проездной документ для проезда на международных авиалиниях семьи, состоящей из её главы (мать и/или отец) и сопровождающих членов семьи. По условиям перевозки глава семьи оплачивает полный тариф, членам семьи предоставляется определённая скидка. Б.с. оформляются только для проезда в туристском или экономическом классах.

Билет с открытой датой (open-date ticket), проездной документ, в котором при его продаже не фиксируется дата и номер международного авиарейса или поезда. Б.о.д. выписывается по желанию пассажира (туриста) на случай, если он планирует в своей поездке сделать временную остановку. При продолжении путешествия турист использует Б.о.д., который он обязан зарегистрировать в местной кассе на нужную дату и номер авиарейса или поезда.

Билет «туда и обратно» (return ticker), проездной документ, дающий право на проезд в оба конца путешествия. Б.«т.о.» выдают транспортные компании на льготных условиях, включающих небольшую скидку с полного тарифа раздельных перевозок в оба конца.

Билет туристский (tourist ticket), проездной документ на проезд в авиационном транспорте в экономическом классе с целью туристского путешествия или отдыха. Б.т. используются авиакомпаниями в целях стимулирования туристских поездок и увеличения загрузки своих рейсов. Б.т. обычно продаются по заявкам туристских фирм для индивидуальных туристов и групп с определённой скидкой с полного тарифа. Размер скидок зависит от численности пассажиров, продолжительности и направления путешествия, сезона и других условий. Часто такой билет называется билетом «инклюзив-тур», «ИТ-тикет».

Биологический туризм (wildlife tourism, biological tourism), подвид и направление природного, научного и познавательного туризма, основной целью которого является знакомство и изучение биологического разнообразия страны пребывания. См. *Природный туризм.*

Биосферные заповедники (biosphere reserves), специально охраняемые государством территории, создаваемые в целях сохранения и развития генофонда биосферы, типичного для той или иной природной зоны, проведения научно-исследовательских, экологических и ландшафтных работ, сохранения культурного и природного наследия. Доступ туристов в Б.з. специально регулируется. См. *Заповедники. Заповедник биосферный.*

Биржа туристская (tourist burse), устаревшее понятие, периодически устраиваемый съезд (выставка) представителей туристских фирм, гостиничных и транспортных компаний для заключения контрактов на оптовую куплю-продажу туристских и транспортных услуг. См. *Выставка туристская.*

Биржаков Михаил Борисович (1940-2017), известный советский и российский учёный, деятель туризма, президент Национальной туристской академии (2005-2006), первый вице-президент Международной общественной туристской академии (МТА) (2005-2017), председатель Северо-Западного отделения МТА, кандидат технических наук. Б. родился 22 сентября 1940 г., вся его жизнь была связана с Ленинградом – Санкт-Петербургом, где он получил образование, работал, стал известным специалистом, а затем известным отечественным учёным и деятелем туризма. Он стоял у истоков современного отечественного туризма, многое делал в российском туризме первым: издал учебник по туристской деятельности «Введение в туризм», написал фундаментальные научные труды о туризме, создал первый профессиональный туристский журнал «Туристские фирмы», разработал и издал грандиозный туристский словарь «Большой глоссарий терминов международного туризма». Участвовал в разработке Федерального закона РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (1996) и пяти международных модельных законов МПА СНГ о туристской деятельности и смежным вопросам (2006, 2014-2017). Автор монографий: Международное туристское право (2008), Туристское право (2017). Его деятельность на правовом поле туризма заслуживает специального научного исследования, при этом важно отметить, что написанием и продвижением законопроектов он занимался буквально до последнего дня своей жизни. Он был одним из учредителей и вице-президентом Национальной академии туризма в 1993-2005 гг., президентом НАТ в 2005-2006 гг. В 2005 г. вошёл в состав учредителей МТА и был избран первым вице-президентом Академии, а также возглавлял её Санкт-Петербургское, а затем Северо-Западное отделение. Б. стал одним из учредителей и вице-президентом Санкт-Петербургской общественной организации «Ассоциация работников туристско-экскурсионных предприятий» в 1993-2017 гг. Работал директором издательства туристской литературы в 1991-2009 гг. Возглавлял в должности генерального директора «Невский Благотворительный фонд». Эксперт по туризму профильной комиссии по туристской индустрии в Законодательном собрании Санкт-Петербурга в 2010-2016 гг. Член Оргкомитета традиционного «Туристского слета» (18 сезонов) и модератор ежегодной научно-практической конференции «Развитие потенциала внутреннего туризма России на современном этапе». Он был лидером санкт-петербургской туристской общественности и главой научной школы, оставил

множество последователей и учеников. Автор более чем 400 научных трудов, в том числе 28 монографий, более 350 научных статей по тематике туризма. В период 1991-2009 гг. издал 50 выпусков профессионального национального туристского журнала «Туристские фирмы».
Соч.: Введение в туризм (монография). СПб., десять изданий 1999-2014 гг. – 192 с. Большой глоссарий терминов международного туризма // Под ред. М.Б. Биржакова, В.И. Никифорова. Третье издание, дополненное и переработанное. СПб., 2006. – 936 с. (в соавторстве). Учебное пособие по дисциплине «Статистика туризма». Части I и II. СПб., 2014. Туристское право. В двух частях. Часть I. Правовой комментарий к Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» 2016 // Под ред. М.Б. Биржакова. СПб., 2017. – 246 с. (в соавторстве).

Бирка багажная (luggage tag), документ в виде небольшого картонного или бумажного листка, который подтверждает принадлежность багажа его владельцу и прикрепляется или приклеивается к багажу, сдаваемому пассажиром для перевозки на транспорте. Отрывной корешок Б.б. вручают владельцу. По этому корешку владелец получает багаж в пункте назначения.

Ближний туризм (near tourism), пешеходные прогулки по окрестностям города или курорта в течение 1-3 дней. См. *Пешеходная экскурсия. Пешеходный туризм.*

Блюдо (course, dish). 1. Одно из перемен приготовленных кушаний (еды), подаваемых в ресторане во время завтрака, обеда и ужина, – например, закуска, бульон (суп), горячее, десерт и т.д. 2. Большая тарелка, круглая или продолговатая, глубокая или мелкая, для подачи готовых кушаний на стол.

Блюдо главное (main course, main dish), приготовленная пища, которая в ресторане заказывается и подается гостям как основная горячая еда. В европейской пищевой традиции, как правило, это могут быть мясные, рыбные блюда, дичь, блюда из морских продуктов и т.д.

Блюдо дня (special of the day), главная еда в меню, предлагаемая посетителям ресторана только на конкретный день. Обычно о таком блюде сообщается в самом начале меню под девизом «шеф-повар рекомендует», иногда Б.д. не расшифровывается в меню и о нём надо спросить официанта.

Блок мест (блок-чартер) (part charter), коммерческое условие перевозки пассажиров, в т.ч. туристов, по которому авиаперевозчик предоставляет организатору поездки фиксированное количество – квоту мест на регулярном авиарейсе по ценам ниже обычных тарифов под обязательство их полной предоплаты вне зависимости от количества фактически проданных мест.

Блошиный рынок (flea market). См. *Рынок блошиный.*

Богомолец (pilgrim). См. *Паломник.*

Богомолье (pilgrimage). См. *Паломничество. Странничество.*

Бойченко Виктор Кузьмич (1925-2012), заместитель председателя Госкоминтуриста СССР в 1980-1987 гг., участник Великой Отечественной войны, Герой Советского Союза

(1943). В 1951 г. Б. окончил Институт внешней торговли. После окончания учебы несколько лет работал в Китае – заместителем торгпреда, вице-консулом в Шанхае, 1-м секретарем посольства СССР в Пекине. С 1959 г. в течение 28 лет проработал в системе иностранного туризма, занимая посты заместителя председателя Правления ВАО «Интурист», 1-го заместителя начальника Главного управления по иностранному туризму при Совете Министров СССР, заместителя председателя Государственного комитета СССР по иностранному туризму. Входил в состав Советского комитета защиты мира, Союза советских обществ дружбы с зарубежными странами, Советского комитета ветеранов войны. В 1985 г. ему было присвоено почетное звание «Заслуженный работник культуры РСФСР».

Болгар Михаил Израилович (1948-2003), российский путешественник, специалист по спортивному туризму, кандидат в мастера спорта СССР (1972). Он был участником и руководителем водных походов различных категорий сложности (по VI включительно), чемпион СССР (в составе команды В.Р. Мустафина) по туризму (1974), участник первопрохождения реки Хайверга (приток Большого Патома) на плоту (1979). Б. руководил Челябинской областной маршрутно-квалификационной комиссией (2001-2003), был президентом Челябинской областной федерации спортивного туризма, инструктором и гидом-проводником международного класса. Б. внёс существенный вклад в развитие отечественного спортивного туризма. Погиб в водном походе V категории сложности по реке Китой в ущелье Моткины Щёки во время паводка.

Болезнь морская (seasickness), симптомы укачивания на морском, авиационном, автомобильном и гужевом транспорте: сухость во рту, тошнота, головокружение, недомогание, которые могут возникать у туристов во время движения транспортных средств. При Б.м. следует использовать подручные медицинские средства, после чего обязательно обратиться к врачу.

Больница (hospital), медицинское учреждение, госпиталь для стационарного лечения больных. В случае внезапного заболевания иностранных туристов в стране их путешествия они, в соответствии с приобретенным полисом медицинского страхования, имеют право пользоваться услугами местных Б. См. *Медицинское страхование*.

Бондинг (bonding), гарантия финансовой ответственности туристской фирмы перед своими клиентами и партнёрами в случае её неспособности обеспечить выполнение взятых на себя обязательств. В соответствии с действующими во многих странах – в том числе и в РФ – законодательными нормами, туроператоры и турагенты обязаны внести определённый денежный депозит в банковское или страховое учреждение в качестве такой гарантии. См. *Гарантия туристская*. *Гарантия финансовая*.

Бонус (bonus), дополнительное вознаграждение, выплачиваемое туроператором своим турагентам за увеличение продажи рекламируемых и продвигаемых туров. Б. обычно выплачиваются в виде фиксированных денежных сумм. При этом часто используется накопительная система бонусного вознаграждения.

Бордель (brothel), публичный дом, в котором женщины с пониженной социальной ответственностью принимают посетителей. В некоторых странах городские районы, где находятся Б., рекламируются в туристских путеводителях, рекламных брошюрах и справочниках. В Российской Федерации этот вид оказания услуг запрещён законодательством. См. *Сексуальный туризм*.

Бортпроводник (steward), сотрудник авиакомпании (стюард или стюардесса), обслуживающий пассажиров на борту самолёта во время полёта.

Ботанический сад (botanical garden), охраняемая природная территория, на которой с научно-исследовательской, просветительной и учебной целях культивируются, изучаются и демонстрируются коллекции живых растений из разных частей света и различных климатических зон. Б.с. создаются как на территории городов, так и в естественных природных условиях. Б.с. рассматривается как научно-просветительское учреждение, так и территория для отдыха, проведения познавательных экскурсий, а также как туристская достопримечательность.

Ботель (botel), неформальное название средства размещения, небольшая гостиница на воде, в качестве которой используется соответствующим образом оборудованное судно. Как правило, такое судно пришвартовано не в порту, а в городской черте. См. *Гостиница плавучая*.

Боулинг (bowling), спортивная игра в шары, которая произошла от игры в кегли. Цель игры: с помощью как можно меньшего количества пускаемых руками шаров сбить кегли, установленные особым образом в конце безбортовой дорожки. В мире существует много разновидностей Б., с различными правилами и условиями игры. Международная федерация боулинга (World Bowling; WB), объединяющая федерации 134 стран, проводит один раз в два года международные чемпионаты по Б. На спортивные соревнования по Б. приезжают спортсмены и многочисленные болельщики-туристы. См. *Кегельбан*.

Бренд туристский (brand of tourism), образ туристской дестинации как объекта или комплекса объектов культурного и природного наследия, маршрута, комплекса услуг и т.д., создаваемый у туристов. Б.т. мотивирует посещения в целях ознакомления с данными объектами, участия в уникальных событиях, ремеслах, квестах, фестивалях, праздниках, которые привлекают к себе большой поток туристов.

Бронирование (reservation). См. *Бронирования система. Резервирование. Заказ на туристскую поездку. Заявка на бронирование. Гарантированное бронирование. Негарантированное бронирование*.

Бронирование в последний момент (last-minute booking), продажа туристам свободных мест в групповых турах или на транспорте непосредственно накануне начала поездки. В целях стимулирования продажи «горящих путёвок» турфирмы обычно идут на значительное снижение цен. Некоторые турагентства и агентские цепи специализируются на продаже «горящих путёвок», формируя для себя соответствующий потребительский рынок. См. *Горящие путёвки*.

Бронирование двойное (double booking), подтверждение заявки на

бронирование одного и того же места в гостинице, самолете или ином туристском предприятии двум разным лицам. Некоторые туристские предприятия прибегают к двойному бронированию как средству обеспечения более полной загрузки своих производственных возможностей в случае аннуляции части подтвержденных ранее бронирований. См. *Овербукинг.*

Бронирование номеров в средствах размещения (booking of rooms in lodging facilities), резервирование номеров, производимое отделом бронирования гостиницы по заявкам клиентов. Бронирование определяет следующие показатели: срок проживания, численность проживающих, цену, категорию номера. Срок проживания измеряется ночами. Если среди проживающих есть дети, то это необходимо отметить, т.к. во многих гостиницах дети до определённого возраста проживают бесплатно или для их поселения необходимо заказать дополнительные услуги. Определение типа и категории номера, в котором будет проживать гость, зависит от его предпочтений, а также от наличия номеров данной категории. Номера различаются по категориям, а следовательно, и по цене, и по количеству кроватей. Обычно наибольшим спросом пользуются самые дешёвые номера, а на курортах – с видом на море или на горы. Каждый номер характеризуется определенными особенностями, которые могут быть как привлекательными, так и отталкивающими для гостей (выходить на оживленную улицу или во внутренний двор; располагаться рядом с лестницей или лифтом; являться угловым или центральным и т.д.). При бронировании желательно руководствоваться пожеланиями гостя при выборе комнаты. Для компаний и турфирм, которые регулярно присылают заявки о бронировании и обеспечивают достаточную загрузку номеров, гостиница устанавливает специальные скидки, что фиксируется особым ценовым кодом. В задачу службы бронирования входит отслеживание правильности определения цены для компании или турфирмы, необходимое для последующего подсчёта количества ночей, которые гости от компании или турфирмы прожили в гостинице. Этот показатель ведёт в последующем к снижению цены или же, при недостаточном количестве ночей, к расторжению контракта. Турфирмам на основании этого могут выплачиваться комиссионные. Бронирования бывают двух типов: гарантированные и негарантированные. Гостиница может получать запросы на бронирование из различных источников. Существуют следующие способы резервирования мест в гостиницах: электронные системы через Интернет, факс, телефон, центральная система бронирования (присоединенная и не присоединенная). Большая часть бронирования, осуществляемая непосредственно в гостинице, проводится по заявкам, приходящим по факсу или Интернету. Информация, содержащая запрос о бронировании номера, обычно поступает от компаний или турфирм, сотрудничающих с данной гостиницей; в последнее время всё чаще напрямую обращаются сами туристы. Только запрос на фирменном бланке может служить основанием для подтверждения контрактной цены на номер в средстве размещения. В запросе, кроме просьбы забронировать номер для указанного туриста на указанные даты, должна также присутствовать информация о методе оплаты и другие возможные пожелания. См. *Гарантированное бронирование. Негарантированное бронирование.*

Бронирование предварительное (advance booking). См. *Предварительное бронирование.*

Бронирования система (reservation system). См. *Система бронирования. Резервирование. Заказ на туристскую поездку. Заявка на бронирование.*

Брошюра туристская (touristic brochure), специализированное полиграфическое издание. Б.т. – небольшое брошюрованное печатное издание объемом, как правило, до 50 страниц, содержащее информацию о туристских услугах, художественно ярко оформленное. Для удобства пользования и привлекательности брошюры изготавливаются в малом формате с большим количеством цветных иллюстраций. Б.т. обычно используются как рекламный материал путём почтовой рассылки и прямой раздачи потенциальным потребителям туристских услуг на массовых мероприятиях. См. *Путеводитель.*

Бублики (tubing), надувные изделия для катания, средство передвижения, представляют собой надувные сани со специальным днищем для катания на снегу и на воде. Б. для катания по снегу называется сноутюбинг или санки-ватрушки. Тюбинг – это пластиковый кожух со вставленной в него круглой резиновой камерой (автомобильной) большого диаметра. Сноутюбинг неуправляем, а его скользящая поверхность позволяет развивать большую скорость. Для катания на Б. создаются специальные тюбинговые трассы и подъёмники при них. Чем сложнее и выше трасса, тем больше скорость и восторг, которые смешиваются с естественным чувством страха. Для катания на Б. необходимо знать правила пользования сноутюбингом и быть осторожными. Б. имеют отличное скольжение, на них можно кататься даже на тонком слое снега; главное, чтобы на спуске не было щебня, песка или острых ледяных осколков, т.к. чехол ватрушек легко режется. Б. отлично приспособлен для комфортного катания одного или двух человек, в зависимости от размера, а его неуправляемость и скорость, с которой он спускается с горы, добавляют массу острых ощущений. Для удобства катающихся сноутюб оснащен прочными ручками, расположенными на выпуклых боках санок, причем ручки на качественных санках выходят из шва или продублированы стропой, в остальных случаях, когда ручки пришиты просто сверху на ткань, они ненадежны и могут оторваться в самый ответственный момент. Чтобы Б. удобно было перемещать, к ним пришита специальная стропа, за которую санки-ватрушки также можно привязывать к снегоходу. Для таких развлечений лучше купить Б. с круговым креплением, не позволяющим крутиться санкам вокруг своей оси и с уплотнённой тканью. Б. для катания можно использовать для развлечений на воде в летнее время. Кроме того, они удобны в хранении, компактны и не занимают много места.

Бугельная канатная дорога (ski cable car), вид канатной дороги, представляющий собой опорный подъемник, который перемещает пассажиров с помощью троса, двигающегося по кругу благодаря механизмам (бугелям), расположенным на специальных станциях-опорах. Приводы могут располагаться на нижней и верхней станциях, встречаются и комбинированные варианты. По количеству посадочных мест различают Б.к.д. – одноместные («тарелка») и двухместные («швабра»). См. *Канатные дороги.*

Буклет туристский (touristic booklet), специализированное полиграфическое издание. Б.т. представляет собой сокращённую форму туристской брошюры. Основным отличием Б.т. является то, что его страницы не брошюруются, а складываются в виде «гармошки». См. *Брошюра туристская*.

Бунгало (bungalow), неформальная классификация средства размещения, представляющего собой лёгкую жилую постройку в загородной зоне и имеющего 1-3 комнаты, веранду, кухню, санузел. В большинстве случаев Б. предназначается для размещения одной семьи и используется в летних лагерях отдыха. Б. являются наиболее экономичным средством размещения, цены на которые ниже проживания в отелях и пансионатах. Проживающие в Б. туристы, как правило, пользуются самообслуживанием (уборка, приготовление пищи и пр.)

Бутерброд (sandwich), пища для быстрого перекуса, представляющая собой один кусок или два куска хлеба, на который (или между которыми) положены ломтики мясных изделий или сыра, иногда с добавлением зелени и соуса. Б. является основной пищей сухого пайка, которые туристы берут с собой в долгую дорогу или на экскурсию. См. *Сухой паёк. Пакет с едой*.

Бутик (boutique), небольшой хорошо оборудованный и оформленный магазин или отдельная секция в торговом центре, где продаются модные и дорогие изделия роскоши, украшения и стильная одежда. Магазины такого типа привлекают внимание туристов во всех странах мира, поэтому многие из них ориентированы прежде всего на обслуживание путешественников, а не местных жителей.

Бутик-отель (boutique hotel), неформальная классификация средства размещения, представляющего собой небольшую гостиницу (обычно от 10 до 50 номеров), которая является воплощением роскоши и эксклюзивности. Каждый номер Б.-о. имеет уникальный дизайн. Нередко их открывают в зданиях бывших административных учреждений, складов, фабрик, музеев, на сельскохозяйственных фермах, в авиационных ангарах, на речных и морских судах. Для разработки концепции будущей гостиницы и оформления ее интерьера привлекаются лучшие дизайнеры. Многие деятели искусства открывают собственные гостиницы, предназначенные для звезд шоу-бизнеса, эстрады и спорта.

Буфет (buffet). 1. Форма обслуживания посетителей, в т.ч. туристов, в гостиницах или на предприятиях питания (кафе, столовых, ресторанах) с ограниченным набором горячих и холодных блюд. Б. в данном случае представляет собой специально оборудованный длинный стол или стойку для продажи закусок и напитков в фойе или специальных залах гостиниц, ресторанов и т.п. 2. Предприятие общественного питания. 3. Предмет мебели для гостиной и кухни. См. *Автобуфет. Вагон-буфет*.

Бювар (buvard), настольная папка с вложенными в неё предметами для письма (писчая бумага, почтовые конверты и открытки с фирменными знаками, ручки), которая находится на столе в жилых гостиничных номерах для использования проживающими в них клиентами. В Б. иногда кладут также информационные и рекламные материалы о гостинице. См. *Информационная папка*.

Бюро бронирования (booking office), место в туристской фирме, где размещается служба приёма заявок на бронирование различных видов туристских услуг. Обычно Б.б. является структурной частью крупной туристской операторской фирмы или турагентства.

Бюро международного молодёжного туризма «Спутник» (Bureau of international youth tourism «Sputnik»), молодёжная туристская организация в СССР, которая была создана постановлением ЦК ВЛКСМ «Об организации туристского обмена с зарубежными молодежными организациями» от 24 июня 1958 г. как хозрасчетное Бюро международного молодёжного туризма при Комитете молодежных организаций СССР (КМО). Тем же постановлением был одобрен Устав Бюро и Положение о Международном молодёжном туристском лагере. В 1970 г. туристская организация была выведена из подчинения КМО и получила название «Бюро международного молодёжного туризма “Спутник” ЦК ВЛКСМ». Через БММТ «Спутник» Центральный Комитет Всесоюзного Ленинского Коммунистического Союза Молодёжи (ЦК ВЛКСМ) занимался организацией поездок для молодёжи и студентов (в возрасте от 16 до 30 лет) по стране и за границу. В деятельности Бюро существовало три основных направления: международный молодёжный обмен туристскими группами на безвалютной основе, внутрисоюзные путешествия советской молодежи (с 1963 г.) и организация отдыха в туристских центрах. В советское время БММТ сотрудничало с сотнями молодёжных и студенческих организаций многих стран мира. Зарубежной молодежи предлагалось более 100 маршрутов для путешествий по Советскому Союзу. В своем распоряжении «Спутник» имел собственный транспорт, гидов и туристские центры. Для развития туризма большое значение имело строительство и создание международных молодёжных лагерей на Кавказе, в Крыму, в Закарпатье, в Прибалтике и других регионах СССР, которые были предназначены для проведения совместного отдыха советской и зарубежной молодёжи. Помимо рекреационных и спортивных мероприятий и экскурсий, большое внимание уделялось проведению встреч с известными советскими деятелями культуры, учеными, спортсменами и космонавтами, молодёжные диспуты на различные темы, национальные дни и вечера, «костры дружбы» и других разнообразных информационно-пропагандистских мероприятий. 21 июня 1991 г. Бюро ЦК ВЛКСМ ликвидировало БММТ «Спутник» в связи с созданием закрытого акционерного общества «Спутник».

Бюро находок (lost and found office), служба по розыску и хранению потерявшегося багажа, расположенная в аэропортах, вокзалах и т.д. Правила по розыску багажа в разных странах и различных транспортных компаниях отличаются друг от друга.

Бюро обслуживания (hospitality desk), стойка в вестибюле гостиницы для службы, занимающейся организацией обслуживания клиентов за пределами гостиницы: организацией экскурсий, продажей театральных билетов, заказом мест в городских ресторанах и т.п. Часто эти функции совмещаются с функциями службы консьержа. Иногда Б.о. открывают туристские фирмы, размещающие в гостинице большое количество своих туристов. В таком случае эти Б.о.

занимаются продажей дополнительных услуг, не включённых в основной пакет обслуживания туристов.

Бюро путешествий и экскурсий (Bureau of travels and excursions), учреждения с функциями туристской организации и экскурсионного бюро. Б.п.э. были созданы в СССР повсеместно с 1962 г. в системе Центрального совета по туризму и экскурсиям Всесоюзного центрального совета профессиональных союзов (ЦСТЭ ВЦСПС) как основное звено в системе туристско-экскурсионного обслуживания населения. В настоящее время в названии ряда туристских предприятий сохранилось в качестве наименования.

Бюро справочное (information desk, inquiry desk), информационный киоск или офис, где размещается служба выдачи по запросам туристов и пассажиров сведений по различным вопросам туристского, транспортного, гостиничного и других видов обслуживания. Б.с. создаются на вокзалах, в аэропортах, в гостиницах, а также на улицах в местах, наиболее часто посещаемых туристами – как правило, в центре городов.

Бюро школьных экскурсий Наркомпроса (Bureau of school excursions Education Commissariat), советская просветительская организация для школьников в 1918-1929 гг. В 1918 г. при Народном комиссариате просвещения (Наркомпрос) было создано специальное бюро школьных экскурсий. Нарком А.В. Луначарский поручил профессору И.И. Полянскому собрать, а затем и возглавить специальную комиссию ученых, которая занималась подбором в окрестностях Петрограда подходящих мест для создания опорных баз или экскурсионных станций. В состав комиссии, кроме самого И.И. Полянского, вошли известные профессора географии, ботаники, биологии: Б.А. Федченко, С.П. Кравков, М.П. Римский-Корсаков, И.И. Михайлов. Первые курсы для школьных экскурсоводов, по предложению А.В. Луначарского, удалось организовать уже летом 1918 г. в Павловске. С той поры Павловск стал центром подготовки экскурсоводов. Летом 1918 г. занятия посетили два потока учителей Союза коммун Северной области. В связи с этим возник вопрос о создании в Петрограде и его окрестностях ряда экскурсионных станций, которые служили бы пунктами для приёма школьников и для их самостоятельной практической работы над обработкой собранных на экскурсиях материалов. В 1920 г. Коллегия единой трудовой школы Петрограда утвердила «Положение об экскурсионной секции и экскурсионных станциях». В этом положении уточнялись задачи станции: «Разрабатывать для школ экскурсионные планы и маршруты, содействовать совершению самих экскурсий школами, организовывать лекции и курсы для подготовки экскурсоводов, издавать посвященные экскурсионному делу журналы, книги и т.п.» Каждой из станций были присущи своя специфика и особенности. Открылась Лахтинская экскурсионная станция 19 мая 1919 г., и возглавил ее профессор П.В. Виттенбург. Уже в июле станцию посетили 510 учащихся. 1 января 1920 г. в помещениях Аничковой усадьбы была организована Центральная станция гуманитарных экскурсий. Для облегчения пребывания в Петрограде провинциальных школьных экскурсий при станции оборудовали общежитие на 60 мест. По предварительной договоренности приезжающим предоставлялось место для ночлега,

питание и возможность совершить цикл экскурсий по разработанной программе. Первой заведующей Центральной станцией стала художница П.В. Ильина-Ковальская. Центральная станция принимала не только школьников. В октябре 1920 г. были организованы курсы с целью ознакомления петроградских педагогов «с имеющимся в Петрограде экскурсионным материалом гуманитарного характера». Руководителями экскурсий и лекторами на этих курсах выступали профессора В.Я. Курбатов, И.М. Гревс, П.Н. Вейнер и многие другие ученые, знатоки истории и культуры Петербурга. В середине мая 1921 г. петербургская секция совместно с Политпросветом и Музейным отделом созвала Первую Конференцию по экскурсионному делу. В конференции приняли участие около 180 человек, 23 делегата приехали из Москвы. Занятия проходили в Аничковом дворце. Выступили: И.И. Полянский, И.М. Гревс, Л.А. Ильин, Н.П. Анциферов, Б.Е. Райков, Д.М. Кайгородов и другие ученые. Осенью 1922 г., когда открылся Экскурсионный институт, станция начала работать с ним в тесном контакте. После 1924 г. экскурсионные станции начали постепенно закрываться. Начиная с 1929 г. от станций требовали вести активную политико-воспитательную работу, а именно больше заниматься «изучением форм классовой борьбы в городе и деревне». В 1930 г. был репрессирован заведующий Лахтинской станцией П.В. Виттенбург, арестованы и другие сотрудники станции. Коллекции музея станции разошлись по разным организациям. Часть археологической коллекции попала в фонды Эрмитажа, многое погибло, в том числе и полотна художника А.Н. Бенуа. В 1932 г. Лахтинская станция перестала существовать. Туристско-экскурсионное движение в тот период продолжилось в виде развития краеведения. 1918-1929 гг. было временем, которое называют «золотым десятилетием» развития экскурсоведения и краеведения. Подобная деятельность способствовала просвещению широких народных масс и, в первую очередь, молодого поколения – школьников. Безусловно, это время было чрезвычайно важным и полезным для развития туризма в нашей стране.

Бюро экскурсионное (excursion office), организация в сфере индустрии туризма и гостеприимства, основной функцией которой является подготовка и проведение групповых и индивидуальных экскурсий для туристов или по заказу частных лиц и организаций. Сеть Б.э. получило наиболее широкое развитие в советский период и составляла в начале 1980-х гг. более 750 бюро по всей стране. В настоящее время Б.э. как сеть не существуют, организацией экскурсий занимаются региональные и местные турфирмы.

В

Вагон-бар (wagon-bar), железнодорожный вагон, оборудованный для использования в качестве бара. В.-б. служит местом питания, отдыха и развлечения путешествующих пассажиров, в том числе туристов. В.-б. часто включается в состав туристских поездов. См. *Бар*.

Вагон-буфет (buffet car), железнодорожный вагон, оборудованный под буфет, где пассажиры могут получить холодные закуски, бутерброды, чай, кофе, напитки. В.-б. предназначается для быстрого обслуживания пассажиров в поездах, курсирующих на коротких и средних расстояниях. См. *Буфет. Вагон-бар*.

Вагон панорамный (panoramic coach, observation car), железнодорожный пассажирский вагон с сидячими местами и большими широкими окнами, позволяющими пассажирам любоваться красивыми пейзажами во время следования поезда. Поезд с В.п. предназначен в основном для перевозки туристов и экскурсантов.

Вагон пассажирский (carriage, coach), железнодорожный вагон для перевозки пассажиров на короткие, средние и дальние расстояния. В зависимости от классности и расстояния перевозки В.п. может иметь сидячие и спальные, общие и купированные места. В.п. используются для перевозки туристов по территории страны пребывания или между государствами.

Вагон-ресторан (dining, dinner car), железнодорожный вагон, оборудованный под ресторан, где пассажиры могут получить горячее питание и холодные закуски, а также буфетную продукцию: бутерброды, чай, кофе, напитки. В.-р. предназначается для обслуживания пассажиров в поездах, курсирующих на коротких, средних и дальних расстояниях, а также в железнодорожных круизах. См. *Вагон-бар, Вагон-буфет*.

Вадемекум (vademekum), путеводитель, карманный справочник. Слово произошло от лат. vade me cum – иди со мной. Термин, употребляемый в основном за рубежом.

Вакцинация (vaccination), применение вакцины для предупреждения инфекционного заболевания путём создания иммунитета у вакцинированного лица. Обязательная В. необходима туристу при совершении поездок в регионы и государства, где существует опасность заражения инфекционными заболеваниями (жёлтая лихорадка, клещевой энцефалит, гепатит, тропические болезни и др.). Без обязательной В. туристу не разрешат совершить путешествие в страны, где она требуется. Перед отъездом туристу необходимо уточнить реальную эпидемическую обстановку в регионе, стране и конкретной местности (городе) на данный момент, эта информация должна предоставляться организаторами поездки. В случае зарубежной туристской поездки В. можно сделать в специальной поликлинике или больнице, которая выдаёт специальный документ (сертификат) для представления в посольство или консульство того государства, куда предполагает отправиться турист, наравне с другими документами для получения визы. См. *Тропические болезни*.

Валет-паркинг (valet-parking), услуга, предоставляемая клиентам гостиницы или ресторана высокого класса, состоящая в том, что швейцар или специальный администратор забирает от входа автомашину подъехавшего клиента, паркует её на автостоянке, принадлежащей или арендованной заведением, и в нужное время подает её снова вышедшему на улицу клиенту.

Валет-сервис (valet-service), общее название некоторых мелких гостиничных услуг, которые предоставляются клиентам дополнительно по их заказу. Например: стирка, глаженье, химчистка, штопка, приобретение билетов на концерт или в театр и т.д. См. *Дополнительные услуги*.

Валовая добавленная стоимость (gross value added), равна стоимости конечной продукции за вычетом стоимости промежуточного потребления.

Валовая добавленная стоимость, создаваемая в отраслях туризма (gross value added in the sectors of tourism), является суммой валовой добавленной стоимости, создаваемой в стране всеми действующими в сфере туризма структурами, независимо от того, предназначена ли вся производимая ими продукция для туристов, и независимо от степени специализации их производственного процесса.

Валовая добавленная стоимость, создаваемая непосредственно в туризме (gross value added created directly in the tourism), величина, представляющая собой часть валовой добавленной стоимости, создаваемой в отраслях туризма и в других отраслях экономики, непосредственно связанных с обслуживанием посетителей в соответствии с динамикой потребления, относящегося к туризму внутри страны.

Валовая прибыль поставщика услуг (gross profit of the service provider), по бронированию равна разнице между стоимостью этой посреднической услуги и суммой, причитающейся поставщику услуг по бронированию за эту посредническую услугу.

Валовой внутренний продукт (gross domestic product, GDP), макроэкономический показатель, выражающий совокупную стоимость конечного продукта (товаров и услуг), произведенных внутри страны в течение определенного периода, обычно года.

Валовой внутренний продукт, создаваемый непосредственно в туризме (gross domestic product generated directly in the tourism), величина, представляющая собой сумму части валовой добавленной стоимости (в базисных ценах), создаваемой всеми отраслями, вследствие потребления, относящегося к туризму внутри страны, и величины чистых налогов на продукты и импортные товары, включённые в сумму соответствующих затрат по ценам покупателей.

Валюта (currency), денежная единица, которая является мерилом стоимости товаров и услуг на территории того или иного государства, а также выступает средством платежа при покупке товаров и расчёте за оказанные услуги. В. – это денежная единица данной конкретной страны, это иностранные денежные средства и расчетные единицы, это международные расчётные единицы типа «евро» и пр. В России термином «валюта» традиционно называют денежные знаки других государств. См. *Валюта иностранная*.

Валюта иностранная (foreign currency), денежные знаки иностранного государства или группы государств – например, юань, доллар, евро, фунт и др. Существуют ограничения по вывозу и ввозу наличной В.и., устанавливаемые законодательством Российской Федерации, а также другими государствами.

Валюта контракта (transaction currency). См. *Валюта сделки*.

Валюта платежа (currency of payment), денежная единица, в которой по согласованию между сторонами, совершающими сделку, происходит фактическая оплата услуг и товаров. В.п. может не совпадать с валютой сделки. В этом случае важнейшим условием является определение курса, по которому должен быть произведен перерасчёт валюты контракта. См. *Валюта сделки*.

Валюта сделки (transaction currency), денежная единица, в которой выражена сумма стоимости оговариваемых услуг в договоре (контракте). Введение в договор В.с., отличной от валюты платежа, служит одним из способов страхования от валютных рисков. См. *Валюта платежа*.

Вандализм (vandalism) одна из форм деструктивного поведения человека, в ходе которого намеренно, по мотивам идеологической, расовой, национальной, религиозной вражды или вследствие невежества, уничтожаются или оскверняются сооружения, предметы искусства, культуры общественного значения, осуществляется порча вещей и иного имущества частных лиц. В туризме В. проявляется в виде сознательной порчи туристами и экскурсантами объектов показа надписями, отбивания кусков от архитектурных памятников, монументов, разведением огня в охраняемых зонах и т.д. Статья 214 УК РФ: «1. Вандализм, то есть осквернение зданий или иных сооружений, порча имущества на общественном транспорте или в иных общественных местах, наказывается штрафом в размере до сорока тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до трех месяцев, либо обязательными работами на срок до трехсот шестидесяти часов, либо исправительными работами на срок до одного года, либо арестом на срок до трех месяцев. 2. Те же деяния, совершенные группой лиц, а равно по мотивам политической, идеологической, расовой, национальной или религиозной ненависти или вражды либо по мотивам ненависти или вражды в отношении какой-либо социальной группы, наказываются ограничением свободы на срок до трех лет, либо принудительными работами на срок до трех лет, либо лишением свободы на тот же срок».

Ванная (душ) отдельная (private bath or shower), один из показателей качества оборудования жилых гостиничных номеров, а также обязательная услуга в средстве размещения. Означает наличие отдельной ванной или душевой комнаты с соответствующим сантехническим оборудованием в жилом номере гостиницы. В.(д.) о. оборудуются и обслуживаются соответственно классу средства размещения.

ВАО «Интурист» (VAO "Intourist"). См. *Интурист*.

Варьете (variety), вид театра, в котором сочетаются элементы театрального, музыкального, эстрадного и циркового искусства. Название В. происходит от театра «Варьете», открытого в Париже в 1790 г. Франц.

слово variete произошло от лат. varietas – разнообразие, пестрота. В. в настоящее время пользуются большой популярностью у туристов, поэтому включаются в маршруты для посещения во многих странах мира.

Варяжский путь (Varangian way). См. *Путь «из варяг в греки»*.

Ваучер (voucher), документ на бумажном носителе, выдаваемый туристской или транспортной компанией в подтверждение оплаты туристом конкретных видов услуг: проживание в средствах размещения, питание, экскурсионное обслуживание, проезд и др. В. является основанием для предоставления услуг и туристского обслуживания. В. представляет собой специальный бланк, заверенный подписью руководителя и печатью фирмы, в котором указаны перечень и спецификация услуг. В. выдается туристам перед началом путешествия. Для получения услуг туристы должны передать этот ваучер принимающей их фирме или агенту в гостинице, транспортном предприятии и т.д. При предъявлении В. турист может получить от принимающей фирмы в стране путешествия оплаченные билеты или наёмный автомобиль для проезда по маршруту путешествия.

Великие географические открытия (Great geographical discoveries), период в истории человечества, начавшийся в XV в. и продолжавшийся до XVIII в. В этот период европейские путешественники открывали новые морские и сухопутные пути в Африку, Америку, Азию и Океанию с целью поиска стран, в которых есть много драгоценных металлов и товаров, пользовавшихся большим спросом в европейских государствах. Открытие Северной и Южной Америки, пути вокруг Африки в Индию и Китай, Австралию и Океанию, исследование Тихого океана и Арктики, освоение Сибири и Дальнего Востока – основные вехи В.г.о. Путешествия европейцев в новые земли привели к созданию колониальных империй. При контактах между Старым и Новым Светом происходил колумбов обмен: перемещались между континентами огромные массы людей (в том числе рабы), растения, животные, продукты питания, инфекционные болезни, а также шёл экономический и культурный обмен между странами. В.г.о. стали важнейшим этапом глобализации в истории человечества. В.г.о. привели к тому, что путешествия между континентами стали постоянной и неотъемлемой частью военной, экономической и общественной жизни миллионов людей, что, в свою очередь, привело к возникновению массового туризма.

Великий чайный путь (Great tea road), караванный путь между Азией и Европой в XVII-XIX вв. Он начинался в Китае, пересекал территорию нынешней Монголии и затем шёл через Россию в Европу. История В.ч.п. – это одна из ярких страниц истории развития дипломатических, торговых и культурных связей между народами Евразии. Этот путь был назван чайным по названию основного товара. Но вместе с чаем перевозились и многие другие товары, поэтому чайный путь был не только торговой дорогой, но способствовал экономическому развитию и культурному обновлению. В России чайный напиток начали употреблять с 1638 г., когда монгольский правитель Алтын-хан прислал в подарок русскому царю Михаилу Фёдоровичу 4 пуда чайного листа. С развитием русско-китайских отношений потребление чая в России возрастает.

В XVIII в. чаепитие становится неотъемлемым в домах зажиточных граждан (дворян, купцов, чиновников). Тогда же появляется и самовар. Чайный путь начинался в Калгане, куда с чайных фабрик Южного Китая свозили чай для дальнейшей отправки в Россию. Перед городскими воротами, устроенными в Великой Китайской стене, располагалось торговое предместье, где размещались торговые представительства крупнейших русских чайных фирм. Здесь формировались караваны. От Калгана караваны с чаем шли через Гоби к Урге (ныне Улан-Батор). В Урге караваны проходили поверхностный осмотр и переправлялись дальше в Кяхту. На гостином дворе Кяхты караваны разгружались. Ящики с чаем осматривались и зашивались в сырые бычьи шкуры шерстью вовнутрь. Такой тюк носил название «цыбик». По сырой коже цыбики маркировались резцом. Рабочих, зашивавших тюки, называли ширейшиками, а тех, кто маркировал, осматривал и перетаскивал, – савошниками. Тюки, в которых привозились ценные сорта чёрного чая, были упакованы в три слоя: бумага, свинцовая фольга и собственно ящик, плетённый из бамбуковых волокон. От Кяхты до Иркутска шли две дороги. Удунгинский тракт, проложен только во второй половине XIX в., самая короткая дорога проходила через хребет Хамар-Дабан. До открытия Удунгинского тракта пользовались старым Иркутским трактом через Селенгинск и Верхнеудинск. Оба тракта замыкались на станции Мысовая, откуда грузы через озеро Байкал перевозились на пароходе (зимой на этом участке прокладывалась ледовая дорога) до порта Листвиничное, далее в Иркутск, который сначала был только перевалочным пунктом, но после 1861 г. он стал таможенным городом. С каждого тюка чая взималась пошлина, поступавшая в казну Российской империи. Из Иркутска чайный караван двигался по двум направлениям. Первое – по реке Лене в Якутск, далее на Аляску. Второе – через Красноярск, Тобольск, Тюмень, Томск, Новосибирск Омск (отделялась ветвь, которая вела в Казахстан и Среднюю Азию), Тюмень, Екатеринбург, Соликамск, Ирбит, Пермь, Кунгур, Нижний Новгород, Вологду, Кострому, Ярославль и далее в Москву и Санкт-Петербург. На В.ч.п. работали торговые ярмарки. С 1646 г. в Ирбитской слободе Пермской губернии с февраля по март проходила Ирбитская ярмарка, которая служила местом обмена и распродажи европейских и восточных товаров. Оборот ярмарки на конец XIX в. составлял 30-50 млн. руб., торговля чаем давала прибыль 12-20% от оборота. Кроме Ирбитской ярмарки крупная торговля чаем велась в Тобольске, Сургуте, Туруханске, Нижнем Новгороде (Макарьевская), Москве и других городах по маршруту В.ч.п. Ярмарок с большим торговым оборотом было 20, со средним оборотом – 5, а основную массу составляли малые ярмарки, которых насчитывалось 96. Наиболее известными были Кяхтинская, Верхнеудинская, Иркутская, Енисейская, Нерчинская, Мангазейская, Тарская, Ирбитская, Нижегородская ярмарки. В.ч.п. действовал более 200 лет и по объёмам торгового оборота не уступал *Великому шёлковому пути*.

Великий шёлковый путь (Great silk road), система караванных дорог, существовавших со II в. до н.э. и до XIV в. н.э. В.ш.п. связывал Восточную Азию, в первую очередь Китай, со Средиземноморьем. В Античный период В.ш.п. шёл из Китая до Римской и Византийской империй,

а в Средние века связывал Китай с Арабским халифатом и европейскими государствами. В.ш.п. в основном использовался для вывоза шёлка из Китая, поэтому его название и связано с названием этого основного товара. В.ш.п. начал функционировать во II веке до н.э., вёл из Сианя через Ланьчжоу в Дуньхуан, где раздваивался на северную часть и южную. Северный путь проходил через Турфан, далее пролегал через Памир и шёл в Фергану, оттуда через казахские степи, потом мимо Каспийского моря, пересекал Волгу и продолжался через Северный Кавказ к Чёрному морю, где раздваивался – часть грузов погружались на корабли, которые шли до Константинополя, Венеции и Генуи, остальные товары продолжали сухим путём идти на европейские рынки. Южный путь пролегал мимо озера Лоб-Нор по южной окраине пустыни Такла-Макан через Яркенд и Памир (в южной части), далее вёл в Бактрию, а оттуда — в Парфию, Индию и на Ближний Восток – вплоть до Средиземного моря. Со временем появился третий, морской шёлковый путь, который шёл по Индийскому океану, далее через Персидский пролив и по Красному морю доходил до арабских и египетских портов. Северное направление В.ш.п. возникло во времена китайского императора У-ди, который под натиском степного народа хунну направил своего сановника Чжан Цяня на поиски их врагов юэчжей, откочевавших на запад, для установления с ними союзных отношений. Во время своего путешествия в 138-126 гг. до н.э. Чжан Цянь увидел в Ферганской долине поразивших его своей красотой и статью коней. Он доложил императору об отсутствии в других странах шёлкоткацкого ремесла и посоветовал вывозить за границу шёлк в обмен на прекрасных коней, а также сладкие плоды, вино и другие товары. В 121 г. до н.э. первый верблюжий караван с шёлком и бронзовыми зеркалами направился к Ферганскому оазису через Турфанскую впадину вдоль Огненных гор и отрогов Тянь-Шаня. Шёлк на Западе высоко оценили за красоту и лёгкость, а также за его способность противостоять всеобщему бедствию – насекомым-паразитам. Разнообразные торговые связи, образовавшиеся на путях В.ш.п., стали устойчивыми и успешно развивались, привлекая в свою орбиту множество людей разной национальности и вероисповедания. Интенсивность торговых связей снизилась после вытеснения Византийской империи с Ближнего Востока и начала арабских завоеваний в VII в. н.э. Во время периодически вспыхивавших византийско-иранских войн правители Персии периодически блокировали караванные пути с тем, чтобы нанести максимальный ущерб экономике Византии. Чтобы обойти регионы, на которых шли непрерывные ирано-византийские войны в VI-VII вв., по территории Северного Кавказа был проложен один из северных маршрутов В.ш.п. Караваны из Китая и Средней Азии пошли в обход державы Сасанидов. Они стали огибать Каспийское море не с юга, а с севера, двигаясь через Волгу на Северный Кавказ, шли далее к Чёрному морю или в Анатолию. В связи с этим на Кавказе появились два ответвления В.ш.п. – Мисимианский и Даринский пути. В сложный для торговли период VIII-X вв. стали использоваться речные пути и волоки на Восточно-Европейской равнине, которые контролировали хазары, славяне и скандинавы-варяги. (См. *Волжский торговый путь*.) Наплыв богатств с Востока ускорил расслоение среди местных племён в этих

землях и привёл к формированию государственных образований, первоначально состоявших их цепочки торгово-военных факторий вдоль основных торговых путей (Волжская Булгария, Хазарский каганат, Древнерусское государство). После создания в первой четверти XIII в. Монгольской державы, в пределах которой оказалась почти вся протяжённость В.ш.п., возникли предпосылки для оживления сухопутной торговли по древним маршрутам. Западный участок северной части пути в XIV-XV вв. контролировали венецианцы и генуэзцы, которые обзавелись укреплёнными факториями по берегам Чёрного моря. В начале XV в. В.ш.п. пришёл в упадок ввиду возобновления военных конфликтов в Средней Азии и, прежде всего, в связи с завоеваниями на Ближнем Востоке великого эмира Тимура Тамерлана и турок-османов. Османский «железный занавес», который создавал монополию на торговлю товарами с Востока, стимулировал развитие морской торговли, приведшей в перспективе к *Великим географическим открытиям*. Шёлк был главным, но далеко не единственным товаром, который перевозился более полторы тысячи лет по трансконтинентальному пути. Из Центральной Азии вывозились кони, военное снаряжение, золото и серебро, полудрагоценные и драгоценные камни, изделия из стекла, кожа и шерсть, ковры и хлопчатобумажные ткани, экзотические фрукты, курдючные овцы и охотничьи собаки, леопарды и львы. Из Китая караваны везли фарфор и металлическую посуду, лакированные изделия и косметику, чай и рис. В дорожных мешках купцов можно было найти слоновые бивни, носорожьи рога, черепаховые панцири, пряности и многое другое. В.ш.п. сыграл большую роль в развитии экономических и культурных связей народов Передней Азии, Кавказа, Средней и Центральной Азии, Индии и Китая, он служил проводником распространения знаний и технологий. Впервые термин «Великий шёлковый путь» употребил в 1877 г. немецкий ученый Фердинанд Рихтгофен в своём научном труде «Китай». В.ш.п. оказал огромное влияние на экономическое и социокультурное развитие народов и стран, через которые он проходил. Вдоль всех его маршрутов возникали и расцветали крупные и малые торговые города и поселения, особенно испещрённой караванными путями была Средняя и Центральная Азия. Здесь происходило активное взаимодействие культур, религий, осуществлялись масштабные торговые операции, заключались дипломатические договоры и военные союзы. В XX в. началось возрождение В.ш.п. в форме масштабных международных туристских проектов, инициируемых ЮНЕСКО, ЮНВТО и другими международными организациями. В XXI в. бренд В.ш.п. начал широко использоваться также при разработке и реализации трансконтинентальных международных проектов в сфере торговых и транспортных коммуникаций между Востоком и Западом.

Велнесс (wellness), направление оздоровительного туризма. Слово «В.» является производным от слов “well-being” и “fitness” – «хорошее самочувствие». В. представляет собой своеобразную современную систему отдыха и оздоровления, которая позволяет достичь эмоционального и физического равновесия. В. можно определить как сбалансированное состояние тела, ума и души, включающая такие фундаментальные элементы, как самостоятельная ответственность за здоровье,

физический фитнес, забота о внешнем виде, здоровое питание, релаксация, умственная деятельность и восприимчивость окружающей среды. В настоящее время В. – это целая индустрия, направленная на гармоничное развитие личности. В. – это индустрия красоты и здоровья. В.-индустрия включает в себя целый комплекс услуг для активной, успешной и здоровой жизни: туризм, SPA, фитнес, бассейны и сауны, сбалансированное питание, производство различных видов специальных товаров, средств личной гигиены, косметики, оборудования для велнесс-салонов, тренажерных залов и даже духовные практики. В. стал очень модным понятием и инструментом специалистов маркетинга для повышения уровня продаж многих туристских услуг и товаров. См. *СПА-индустрия*.

Велорикша (trishaw), вид общественного транспорта, представляющий собой перевозку пассажира или пассажиров (обычно не больше двух) на велосипеде особой конструкции физической силой велосипедиста. В. распространены во многих странах Восточной и Южной Азии наряду с обычными рикшами, во второй половине XX в. они появляются в ряде городов Европы и Америки, в качестве развлечения для туристов. В 2006 г. В. появились в Москве, Санкт-Петербурге и ряде других российских городах. См. *Рикша*.

Велосипед водный (pedal boat), плавательное средство на двоих человек для катания по спокойной водной поверхности рек, озёр, прибрежных частей моря. Движение производится при помощи винта, вращаемого ножными педалями. В.в. используется как средство развлечения и активного отдыха туристов.

Велотуризм/велосипедный туризм (cyclotourism), подвид спортивного туризма, представляющий собой путешествия на велосипедах. В.т. широко распространён в странах, в которых расстояния между городами и пунктами посещения небольшие, а также существует широкая сеть придорожных гостиниц. Туристская инфраструктура позволяет использовать велосипеды в качестве междугороднего транспорта.

Венчурный бизнес (business venture), (или венчурное финансирование), форма прямого инвестирования в малые и средние предприятия, основной деятельностью которых является разработка и проведение новых наукоемких идей, применимых на практике. Это фирмы или компании, занимающиеся реализацией рискованных бизнес-проектов. Согласно классификации Европейской ассоциации прямого и венчурного инвестирования (EVCA), туризм относится к группе отраслей, называемой «Потребительский рынок». В настоящее время не существует методики комплексной оценки эффективности инвестиционного потенциала предприятий туризма, которая позволяла бы чётко определить видовой состав предприятий туризма, интересных для венчурного финансирования.

Вертолётная площадка (heliport, helipad). См. *Площадка вертолётная*.

Вес оплачиваемый (chargeable weight), вес сопровождаемого багажа пассажира, превышающий установленные нормы бесплатного провоза в конкретном транспортном средстве, прежде всего на самолёте, и подлежащий оплате по действующим тарифам авиакомпании, исходя из результатов взвешивания.

Вестибюль гостиницы (lobby, foyer), просторное помещение, находящееся непосредственно после входных дверей (входной группы) в гостиницу и предназначенное для приёма, регистрации и первоначального обслуживания прибывающих гостей, а также выписки и расчётов с отъезжающими. Здесь обычно располагаются портье, консьерж, администратор, швейцар и другой персонал гостиницы. В.г. могут иметь несколько зон: стойка администратора и портье, кафе-бар, фойе для отдыха и ожидания гостей и туристов, комната для встреч и переговоров, торговые помещения, камера хранения багажа, туалетные комнаты и т.д.

Вестибюль театра (lobby of the theater), большое помещение, отделяющее вход от внутренних частей здания театра. Во многих театрах именно в В. располагаются кассы и окошко администратора.

Взрослый (adult), пометка в туристских и/или транспортных документах, указывающая на необходимость применения тарифов и других условий путешествия, установленных для взрослых потребителей туристских и/или транспортных услуг.

Вид/виды деятельности в туризме (activities in tourism), в статистике туризма этот термин означает действия и поведение людей в качестве потребителей в ходе подготовки к поездке и в процессе самой поездки. См. *Статистика туризма. Отрасли туризма. Вид туризма.*

Вид на жительство (residence permit), документ, на основании которого гражданин другой страны может постоянно проживать в Российской Федерации, выезжать из неё и въезжать обратно. Для человека, который не является гражданином России, но хочет находиться здесь на постоянной основе, оформление В.н.ж. является обязательной процедурой.

Вид туризма (kind of tourism), понятие, определяющее характер туристского путешествия по ряду классификационных признаков: целям (*оздоровительный, культурно-познавательный, деловой, отдых* и др.), возрасту туристов (*молодёжный, детский*), используемым транспортным средствам (*железнодорожный, автомобильный*), сезонности (*летний, зимний*), перемещению относительно границы определённой страны (*приграничный*) и прочим существенным факторам. См. *Классификация туризма.*

Видеоконференция (videoconference), вид услуги, современное средство передачи информации (в том числе рекламной) и общения на расстоянии посредством компьютерных сетей, спутниковой, оптоволоконной и других видов связи. См. *Конференция.*

Виза (visa), специальное разрешение соответствующих органов государственной власти на въезд, выезд, проживание или проезд через территорию данного государства. Оформляется в виде письменной отметки (штамп, марка, вклейка и т.д.) в паспорте или ином документе. Подразделяется на три вида: выездная (exit visa), въездная (entry visa), транзитная (transit visa). Выездная В. и выездная В. выдаются на основании официального приглашения на посещение данного государства – визовой поддержки (visa support). В Российской Федерации иностранным гражданам для въезда в страну выдаются визы следующих категорий:
- дипломатическая (ДП);
- служебная (СЛ);

- обыкновенная (О);
- транзитная (ТР1 или ТР2);
- виза временно проживающего лица (ВП).

Виза туристская (tourist visa). 1. Документ, выдаваемый туристам для путешествия по территории некоторых государств. Основанием для выдачи В.т. является письменное согласие принимающей стороны и/или организатора туристской поездки обеспечить обслуживание туристов (визовая поддержка). В.т. действительна для путешествия только по согласованному маршруту и в подтвержденные сроки. 2. В Российской Федерации В.т. является разновидностью обыкновенной визы, выдаётся на срок до 1 месяца иностранному гражданину, въезжающему в Российскую Федерацию в качестве туриста, может быть однократной или двукратной.

Виза многократная (multiple entry visa), документ, разрешающий какому-либо лицу неоднократно посещать территорию другого государства в течение определенного длительного периода. См. *Мультивиза*.

Виза транзитная (transit visa), документ, выдаваемый какому-либо лицу для транзитного проезда по территории другого государства и кратковременной вынужденной остановки в случае смены транспорта или других объективных причин.

Виза туристская групповая (group tourist visa). 1. Выдается иностранным гражданам, въезжающим в страну с туристскими целями в составе организованной туристской группы и предусматривает одновременное пересечение границы и далее совместное следование по утвержденному маршруту. 2. В Российской Федерации В.т.г., как разновидность обыкновенной визы, выдается на срок до 1 месяца иностранным гражданам, въезжающим в Российскую Федерацию в качестве туристов в составе организованной туристической группы (не менее 5 чел., но не более 50). Непременными условиями выдачи такой визы являются: следование всех членов группы на одном транспортном средстве, одновременное прибытие всех членов группы в пункт пересечения границы при въезде и выезде в/из Российской Федерации, пребывание в каком-либо пункте и передвижение по территории Российской Федерации только в составе группы. Обыкновенная В.т.г. может быть однократной или двукратной.

Виза Шенгенская (Schengen visa), документ, дающий возможность туристам посещать все страны Европы, входящие в Шенгенское соглашение, независимо от того, в консульстве какой страны она получена. В настоящее время В.Ш. оформляется для поездки в следующие европейские страны: Австрию, Бельгию, Германию, Грецию, Данию, Исландию, Испанию, Италию, Лихтенштейн, Люксембург, Мальту, Нидерланды, Норвегию, Португалию, Финляндию, Францию, Швецию, Швейцарию, а также в ряд стран Восточной Европы и Балтии – Польшу, Чехию, Словакию, Венгрию, Словению, Эстонию, Латвию и Литву. Целью Шенгенского соглашения является свободное перемещение людей в пределах границ Шенгенской зоны.

Визовый режим (visa regime), условия (правила) получения визы и особый порядок пересечения государственной границы, установленный государством, как в одностороннем порядке, так и на основании договоренностей между государствами.

Визитная карточка (calling card). 1. Карточка с информацией о её владельце в том объёме, который он считает нужным указать. Согласно деловому этикету, В.к. обмениваются участники переговоров, различного рода встреч, официальных приёмов и т.д. Визитная карточка является средством формирования персонального имиджа человека. 2. Карточка с информацией о гостинице, ресторане, баре, клубе и т.д., в которой указаны часы работы, адрес, контакты и основные услуги. В данном случае В.к. является видом рекламы.

Вилла (villa), исторический термин, обозначающий в прошлом в большинстве случаев загородный дом в классическом римском стиле, предназначенный для сезонного проживания. Слово «В.» произошло от лат. villa, обозначающего «загородный дом, усадьба». В настоящее время под В. понимают отдельно стоящий жилой дом или группу строений и сооружений, включающих жилые постройки, сооружения малых архитектурных форм и прилегающий земельный участок с благоустройством и озеленением. Как место периодического проживания, вилла обычно привязывается к популярным местам отдыха и рекреационным ресурсам. Многие В. (в том числе являющиеся памятниками архитектуры) находятся в собственности юридических или частных лиц и предназначены для сдачи в аренду, переоборудованы под отель или используются как загородный офис.

Вина виноградные (grape wines), произведённые из особых сортов винограда, из которых можно делать вина высокого качества. В.в. ценятся за характерный вкусовой букет и различаются по цвету (белые, розовые, красные), по содержанию сахара (сухие, полусухие, полусладкие, сладкие, ликёрные), по возрасту (молодые, выдержанные, старые), по стране происхождения (французские, испанские, итальянские, немецкие и т.д.), по сорту винограда (Каберне Совиньон, Шардоне, Мерло, Рислинг, Шираз, Семильон и т.д.), по годам создания вина. В.в. принято подразделять на столовые, десертные сладкие, десертные крепкие, игристые и ароматизированные. Классифицируют В.в. по уровню качества на основные две группы: ординарные и марочные. Существует классификация В.в. по содержанию спирта и сахара. Столовые вина: сухие, полусухие, полусладкие. Креплёные вина: крепкие, десертные полусладкие, десертные сладкие, десертные ликёрные. Ароматизированные вина: крепкие, десертные. Вина, содержащие углекислоту: шампанское, игристые. Вино со временем изменяется – формируется, созревает, стареет и распадается (умирает). При этом у каждой сортовой группы вина имеются свои сроки «жизни». Имеются вина, которые хороши для потребления совсем молодыми. В винодельческих районах стран производителей вина эти вина очень популярны среди местного населения, которое проводит традиционный праздник молодого вина. В.в. часто подаются туристам в обед и на ужин. См. *Винный туризм*.

Вина страхователя (insurance agency fault), случаи или условия, предусмотренные договором страхования, когда страховщик освобождается от обязанностей возмещения ущерба страхователю по вине последнего.

Виндсерфинг (windsurfing), вид водного спорта, состоящий в катании по водной поверхности моря, озера, реки на специальной доске с неболь-

шим парусом. В. часто используется в качестве средства отдыха в центрах водного спорта и туризма.

Винный туризм (wine tourism), подвид гастрономического туризма, представляющий собой путешествия, целью которых является посещение винных фестивалей, праздников, виноделен, виноградников, известных ресторанов и других специальных мероприятий и предприятий. Посещения винных мероприятий и мест, связанных с производством вина и виноматериалов, включает, как правило, дегустацию, потребление и приобретение вина непосредственно на винодельне. В.т. в России развивается традиционно в Республике Крым, Ставропольском и Краснодарском краях, Дагестане. В.т. за рубежом распространён в винодельческих районах Франции, Италии, Испании, Австрии, Греции, Португалии, ЮАР и др.

ВИП-сервис (VIP service), форма обслуживания, которая отличается особым вниманием персонала к клиентам и наличием высокого класса оборудования на транспорте, в средствах размещения и питания. В переводе этот термин означает «обслуживание очень важных персон». Предусматривает оказание особого внимания со стороны персонала, специально обученного этому, и руководства принимающей стороны, предоставление большого набора высококачественных услуг. Некоторые туристские фирмы специализируются на организации такого вида сервиса. См. *Очень важная персона, ВИП-персона*.

Виртуальный туризм (virtual tourism), просветительская и рекламная деятельность, представляющая собой условные видео-путешествия в сети Интернет, разработанные и продвигаемые туристскими, телевизионными и IT-компаниями в рекламных и познавательных целях.

Висячий мост (suspension bridge), один из видов моста, в котором основная несущая конструкция выполнена из гибких элементов (канатов, цепей, тросов и др.), работающих на растяжение, а проезжая часть подвешена. В.м. во многих странах мира являются объектами туристского интереса и показа.

Вместимость гостиницы (hotel capacity). 1. Общее количество постоянных и дополнительных мест: кроватей, номеров, предназначенных для размещения в гостинице посетителей. Если в гостинице имеются номера разной категории, то в справочниках, наряду с общей вместимостью, указывается количество мест по отдельным категориям. 2. Общее число гостей, которых одновременно можно поселить в средстве размещения. Определяется количеством номеров и/или спальных мест. См. *Номерной фонд*.

Вместимость транспорта (seating capacity), общее количество мест, которые транспортное средство – самолёт, поезд, автобус и т.д. – может предложить для перевозки пассажиров.

Внерабочее время (hours), часть бюджета времени человека, отведенная на нетрудовую деятельность: отдых; организация семейной жизни; уход за детьми и их воспитание; удовлетворение бытовых потребностей; общественная деятельность; туристские путешествия и т.д.

Внешний порт (external port). См. *Аванпорт*.

Внешняя торговля (foreign trade), торговый оборот между различными странами, состоящий из вывоза (экспорта) и ввоза (импорта) товаров и услуг. Продажа иностранным туристам за иностранную валюту туристских услуг является составной частью В.т.

Внутренний маркетинг (internal marketing), 1. предназначен для создания таких мотивационных и организационных условий труда, включая систему поощрения и награждения, которые способствуют внедрению высокой культуры обслуживания в сфере туризма; 2. процесс осуществления найма работников, их обучение и стимулирование сотрудников туристской компании или гостиницы к высокому уровню обслуживания клиентов и качественной работе.

Внутренний посетитель (domestic visitor), какое-либо физическое лицо, совершающее путешествие в качестве посетителя в пределах своей страны постоянного проживания, а его деятельность относится к внутреннему туризму. Термин В.п. широко употребляется в туристской статистике. См. *Резидент.*

Внутренний туризм (domestic tourism), вид туризма, представляющий собой путешествия туристов по территории государства, гражданами которого они являются и/или где они постоянно проживают. Например, туристское путешествие по территории Российской Федерации граждан, постоянно проживающих в её пределах, является В.т. в России. В.т. способствует освоению и использованию национальных туристских ресурсов, развитию индустрии и инфраструктуры туризма страны. Целями В.т. являются: отдых, развлечения, занятия спортом, охотой, рыбная ловля, встречи с родственниками и друзьями, посещение объектов культурного и природного наследия и т.д. В.т. является самым массовым видом туризма, он включает широкие слои населения, которые пользуются всеми средствами транспорта и размещения, не имеет резких сезонных границ, охватывает широкую географию путешествий. См. *Внутренняя туристская поездка.*

Внутренний турист (domestic tourist), посетитель, совершающий в посещаемом месте как минимум одну ночевку и путешествующий в туристских целях в иную местность в пределах своей страны, но вне пределов его обычного проживания и обитания на срок, не превышающий 12 месяцев, и не занимающийся оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания.

Внутренняя карта гостя (internal ID), представляет собой карточку гостя, которая выдаётся каждому постояльцу при заезде в средство размещения. В ней указано имя гостя и период его пребывания. В.к.г. сдаётся при выезде и служит для подтверждения личности при обслуживании и учёте расходов. Исключение делается для семейных пар. Так, два взрослых брата получают индивидуальные регистрационные карты, а муж и жена получают при регистрации одну карту на двоих. Замужние женщины, сохранившие девичью фамилию, также получают индивидуальные регистрационные карты. От численности проживающих в номере зависит размер оплаты. При указании числа гостей в номере многие гостиницы разделяют взрослых и детей. Это очень важно в гостиницах ряда государств, где стоимость питания детей значительно меньше стоимости питания взрослых. Ука-

зание полного и точного адреса необходимо для оплаты в кредит, составления счетов и для исследования рынка. Полный адрес включает такие данные, как почтовый индекс, адрес места жительства, т.к. во многих странах есть города с одинаковыми названиями. Гостю, чей адрес был проверен путём обмена корреспонденцией о бронировании номера, может быть предоставлен больший кредит, чем гостю без брони. Хотя мошенники часто используют ложные адреса или арендованные абонентские ящики; люди, ненамеренно забывшие проверить и оплатить счёт при отъезде, могут быть найдены благодаря правильно заполненному адресу. Как только гость зарегистрирован в системе управления отелем и ему назначен номер, все последующие операции проводятся с использованием номера комнаты, а не имени гостя. Номер комнаты необходим для получения информации о расположении гостя и составления счетов. См. *Регистрационная карта гостя*.

Внутренняя туристская поездка (domestic tourist trip), путешествие, основной целью которого является место назначения, расположенное в пределах страны постоянного проживания туриста, посетителя, путешественника. См. *Посетитель*.

Внутриконтинентальный туризм (inland tourism), вид туризма, представляющий собой туристские путешествия с любыми целями по территории континента, на котором проживает турист. В.т. может быть международным, т.к. на территории континента, как правило, находятся несколько стран. Жители России, Китая, Индии, Европы являются участниками В.т., посещая соседние страны, расположенные на континенте Евразия.

Внутрирегиональный туризм (intra-regional tourism), вид туризма, представляющий собой туристские путешествия с любыми целями по территории региона, в котором проживает турист. В.т. может быть международным, если на территории региона находятся несколько стран. Жители России, Японии и Монголии являются участниками В.т., посещая соседние страны, расположенные в регионе Дальнего Востока. См. *Внутриконтинентальный туризм*.

Вода газированная (sparkling water, water with gas), прохладительный напиток, представляющий собой минеральную или обычную воду, содержащий углекислый газ, который создает маленькие пузырьки воздуха. Продается в бутылках или других ёмкостях в качестве прохладительного напитка в ресторанах, кафе, барах и т.д. В.г. используется туристами во время путешествий, особенно в регионах с жарким климатом.

Вода ключевая (spring water), натуральная родниковая вода, вытекающая из природного источника. Использование воды из источников требует обязательной консультации с представителями специальных служб, чтобы быть уверенными, что эту воду можно употреблять для питья. Как правило, специалисты санитарно-эпидемиологических служб запрещают использование воды из источников или родников. Туристам в походе желательно иметь с собой заранее заготовленную воду. В случае отсутствия запасов воды турист перед употреблением В.к. должен её вскипятить или дезинфицировать.

Вода минеральная (mineral water), натуральная вода, употребляемая

для питья, в том числе и во время приёма пищи (столовая), а также вода, обладающая лечебными свойствами и употребляемая только по рекомендации врача (лечебная). Во многих странах столовая В.м. обязательно подаётся во время приёма пищи туристами.

Водный туризм (water tourism), подвид спортивного туризма, представляющий собой путешествие по водной поверхности. Различают несколько видов В.т.: *сплав по рекам*, *рафтинг*, *парусный туризм*, *морской каякинг*. Для занятия В.т. используются спортивные суда каркасной, каркасно-надувной, надувной конструкции. Простые виды В.т. отличаются от спортивного туризма, целью которого является достижение определённого результата, связанного с преодолением различных трудностей и выделением адреналина. Простые виды В.т. ставят своей целью релаксацию, поэтому число лиц, использующих этот вид отдыха, весьма значительно. Сложные виды В.т. – *рафты, спортивные катамараны, каяки* – используются более опытными туристами-водниками для прохождения более сложных, и от того более интересных рек, где уже есть препятствия, для преодоления которых необходимы техника и мастерство. Эти путешествия носят спортивный характер. И, наконец, *бублики, плоты и объёмные катамараны* используют для походов высшей категории сложности. Эти походы носят чисто спортивный характер и доступны лишь узкому кругу спортсменов-профессионалов, за плечами которых большой опыт и многие испытания. Данные походы могут позволить себе лишь опытные и слаженные группы туристов-водников, т.к. подобные путешествия связаны с определённым риском для жизни. См. *Спортивный туризм*.

Водопад (waterfall), поток воды, идущий из реки или озера, стремительно падающий с высоты, как правило, в горной местности. В. часто становятся объектом туристского показа. Для усиления эффекта на В. часто устраивают подсветку, создают туристскую инфраструктуру, оборудуют площадки для наблюдения.

Военный туризм (military tourism), вид туризма, представляющий собой: 1. туристские поездки и услуги, которые включают посещение военных частей, полёты на боевых самолетах и вертолётах, поездки на танках и бронетранспортёрах, стрельбы из различных систем оружия на полигонах и т.д.; 2. поездки для участия в военизированных играх с применением учебного оружия; 3. поездки на военные полигоны, аэродромы и военизированные выставки с целью наблюдения за демонстрацией новых образцов вооружения и знакомства с военной техникой, а также участия в выставках оружия и военной техники; 4. организация туристских поездок военнослужащих с целью оздоровления, отдыха и развлечений; 5. самостоятельные путешествия в зоны боевых действий с целью участия в боестолкновениях, что запрещено российским законодательством.

Военно-исторический туризм (military-historical tourism), подвид военного туризма, представляющий собой, поездки с целью посещения туристами и экскурсантами военных музеев, мемориалов и исторических мест, связанных с боевыми действиями и сражениями в разных странах, а также участие в реконструкциях знаменитых сражений. См. *Реконструкция исторического события*.

Возврат денежный (refund, reimbursement), выплата туристу денежной суммы за неиспользованные им полностью услуги, стоимость которых была оплачена туристом предварительно. В.д. производят, если обслуживание не было использовано туристом по вине организатора туристской поездки. Осуществляется по окончании поездки по предъявлении документов, подтверждающих непредоставление услуги.

Возмещение аннуляционных расходов (возмещение за аннуляцию) (cancellation fee), установленная сумма денег, которые турист должен уплатить организатору туристской поездки в случае отказа туриста от использования заказанных ранее услуг, если сообщение об отказе было передано продавцу позднее согласованного срока. Как правило, размер В.а.р. устанавливается в зависимости от времени заявления об аннуляции.

Вокзал (station) (морской, аэровокзал, автовокзал, железнодорожный), здание или комплекс зданий и транспортной инфраструктуры в аэропорту, морском порту, на железной дороге и т.д., где происходит обслуживание пассажиров и проводятся багажные операции. В помещениях В. международного транспортного сообщения размещаются также службы паспортного, таможенного, санитарно-карантинного контроля, магазины беспошлинной торговли и др.

Волжский торговый путь (Volga trade route), самый ранний из трёх великих речных путей, соединявших Скандинавию с Арабским Халифатом в раннем Средневековье. Судя по находкам дирхемов, сложился ранее днепровского и двинского путей, но и своё международное значение стал утрачивать раньше остальных — ещё до начала Крестовых походов. В период своего расцвета во второй половине IX в. В.т.п. обеспечивал экономическое благосостояние трёх государственных образований по течению Волги – финно-угорских и русских княжеств в верховьях реки, Волжской Булгарии в средней части и Хазарского каганата в её низовьях. Постоянная торговля по Волге сформировалась в 80-х гг. IX в., с приходом на берега реки скандинавов, известных по русским летописям как варяги. Путь начинался от берегов Балтики, вёл вверх по Неве и Волхову через Ладогу и Рюриково Городище в озеро Ильмень. Отсюда варяжские ладьи сплавлялись вверх по Ловати до волоков Валдайской возвышенности, по которым суда перетаскивали в бассейн Волги. Далее вниз по реке до Волжской Булгарии сплавлялись такие северные товары, как меха, мёд, пенька, а также переправлялись рабы. Места крупнейших скандинавских поселений на Верхней Волге ныне отмечают Сарское городище и Тимерёвские курганы. Впрочем, население в обоих пунктах было смешанным, заключая в себе значительный славянский и мерянский компонент. Если к северу от Булгарии основными торговыми агентами в IX-X вв. выступали варяги, то на Нижней Волге основной политической и экономической силой была Хазария. На Волге стоял крупнейший город этого государства — Итиль. Перешеек между Волгой и Доном защищала мощная крепость Саркел. О нижних участках Волжского торгового пути известно из описаний арабских географов – Ибн Хордадбеха (в «Книге путей и стран» IX в. он описывает торговый маршрут русских купцов вниз по Днепру в Чёрное море, вверх по Дону и вниз по Волге в Каспийское море и на верблюдах до Багдада)

и Ибн Русте, а также по сведениям Ибн Фадлана, прошедшего вверх по Волге вплоть до Булгарии в 921-922 гг. Достигнув Каспийского моря, купцы высаживались на его южных берегах и на верблюдах отправлялись дальше в Багдад, Балх и Мавераннахр. Торговля со странами Востока была очень выгодной для Древней Руси. Пряности, шёлк и некоторые другие товары можно было приобрести только здесь. Кроме того в X-XI вв. Древняя Русь стала посредником между Востоком и странами Европы, т.к. прямая торговля между ними была практически невозможна по многим военно-политическим причинам. Лишь Крестовыми походами в XI-XII вв. Европа пробила себе прямой путь на Восток. До этого Древняя Русь являлась одним из главных поставщиков восточных товаров в Европу. См. *Великий шёлковый путь. Великий чайный путь. Путь «из варяг в греки»*.

Восприятие потребителем (уровня) качества гостиничного обслуживания (customer's perception (level of) quality of hotel service), формирование в сознании гостя чувственного образа различий между ожидаемым и фактически полученным обслуживанием в отеле, т.е. степени выполнения его требований ко всей совокупности структурных элементов процесса обслуживания, воспринимаемых как единое целое.

Вред моральный (moral damage), неудобства, дискомфорт и страдания, испытанные туристом в результате нарушения условий путешествия. В.м. в случае наличия виновного и подтверждающих документов подлежит материальной и моральной компенсации в соответствии с действующим законодательством страны пребывания.

Временное размещение (temporary accommodation), предоставление мест для краткосрочного проживания туриста, гостя или посетителя в гостинице, мотеле и других средствах размещения. В.р. бывает с предоставлением готовых блюд и напитков или без предоставления услуг питания. В.р. включает предоставление мест для краткосрочного проживания туристов, гостей и посетителей обычно на часовой, суточной или недельной основе. Эта деятельность включает предоставление обустроенного жилья в гостевых комнатах или номерах класса люкс. Услуги включают ежедневную уборку и замену постельного белья. Также возможно предоставление широкого перечня дополнительных услуг, таких как обеспечение питанием и напитками, парковка, услуги прачечных, бассейнов и тренажерных залов, мест для отдыха и развлечений, а также конференц-залов и мест для проведения совещаний. В.р. не включает предоставление номеров в гостинице, сдачу в аренду домов и коттеджей, обустроенных или необустроенных квартир или апартаментов для постоянного проживания – обычно на месячный или годовой срок.

Время заезда (check-in time), время (местное), в которое турист по договору или ваучеру может заехать в гостиницу или любое другое средство размещения. Занять номер гостиницы раньше установленного срока невозможно. Заселение в номер осуществляется не ранее расчётного часа – как правило, после 12.00 по местному времени. В том случае, если расчётный час не указан, то заезд возможен не ранее 8:00 как ранний заезд. Если по каким-либо причинам турист прибывает в гостиницу позже установленного срока, то необходимо заранее предупредить

администрацию гостиницы о том, что будет осуществлён поздний заезд. В противном случае, ваш номер будет сдан другому туристу. Максимальное время, в течение которого номер может быть сохранён за туристом, составляет 24 часа, если в договоре не указано другое. См. *Час расчётный.*

Время по Гринвичу (Greenwich mean time), местное время на нулевом градусе земного меридиана, который проходит через г. Гринвич в Великобритании. В.Г. используют для отсчёта международных часовых поясов.

Время (выезда) освобождения номера (check out), время (местное), не позднее которого турист должен освободить номер в гостинице или другом средстве размещения в день отъезда – как правило, это 12:00 пополудни. Если туристу необходимо досрочно выехать из номера гостиницы в связи с непредвиденной ситуацией (болезнь, смерть родственников и другие причины), то возврат денежных средств возможен по усмотрению администрации гостиницы. Если досрочный выезд совершен гостем без уважительной причины, то денежные средства, как правило, возврату не подлежат. Турист обязан выехать из номера не позднее расчётного часа. Если гость освободил номер более чем через один час после установленного расчётного часа, то администрация отеля вправе потребовать от него оплату полусуток в номере или в соответствии с внутренними правилами средства размещения. См. *Час расчётный.*

Время полёта (flight time). См. *Полётное время.*

Время регистрации в аэропорту (check-in time), время начала и окончания обязательной регистрации билетов и багажа пассажиров в аэропорту, вылетающих внутренними или международными рейсами, по окончании которого билет на указанный рейс аннулируется.

Время свободное (leisure time), время, которое по программе экскурсионного обслуживания групп туристов не занято организованными мероприятиями, например, экскурсиями, и предоставляется им для самостоятельной активности: прогулок, посещения магазинов, отдыха и т.п.

Всемирная ассоциация туристских агентств – ВАТА (World Association of travel agencies), международная профессиональная организация в сфере туризма, создана в 1949 г. ВАТА представляет собой международное объединение туристских агентств и имеет 188 членских организаций в 160 городах 82 стран мира. Основная цель организации – сотрудничество высокопрофессиональных туристских агентств мира для формирования единого рыночного имиджа и установления единых стандартов качества туристского обслуживания. Среди задач ВАТА – информационное обслуживание; координация и содействие деятельности турагентств; разработка и распространение документов, регулирующих развитие своего сектора турбизнеса; консультирование; финансовая помощь и защита экономических интересов своих членов; защита и представительство своих членов на международных форумах, выставках и ярмарках. Для реализации задач ассоциация, в частности, проводит семинары и заседания рабочих групп; разработала ваучер (WATA Voucher) – наиболее практичный документ для сотрудничества турагентов и поставщиков;

издала сборник 130 конфиденциальных тарифов, которым пользуются 10 тыс. турагентств; ежеквартально издает информационный бюллетень (WATA Gazette). Штаб-квартира ВАТА находится в Женеве.

Всемирная Туристская Организация ООН (United Nations World Tourism Organization), учреждение Организации Объединённых Наций, ведущая международная организация в сфере туризма и путешествий. Сокращённое название организации – ЮНВТО (UNWTO). Штаб-квартира находится в Мадриде (Испания). ЮНВТО занимается развитием устойчивого и общедоступного туризма. ЮНВТО создана в 1925 г. как Международный конгресс официальных туристских ассоциаций в Гааге. После Второй мировой войны переименована в Международный союз официальных туристских организаций (штаб-квартира в Женеве), в который входили 109 национальных туристских организаций и 88 ассоциированных членов. В 1967 г. преобразован в межправительственный орган, сотрудничающий с другими организациями – ВОЗ, ЮНЕСКО и др. В 1969 г. Генеральная ассамблея ООН приняла резолюцию, где признавалась роль, которую преобразованный Международный союз официальных туристских организаций должен играть в сфере туризма. В 1974 г. Международный союз был преобразован во Всемирную организацию по туризму. Первая генеральная ассамблея прошла в Мадриде в мае 1975 г. Секретариат разместился в Мадриде по приглашению испанского правительства. В 2003 г. ЮНВТО получила статус специализированного учреждения Организации Объединённых Наций. По состоянию на ноябрь 2011 г., членами организации являются 155 государств, 7 территорий и около 300 ассоциированных членов, представляющих предприятия частного сектора, учебные заведения, туристские ассоциации и местные туристские администрации. ЮНВТО финансирует и реализует проекты развития в сфере туризма, передает опыт туристской деятельности развивающимся странам в целях устойчивого развития. ЮНВТО является исполнительным агентством Программы развития ООН. В 2002 г. была одобрена программа ЮНВТО и ЮНКТАД «Устойчивый туризм – залог искоренения нищеты». Начиная с 1921 г. под эгидой Лиги Наций, позже Организации Объединенных Наций, а с 1975 г. Всемирной туристской организации было проведено более 20 международных конгрессов, ассамблей и конференций, посвященных проблемам туризма. ВТО приняла также ряд деклараций по вопросам туризма, среди которых: Манильская декларация о туризме и мире (1980), Хартия по туризму и Кодекс поведения туриста (София, 1985), Гаагская декларация по туризму (1989).

Всемирное наследие (World heritage), культурные и природные объекты, созданные человеком и окружающей природной средой, признанные ЮНЕСКО в качестве выдающихся и уникальных культурных и природных ценностей всего человечества. Объекты В.н. должны сохраняться, использоваться и популяризироваться в силу их особой культурной, исторической или экологической значимости. По состоянию на 2017 г., в Списке Всемирного наследия ЮНЕСКО в 165 странах-членах находилось 1073 объекта, из которых: 832 являются культурными, 206 – природными и 35 – смешанными. Конвенция ЮНЕСКО об охране Всемирного культурного

и природного наследия (1972) является международным документом, на который опираются национальные законодательства по вопросам сохранения и использования наследия.

Всемирный день туризма (World tourism day), ежегодный международный праздник, учрежденный Генеральной ассамблеей Всемирной туристской организации в 1979 г. в испанском городе Торремолинос. Праздник ежегодно отмечается 27 сентября во всём мире. В России начал отмечаться с 1983 г. В.д.т. приурочен к концу туристского сезона в Северном полушарии и к началу в Южном. Праздник отмечается в большинстве стран мира. В этот день проходят слёты туристов, праздничные туристские мероприятия и фестивали. Каждый год ЮНВТО провозглашает новый девиз праздника.

Всесоюзное добровольное общество пролетарского туризма и экскурсий – ОПТЭ (All-Union voluntary society of proletarian tourism and excursions), всесозная организация, учреждённая в 1930 г. на базе Общества пролетарского туризма РСФСР и общества «Советский турист»; Общество имело отделения во всех союзных республиках. Инициатором создания ОПТЭ был советский государственный и партийный деятель Н.В. Крыленко. В структуре ОПТЭ действовали: Центральный совет, научно-методический совет, различные секции и комиссии, мастерские туристского снаряжения, оптово-розничные магазины. Деятельность ОПТЭ была направлена на развитие массового туризма, привлечение населения к участию в туристских походах и экскурсиях, создание сети турбаз и туристских маршрутов. В 1932 г. ОПТЭ располагало 92 турбазами союзного значения. В целях пропаганды туризма ОПТЭ проводило массовые спортивные и туристские мероприятия. В 1936 г. ОПТЭ было ликвидировано, и туристско-экскурсионная работа в стране была поручена вновь созданному при ВЦСПС Туристско-экскурсионному управлению, а самодеятельный и спортивный туризм перешёл в ведение Всесоюзного комитета по делам физической культуры и спорта при СНК СССР.

Всесоюзные маршруты (All-Union routes), действовавшая на всей территории в СССР в 70-80 гг. XX в. система маршрутов внутреннего туризма. В.м. отличались высоким качеством содержания и обслуживания, путёвки на них централизованно распространялись по всей стране.

Вспомогательные счета (support account), один из видов правил и методов бухгалтерского учёта. Существуют два типа В.с., выполняющих две различные функции. Первый тип В.с., иногда называемый внутренним В.с., использует весь набор правил и методов бухгалтерского учёта системы национальных счетов, но делает упор на каком-либо конкретном представляющем интерес аспекте, отходя от стандартных классификаций и иерархических структур. Примером является туризм. Второй тип, называемый внешним В.с., позволяет добавлять неэкономические данные или варьировать некоторые из методов бухгалтерского учёта или и то, и другое. Это наиболее приемлемый способ изучения новых направлений в контексте научных исследований. Примером может служить роль труда добровольцев в экономике. См. *Системы национальных счетов.*

Вспомогательный счёт туризма (tourism satellite account). 1. В.с.т. это метод оценки роли туризма в экономике, который осваивается во многих странах. Он основан на сборе и анализе огромного числа статистических данных, которые ранее не принимались во внимание при оценке туризма и его вкладе в экономику каждой страны. Особенностью В.с.т. являются агрегированные показатели, которыми измеряется результат общей экономической деятельности в сфере туризма. Они отображают: размер потребления во внутреннем туризме (расходы самих туристов и их спонсоров); добавленную стоимость (как в самой туристской, так и в агрегированных отраслях); формирование основного капитала; коллективное туристское потребление и совокупный туристский спрос. В настоящее время национальные В.с.т. составляются на основе местных годовых статистических показателей, однако необходима разработка и создание В.с.т. на уровне областей, провинций, городов. Некоторые показатели В.с.т. не входят в статистическое наблюдение каждый год, а поэтому рассчитываются на основе усредненных уровней предшествующих лет. По такой методике можно рассчитывать квартальные В.с.т. и делать прогнозы. Задачей В.с.т. является оценка экономических последствий посещения туристами конкретной страны, поездок внутри нее и выезда её граждан в другие государства. В общий экономический счёт страны необходимо включать услуги, оказанные в любой точке земного шара. 2. В.с.т. – это второй международный стандарт в сфере статистики туризма, который был разработан в целях представления экономических данных, относящихся к туризму, на основе внутренней и внешней согласованности с остальной статистической системой, благодаря привязке к Системе национальных счетов. В.с.т. является базовой системой согласования статистики туризма. См. *Система национальных счетов. Статистика туризма*.

Встречи-проводы туриста (transfer), услуга по перевозке туриста и его багажа с вокзала (железнодорожного, морского, авиационного и т.д.) в гостиницу или обратно в пунктах его остановки по маршруту. В.-п.т. производятся на легковой автомашине или микроавтобусе, а групповых туристов – на автобусах. Услуги В.-п.т. включают оказание туристам помощи по прибытии в пункт посещения или при отъезде из него (встречу сотрудником туристской фирмы или гостиницы на вокзале, в аэропорту, организацию подноски их багажа, сопровождение к автотранспорту и др.) и могут представлять как отдельную услугу, так и включаться в набор (пакет) услуг.

Вторичная резиденция (secondary residence). См. *Индивидуальные средства размещения*.

Вход бесплатный (free entrance), бесплатное посещение музеев, картинных галерей, выставок, парков, клубов и других туристских объектов. Расходы на содержание учреждений культуры обычно принимаются муниципалитетами, опекунскими советами, государственными или общественными организациями в целях популяризации культурного наследия страны. В некоторых странах иностранным туристам выдаются специальные «карточки гостеприимства», дающие им право на В.б. в платные учреждения культуры и туристские объекты т.д.

Вхождение в туристский рынок (market penetration), использование

турфирмой маркетинговых средств: формирование турпродукта, ценообразование, коммуникационные связи и сбытовой аппарат для стимулирования на выбранном рынке стабильного спроса на предлагаемые туристские услуги и товары.

Въездной туризм (incoming tourism), вид туризма, представляющий собой путешествия, организуемые для граждан зарубежных государств, не проживающих постоянно на территории страны пребывания, связанные с пересечением ими государственной границы и совершаемые с некоммерческими целями без занятия оплачиваемой деятельностью на срок не менее одних суток и не более полугода. Например, туристское путешествие на территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно на территории России. В.т. включает неоплачиваемую деятельность не проживающего в какой-либо стране посетителя во время его въездной туристской поездки по этой стране или нескольким государствам. В.т. в профессиональной лексике иногда называют «инкаминг». В.т. является составной частью международного туризма. См. *Выездной туризм*.

Выдержка вина (aging of wine), процесс вызревания вина, который является технологией, как правило, улучшающей качество вина, что является отличительной чертой этого продукта от многих других. К моменту созревания определённых сортов вин производители устраивают праздники дегустации, которые становятся важными и известными туристскими событиями для некоторых стран и регионов.

Выезд из гостиницы (check-out), процедура прекращения действия договора между гостиницей и клиентом, включающая сдачу им занимаемого номера и ключа от него, а также окончательные расчёты за все предоставленные ему в кредит услуги во время проживания. Турист несёт ответственность перед администрацией гостиницы за сохранность мебели, оборудования и белья гостиничного номера. Фактически служба приёма и обслуживания любой гостиницы никогда не может быть уверена в том, что гость выедет вовремя или нет. Чтобы подобного не происходило, в гостиницах разработано несколько схем взаимодействия с гостями. Напоминание о том, что номер уже забронирован и что гость, как ожидается, освободит его к заявленной дате отъезда, помещается в номере. Некоторые отели просят гостя подписать и лично внести дату выезда в регистрационную карту. Однако уведомление проживающего гостя, что ему пора выезжать, и принуждение гостя к отъезду – два диаметрально противоположных действия. Хотя гостиница, как считается, имеет юридическое право на подобные действия, большинство управляющих воздерживаются от принуждения задержавшегося гостя к выезду, поэтому ему, как правило, продлевают поселение. В случае отказа гостя от оплаты номера, после продления поселения, вызывается туристская полиция или другие правоохранительные органы, в компетенцию которых входит решение подобных вопросов в соответствии с законами страны пребывания.

Выездной туризм (outbound tourism), вид туризма, представляющий собой путешествия, организуемые для граждан, постоянно проживающих в одной стране, в другое государство. Например, туристское путешествие лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации,

в Китайскую Народную Республику. В.т. включает неоплачиваемую деятельность постоянно проживающего в какой-либо стране посетителя за пределами данной страны в рамках выездной туристской поездки. В.т. в профессиональной лексике иногда называют «аутгоинг». В.т. является составной частью международного туризма. См. *Въездной туризм*.

Высадка (disembarkation), процесс выхода на землю пассажиров воздушного, автобусного или водного транспорта по окончании поездки или на время промежуточных остановок.

Высокий сезон (high season), период наибольшей деловой активности на туристском рынке, время действия наиболее высоких тарифов на туристские продукты и услуги. В различных регионах, странах и дестинациях этот период приходится на разное время года. См. *Сезон туристский*.

Высокоскоростной поезд (high-speed train). См. *Поезд высокоскоростной*.

Выставка туристская (exhibition of tourist), кратковременное рекламное и/или коммерческое мероприятие, организуемое с целью: информирования о туристских продуктах и услугах; получения коммерческих предложений; общения специалистов; проведения конференций, семинаров, презентаций, переговоров и заключения договоров. В.т. различают по: месту проведения, составу и числу участников (международные, национальные, региональные); частоте проведения (периодические, ежегодные, сезонные); тематическим направлениям и другим характеристикам. На В.т. демонстрируются видео, печатные и художественные материалы: каталоги, брошюры, плакаты, фильмы и т.д., рекламирующие различные туристские услуги. См. *Биржа туристская*.

Выставочная деятельность туристская (exhibition activity tourism), 1. способ осуществления рекламы туристской фирмы, один из методов продвижения туристского продукта; 2. специальная профессиональная деятельность по организации и проведению туристских выставок.

Выставочный туризм (exhibition tourism), подвид конгрессного и делового туризма, представляющий собой путешествия, основной целью которых является посещение различных выставок, конгрессов и ярмарок. В.т. – современное популярное направление делового туризма. Посещаемость российских и зарубежных, а также международных ярмарок и выставок туристами в последние годы стремительно растёт. Наиболее востребованные тематики В.т. – автомобильная, строительная, мебельная, продовольственная, общеотраслевая, военная и туристская. Популярные страны такого рода туризма: Россия, Франция, Германия, Италия, Великобритания, Южная Корея, ЮАР, Китай, Индия и др. См. *Конгрессный туризм. Деловой туризм*.

Выход аварийный (emergency exit), дополнительный выход из помещения, здания, транспорта на случай возникновения ситуаций, угрожающих здоровью и жизни присутствующих там людей. В.а. находится в легкодоступных местах и имеет хорошо распознаваемые графические или текстовые обозначения.

Г

Гаагская Декларация по туризму (Hague Declaration on tourism), международный документ, принятый 14 апреля 1989 г. на Межпарламентской конференции по туризму в г. Гаага (Нидерланды) совместно с Межпарламентским союзом (МПС) и Всемирной туристской организацией (ЮНВТО). В Г.Д.т. определено место туризма в социально-экономической жизни всех стран и народов. В ней, в частности, сказано, что «упрощение туристских формальностей и облегчение поездок и путешествий – это скоординированная политика и действия государств по развитию и поощрению как индивидуальных, так и коллективных туристских поездок. Упрощение туристского обмена и связанных с ним регламентирующих формальностей – это подготовка соответствующих договоров и соглашений, решение проблем защиты туристов, туристского страхования, улучшения взаимодействия между туристами, средствами размещения и административными государственными службами стран». Межпарламентская конференция по туризму обратила особое внимание на наличие взаимосвязи между туризмом и окружающей средой и одновременно призвала определить уровень пропускной способности мест, посещаемых туристами, и обеспечить его соблюдение даже в том случае, если это будет означать ограничение доступа к подобным местам в определенные периоды времени или сезона. Также был сделан вывод о том, что одновременно с быстрым ростом объёмов путешествий и туризма в последние годы уточняется и расширяется понятие «упрощение туристских формальностей». В Г.Д.т., в частности, записано: «Принято различать две основные группы препятствий на пути развития туризма: те, которые затрагивают туристов, и те, которые затрагивают туристский бизнес. Процесс ликвидации препятствий на пути развития туризма называется упрощением туристских формальностей, которое переросло свои узкие первоначальные рамки пограничных формальностей и таможенных процедур. Речь должна идти, прежде всего, о позитивном стимулировании и поощрении туризма, в частности, путём принятия мер, позволяющих каждому человеку участвовать во внутреннем и международном туризме, особенно благодаря более совершенному распределению рабочего и свободного времени, установлению системы распределения в течение года периодов отпусков, а также уделяя особое внимание туризму молодёжи, пожилых людей и инвалидов. В последние годы на упрощение туристских формальностей серьезное воздействие оказывают распространение наркотиков и рост преступности и терроризма. Хотя государства вынуждены заниматься обостряющейся проблемой иммиграционных потоков, необходимо признать, что ограничивающее иммиграционное законодательство или дискриминационные меры противоречат упрощению международного туризма».

Газета бесплатная (complimentary newspapers), бесплатная услуга, предоставляемая клиентам в высокоразрядных гостиницах, состоящая в том, что ежедневно утром в номер вместе с завтраком официант приносит свежую прессу, или кладёт под дверь жилого номера, занятого туристом, несколько свежих популярных или местных газет.

Гала-концерт (gala concert), праздничный, торжественный, большой, яркий, пышный, с участием известных артистов концерт, устраиваемый по случаю завершения фестиваля, конгресса и других массовых общественных или профессиональных мероприятий, связанных с культурной жизнью государства, региона, города. В крупных гостиницах, имеющих большие концертные залы, организуются Г.-к. для туристов в рамках каких-либо местных традиций. См. *Событийный туризм*.

Гала-представление (gala show, gala performance), праздничное зрелищное мероприятие с яркими украшениями, костюмами и т.п. – например, открытие Олимпийских игр, закрытие сезона в цирке, премьера в концертном зале и т.д. Г.-п. пользуются большой популярностью у зрителей, в том числе туристов. См. *Гала-концерт*.

Гала-ужин (gala dinner), особенно торжественный обед или ужин с большим количеством гостей, как правило, с праздничной концертной программой, устраиваемый по случаю завершения какого-нибудь массового мероприятия – например, окончание конгресса, фестиваля и т.д., на который приглашают большое число гостей, в том числе туристов.

Галерея (gallery), происходит от итал. galleria, что означает «церковная паперть». 1. Архитектурный приём, представляющий собой вытянутое в длину крытое помещение или переход между частями здания или соседними зданиями. В Г. обычно одну из продольных стен заменяют колонны или столбы, а иногда ещё и балюстрада. Г. в виде дворцовых залов с одной стеной в виде сплошного ряда больших окон появились в начале XVI в. и особенно распространились в эпоху барокко. Противоположная окнам глухая, как правило, стена использовалась для размещения произведений живописи и скульптуры, что давало хорошее естественное освещение. Современная архитектура продолжает активно использовать Г. 2. Тип музея. Размещение художественных экспозиций в Г. привело к тому, что Г. стали называть музеи или их разделы, без привязки к архитектурным особенностям. Термин «Г.» со временем стал употребляться для соответствующего типа зданий с государственными и частными собраниями живописных, скульптурных и других работ, художественными коллекциями. Слово «Г.» вошло в название некоторых музеев – например, Галерея Уффици. Посещение художественных Г., как правило, является обязательной частью программ туристских путешествий. 3. Г. также называют верхний ярус зрительного зала, что связано с первоначальным значением слова (галёрка), здесь обычно располагаются самые дешёвые места. См. *Художественная галерея*. *Музеи*.

Гарантийное письмо (letter of guarantee), официально оформленный документ, в котором отправитель (туристская фирма) гарантирует выполнить определенный набор услуг или совершить какие-либо другие действия в интересах адресата (заказчика услуги). Г.п. направляется гарантом кредитору в обеспечение своевременной уплаты причитающейся суммы за предоставленные услуги. Г.п. в настоящее время пишутся на бумажных носителях и заверяются печатью, а также направляются в электронном виде. По своей правовой природе Г.п. являются частью современного делового оборота, одним из видов

служебной переписки (деловых писем) между организациями, в том числе туристскими фирмами.

Гарантированное бронирование (guaranteed booking), вид бронирования, предполагающего, что номер в средстве размещения держится до тех пор, пока гость не приедет в сроки, указанные в договоре. То есть гость может приехать в любое время, и он гарантированно получит забронированный номер. В свою очередь, гость гарантирует оплатить номер даже в случае незаезда, либо отменить бронирование до определённого часа, установленного гостиницей дня заезда. Таким образом, если гость бронирует номер, но не приезжает и не отменяет бронирования вообще или до установленного срока, то на него налагаются штрафные санкции. Существует несколько способов Г.б. 1. Перевод предоплаты в гостиницу (обычно банковский перевод). Уведомление о переводе предоплаты должно поступить в гостиницу до дня заезда гостя. Срок подтверждения предоплаты определяется гостиницей и колеблется от нескольких недель до одного дня. 2. Гарантии под кредитную карту. Основные компании, поддерживающие использование кредитных карт, разработали систему, позволяющую начислять штраф за неприбытие в случае гарантированного бронирования. Если бронирование, гарантированное кредитной картой, не было отменено до часа, установленного гостиницей, и гость не заехал, то гостиница может начислить сумму штрафа на кредитную карту (обычно это стоимость ночи проживания). Затем банк переведет данную сумму на счёт гостиницы и уведомит об этом держателя карты. 3. Внесение депозита (в случае невозможности банковского перевода или гарантии кредитной картой). Гость или его представитель до заезда вносит в кассу гостиницы определенную сумму денег, обычно превышающую стоимость ночи проживания в гостинице и зачастую включающую в себя депозит на пользование телефонами, прачечной и т.д. При отмене бронирования депозит возвращается. В случае изменения даты заезда он переносится. В последующем депозит используется гостем для оплаты проживания и услуг, которые предоставляет гостиница. 4. Г.б. какой-либо компанией или турфирмой. Этот тип Г.б. чаще всего используется турфирмами, с которыми гостиница заключила договор. В этом случае необходимо направить письмо от турфирмы, содержащее фразу: «в случае незаезда (имя гостя) и невозможности отмены бронирования до 6 часов дня заезда, компания (название компании) гарантирует оплату одной ночи проживания». Эта фраза приблизительна и зависит от политики гостиницы. В случае выставления штрафных санкций турфирма обязуется выплатить их. Необходимо соблюдать осторожность при приёме такой гарантии. Желательно принимать гарантию только от турфирм, положительно зарекомендовавших себя в процессе сотрудничества, финансовое положение которых стабильно и не вызывает никаких опасений. Иначе существует возможность риска не получить оплату штрафа или компенсацию. 5. Использование платёжного документа – *ваучера*. Г.б. ваучером характерно для туроператоров. Ваучер – это тип платёжного документа, который подтверждает оплату всего срока проживания и некоторых дополнительных услуг, потребляемых во время пребывания гостя в гостинице. Ваучер представляется в том случае, если гость оплачивает своё проживание через турфирму. Свою прибыль туроператор

закладывает в стоимость ваучера, а не получает определенный процент комиссионных за поселение гостя в данную гостиницу. Разница между реальной ценой номера и ценой, которую туроператор просит у гостя за него, зачастую превышает стандартную цену гостиницы. Во избежание недоразумений администрации гостиницы обычно держит втайне от гостя цену, предоставляемую данному туроператору.

Гарантия банковская (bank guarantee), гарантия исполнения обязательств по договору реализации туристского продукта, которая является финансовой ответственностью туроператорской компании или другого организатора туристской поездки перед туристами в случае её неспособности обеспечить выполнение взятых на себя обязательств. В сфере туризма в соответствии с действующими во многих государствах законодательными нормами туроператоры обязаны предоставлять документ из банка или страховой компании в качестве данной гарантии. В Российской Федерации Г.б. введена законодательством с 2007 г. Туристская фирма, которая исполняет функции туроператора, не имеет права осуществлять организацию туристских путешествий без Г.б. или договора страхования гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение туроператором обязательств по договору о реализации туристского продукта. См. *Финансовая ответственность.*

Гарантия качества (quality guarantee), система работы средств размещения, транспорта и предприятий общественного питания, а также турфирм, заключающаяся в обеспечении и постоянном контроле уровня и качества предоставляемых услуг.

Гардероб (wardrobe, cloakroom). 1. Комната или специально отведенное пространство во входном вестибюле театра, где зрители могут оставить верхнюю одежду, головные уборы, зонты и прочее на хранение во время спектакля. Если здание театра содержит несколько этажей, то Г. в фойе может присутствовать на каждом из них. 2. Специально оборудованное помещение в гостинице или ресторане, где посетители могут оставить верхнюю одежду и головные уборы.

Гарни (garni), неформальная классификация средства размещения, представляющее собой недорогую, типично «европейскую» гостиницу, в странах Центральной Европы (характерно для Германии), предоставляет клиентам ограниченный набор услуг: размещение и континентальный завтрак, который чаще всего предоставляется в соседнем кафе или ресторане. Отличается простотой и «домашним» уютом. Часто располагается не в отдельно стоящих зданиях, а на первых этажах жилых домов.

Гарнир (garnish), вид пищи, в международной ресторанной кухне означает «украшение кушанья», приготовленные для еды овощи, макаронные изделия, картофель, каши, зелень, добавляемые к мясным или рыбным блюдам в качестве пищевой добавки и украшения. Г. приготавливают из овощей, картофеля, круп, бобовых, реже — фруктов, грибов. Также бывают сложные и составные гарниры. Г. могут заказываться и подаваться отдельно.

Гастрономический туризм (gastronomic tourism), вид туризма, основная цель которого – совершение путешествия для знакомства с национальной кухней страны пребывания или посещение специальных

ресторанов или местностей, где готовят уникальную пищу. Для туриста, принимающего участие в Г.т., еда и традиции её потребления являются частью национальной культуры, которую он хочет познать. Туристы знакомятся с традиционной кухней и воспринимают её как составную часть истории, религии, хозяйственной деятельности, обычаев и легенд, формирующих уникальную идентичность страны или региона. Г.т. представляет собой комплекс мероприятий по дегустации блюд и напитков, характерных для местной кухни, участие в карнавалах и торжествах, посвящённых сбору урожая, а также светских и религиозных праздниках в городах и деревнях.

Гастротур (gastrotour). См. *Гастрономический туризм.*

Генеральное соглашение по торговле услугами – ГАТС (General agreement on trade in services – GATS). См. *Способы оказания услуг.*

Географические информационные системы (geographic information systems), программный комплекс для сбора, хранения, передачи, анализа, оценки и управления различной территориально распределенной информацией, в том числе туристской. Г.и.с. широко используются для решения многообразных задач территориального управления. ГИС-технологии позволяют как дифференцировать, так и интегрировать информацию.

География культуры (geography of cultural). 1. Научное направление, изучающее региональные особенности жизни и деятельности людей на определённой территории, а также размещения на ней объектов культуры. Г.к. является отраслью географии и культурологии. 2. Учебная дисциплина в высших образовательных заведениях, на курсах повышения квалификации.

География туризма (geography of tourism). 1. Размещение на определённой территории (государства, региона, части света, планеты) объектов культурного и природного наследия, туристской и транспортной инфраструктуры, дорожной сети, включая их картографическое отображение. 2. Учебная дисциплина в высших образовательных специализированных заведениях, на курсах повышения квалификации. 3. Отраслевая географическая дисциплина, исследующая территориальное распространение природных и антропогенных ресурсов (климат, пляжи, пейзаж, минеральные воды, история, культура и т.д.), изучающая характер и структуру использования свободного времени и организации связанного с ним досуга, а также направление туристских потоков. 4. Научная дисциплина, изучающая территориальную дифференциацию сферы туризма, предпосылок его развития, процессов формирования туристско-рекреационных зон, районов, центров и их современного использования.

Геокэшинг (geocaching), туристская игра с применением спутниковых навигационных систем, состоящая в нахождении тайников, спрятанных другими участниками игры. Название происходит от греч. geo – земля и англ. cache – тайник. Основная идея игры состоит в том, что одни игроки закладывают тайники, с помощью GPS определяют их географические координаты и сообщают о них в Интернете. Другие игроки используют эти координаты и свои GPS-приёмники для поиска тайников. Часто тайники расположены в местах,

которые представляют природный, исторический, культурный, географический и другой интерес. Поэтому игра превращается в активный познавательный процесс. В Г. можно играть семьёй, компанией или в одиночку.

Гигиена (hygiene). 1. Наука о здоровье, отрасль медицины, изучающая влияние разнообразных факторов внешней среды (природных и бытовых условий, общественных и производственных отношений) на здоровье человека, его работоспособность и продолжительность жизни. 2. Специальные меры, направленные на предупреждение возникновения болезней и создание условий, обеспечивающих сохранение здоровья человека. Соблюдение гигиенических требований является обязательным при организации питания, транспортного, гостиничного и других видов туристского обслуживания. См. *Санитария.*

Гид (guide), специалист, имеющий профессиональную подготовку, знающий один или несколько иностранных языков, сопровождающий туристов при осмотре ими достопримечательностей города и/или местности, давая о них необходимую информацию. Г., как правило, являются служащими экскурсионных бюро или туристских фирм. В отдельных странах встречаются также независимые Г., иногда объединённые в ассоциации и общества. См. *Аудиогид. Тур в сопровождении гида.*

Гид официальный (official guide), специалист, имеющий официальное разрешение (лицензию, сертификат) на проведение экскурсий на территории всего государства, города или конкретного объекта. Во многих странах подготовка и деятельность Г.о. регламентируется национальным законодательством, которое устанавливает необходимые требования, предъявляемые к профессии гида.

Гид-переводчик (guide interpreter), специалист, который осуществляет для экскурсионной или туристской группы, а также для индивидуальных туристов перевод информации, сообщаемой на иностранном языке. Г.п. может вести экскурсии на иностранном языке. Услуги Г.п. включают также оказание иностранным туристам языковой помощи при посещении магазинов, театров или при сопровождении по маршруту. Функции сопровождающего и переводчика может совмещать один специалист. См. *Тур в сопровождении гида.*

Глобальный этический кодекс туризма (Global code of ethics for tourism), одобренный на 13-й сессии Генеральной ассамблеи ЮНВТО (Сантьяго, Чили, 1999 г.), установил принципы деятельности в сфере туризма для органов государственной власти, туристских направлений, туроператоров, турагентов, туристов. В Г.э.к.т. освещаются следующие вопросы сферы туризма:
- вклад туризма во взаимопонимание и взаимоуважение людей и сообществ;
- обязанности профессионалов туристского бизнеса;
- право на туризм; свобода туристских перемещений;
- права работников и предпринимателей в туриндустрии.

В Г.э.к.т. туристские путешествия рассматриваются как возможность индивидуальной и коллективной самореализации; фактор устойчивого развития; пользователь и творец культурного наследия; полезная активность для принимающих стран и сообществ.

Гондольная канатная дорога (gondola cable car), вид канатной дороги, представляющий собой подъёмник с закрытыми кабинами, оборудованными сидениями и местами для спортивного инвентаря и багажа. Среди подвесных средств передвижения пассажиров на курортах Г.к.д. являются одними из наиболее удобных подъёмников с кольцевым движением. Благодаря особенностям оборудования и наличию кабин надёжность такого подъёмника сочетается с высокой производительностью и комфортом для пассажиров. См. *Канатные дороги*.

Гордеев И.И., председатель Государственного комитета СССР по иностранному туризму (Госкоминтуриста) в 1946 г.

Горничная (room maid, chambermaid), сотрудник поэтажно-хозяйственной службы, обычно – женщина (в странах Азии часто – мужчина), выполняющий в средствах размещения работы, связанные с уборкой и обслуживанием гостиничного фонда. Квота номеров, как правило, для каждой горничной – от 12 до 24 в день и зависит от уровня сервиса гостиницы, размера номеров, поставленных перед горничными задач и дополнительных сил, привлекаемых к уборке. В некоторых гостиничных сетях Г. работают парами или группами, чтобы такая бригада могла убрать целый этаж или небольшой корпус быстро и качественно.

Горничная на этаже (floor maid), сотрудник поэтажно-хозяйственной службы, за которым закреплены обязанности уборки и обслуживания жилых номеров и общественных мест на одном из конкретных этажей гостиницы.

Горный перевал (mountain pass). См. *Перевал горный*.

Горный приют (mountain hut), небольшое прочное здание, предназначенное для ночёвки и обеспечения защиты от непогоды для туристов и местных жителей (спасателей, пастухов и т.д.), расположенное в горной местности вдали от населённых пунктов. В Европе система горных приютов особенно широко распространена в Альпах на популярных альпинистских и туристских маршрутах. В других горных районах Европы не всегда можно рассчитывать на наличие аналогичной густой сети Г.п. В России Г.п. стали появляться ещё в XIX в. Первым приютом считается открытый «Крымским горным клубом» в 1893 г. в Крыму приют на Чатыр-Даге, вблизи пещер Суук-Коба и Бин-Баш-Коба. В начале XX в. Русское горное общество построило два приюта — на Эльбрусе (Старый Кругозор) и Казбеке, на отметке 3480 м. Перед Великой Отечественной войной на Кавказе стационарных приютов было уже около двух десятков. В 1960-1980 гг. строительство приютов шло на Кавказе, в горах Урала, Хакасии, Кемеровской области. В настоящее время Г.п., построенные в советский период, составляет основную базу имеющихся приютов в России.

Горный туризм (mountain tourism), подвид спортивного туризма, заключающийся в передвижении пешком группы людей по определённому маршруту, проложенному в горной местности в условиях высокогорья. Хотя в Г.т. используются элементы скалолазания при прохождении маршрута, не следует смешивать его с альпинизмом. Главное отличие состоит в том, что целью альпиниста является подъём на вершину, а целью горного туриста – прохождение

перевалов определенной категории сложности, в том числе и восхождения на вершины. В высших категориях сложности границы между этими видами спорта расплывчаты. Основным фактором, отличающим Г.т. от других видов спортивного туризма (и объединяющим его с альпинизмом), является то, что походы совершаются на значительной (более 2500-3000 м) абсолютной высоте над уровнем моря. Также, в отличие от пешеходного туризма, в горном туризме не оцениваются протяжённые препятствия (например, болота или заросли стланика), а из локальных препятствий (ЛП) учитываются только перевалы, траверсы вершин и радиальные восхождения на вершины. Такие типичные для пешеходного туризма ЛП, как переправы через горные реки, в горном туризме «в зачёт» не идут. До 1989 г. в Г.т. были запрещены восхождения на вершины. Сейчас восхождения разрешены, что значительно уменьшило отток горных туристов в альпинисты. Особенностью горных походов является то, что многие группы не просто восходят на вершины, но проходят траверсы – поднимаются на вершину с одной стороны, а спускаются с другой. Зачастую восхождения совершаются в альпийском стиле, в том числе и на вершины высотой 7000 м и более. В альпинизме это так же практикуется, но менее распространено. До 1936 г. Г.т. не был отделён от альпинизма, а горные походы были одним из видов деятельности альпинистов. После разгрома Общества пролетарского туризма и экскурсий (ОПТЭ) и расстрела организатора ОПТЭ наркома юстиции *Н.В. Крыленко* горный туризм вместе с другими видами туризма был «отдан» профсоюзам. Как самостоятельный вид спорта (вместе с другими видами туризма) оформился в СССР в 1949 г. Сложность маршрута в Г.т. определяется в основном категорией трудности перевалов и вершин, в него входящих. Дополнительными параметрами являются протяженность маршрута (в км) и продолжительность похода (в днях). Как и в остальных видах спортивного туризма, в Г.т. формально выделяются 6 категорий сложности походов. Однако следует отметить, что в пределах одной и той же категории походы могут несколько различаться по фактической сложности.

Горнолыжный курорт (mounting skiing resort). См. *Зимний курорт.*

Города и сельские поселения исторические (historical cities and rural settlements). См. *Исторические города и сельские поселения.*

Городок палаточный (tent village), лагерь с установленными в нём палатками, используемыми для проживания туристов в весенне-летний сезон. В период проведения праздников и спортивных соревнований Г.п. для туристов размещают, как правило, в пешеходной доступности до объекта туристской поездки. Г.п. создают в центрах паломничества и религиозного туризма в период их массового посещения в связи с религиозными мероприятиями.

Городок развлечений (entertainment complex), места, территории, пещеры, площадки на воде, пляжи и т.д., оборудованные различными аттракционами и театральными (концертными) площадками для массового развлечения и отдыха посетителей, в том числе туристов. Наряду с платными аттракционами и концертными площадками в Г.р. часто располагаются рестораны, кафе, бары. Г.р. часто оформлены в национальном

стиле, здесь проводят ежедневные этнические концерты и представления, а также массовые танцы. Г.р. часто являются объектами туристских посещений с целью развлечения, питания и отдыха.

Горящие путёвки (last minute). См. *Бронирование в последний момент*.

Гостевой дом (guest house). 1. неформальный вид средства размещения туристов, отличающееся небольшим количеством номеров и минимальным набором услуг; 2. фешенебельное средство размещения для особо важных персон и гостей, расположенное в отдельном живописном месте.

Гостеприимство (hospitality). 1. Выражение радушного, внимательного отношения персонала туристского предприятия, средств размещения, организаций транспорта и питания к клиентам, готовность оказать им помощь и необходимые услуги, важнейшее потребительское свойство туристского продукта. Понятие Г. также включает благожелательное отношение, проявляемое населением страны к отечественным и иностранным туристам. 2. Древняя бескорыстная добродетель, присутствующая почти у всех народов мира, исторически закреплённая в народной мудрости и религиозных текстах. Г. особенно ценится и распространено среди народов, сохранивших свои традиционные культуры. Г. является цивилизационным понятием характеризующим и входящим в общую систему ценностей многих народов мира. 3. Г. в некоторых странах называется индустрия приёма и обслуживания туристов в средствах размещения. См. *Традиции гостеприимства*.

Гостиная (sitting room), одна из смежных или раздельных комнат в многокомнатном апартаменте в гостинице (коттедже), предназначенная для отдыха и приёма гостей. Г. имеет определенную обстановку и убранство в зависимости от назначения – например, парадная или для ожидания.

Гостиница (hotel), средство размещения, предназначенное для временного проживания гостей, в том числе туристов. В Российской Федерации Г. предоставляет услуги в соответствии с ГОСТ Р 50645-94, Р 51185-98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования». С точки зрения бизнеса, Г. представляет собой предприятие по созданию и предоставлению услуг (гостиничного продукта) коммерческого гостеприимства, которое предлагает свои возможности, удобства и сервис потребителю. Г. состоят из специальных помещений для обслуживания гостей и номеров; как правило, допустимое минимальное число номеров – 10, хотя в некоторых государствах, в том числе в Российской Федерации, законодательство не регулирует это количество. Г. является коллективным средством размещения, в котором подготовленный персонал обеспечивает предоставление набора услуг, зависящего по качеству и количеству от класса и/или категории гостиницы. Г. имеют единое руководство и инфраструктуру в соответствии с предоставляемыми услугами, оборудованием и стандартами, принятыми в данной гостиничной цепи и/или стране.

Гостиница-апартамент (hotel-apartment), неформальная классификация средства размещения, гостиница малых или средних размеров. Представляет собой квартирный тип, используемый в качестве временного жилья, чаще всего на базе самооб-

служивания и самостоятельного приготовления пищи. Цена, как правило, варьируется в зависимости от сроков размещения и уровня Г.-а. Обслуживает, как правило, семейных туристов и бизнесменов, коммерсантов и журналистов, останавливающихся на длительный срок. См. *Апарт-отель*.

Гостиница B&B (от англ. bed – кровать, breakfast – завтрак / ночлег и завтрак), неформальная классификация средства размещения, получившего широкое распространение в США и Западной Европе. Это, как правило, гостиница малой (иногда средней) вместимости. Ошибочно полагать, что питание в подобных гостиницах ограничивается только завтраками (как это следует из названия). Питание может варьироваться от простого континентального завтрака до полноценного трёхразового питания. Клиентами таких гостиниц являются, как правило, коммерсанты и маршрутные туристы, стремящиеся к домашнему уюту.

Гостиница бизнес-класса (business class hotel), неформальная классификация средства размещения, отличающегося высоким качеством обслуживания, широким спектром услуг. Жилые комнаты-номера, в основном на 1-2 чел. Г.б.-к. соответствуют стандартам 3-4-звёздочных гостиниц, в её составе в обязательном порядке имеются помещения, оборудованные для проведения конференций, переговоров, презентаций и т.д. См. *Бизнес-отель*.

Гостиница с дневным уходом за детьми (hotel with a day nursery), неформальная классификация средства размещения, в котором для удобства семейных посетителей предоставляются услуги по уходу в дневное и вечернее время за детьми, проживающими в гостинице вместе с родителями. Для этих целей в гостинице создаются специальные детские комнаты и/или площадки на открытом воздухе, где с детьми занимается подготовленный персонал.

Гостиница-замок (hotel-castle), неформальная классификация средства размещения, отличающегося высоким качеством обслуживания, широким спектром услуг и особыми неповторимыми условиями пребывания. Зарубежные Г.-з. носят названия: "Relais et Chateaux", от фр. "Relais" – «место смены лошадей», «почтовая станция» и "Chateaux" – «средневековый замок». Г.-з. расположены в зданиях, являющихся объектами культурного наследия: замках, дворцах, усадьбах, монастырях и др. См. *Парадор*.

Гостиница класса «люкс» (luxury hotel), неформальная классификация гостиничных предприятий, означающая самую высокую качественную характеристику предоставляемого обслуживания – в частности, особый комфорт и разнообразие услуг; номерной фонд состоит из жилых номеров класса люкс-апартамент и высококачественных одно- и двухместных номеров с отдельной ванной. По принятой классификации Г.к.«л.» приравниваются к стандартам 5-звёздочных гостиниц.

Гостиница паломническая (pilgrims class hotel), неформальная классификация средства размещения для паломников, специализируется на размещении групповых и индивидуальных паломников и туристов, путешествующих с религиозно-познавательными целями. Особенностью Г.п. является наличие в ней услуг, способствующих путешествию верующих людей, – в частности, наличие

мест для молитвы (например, домовый храм и/или молельная комната), а также – постной пищи в ресторане или кафе. Г.п., в зависимости от качества предоставляемых услуг, соответствует 1-3-звёздочным гостиницам. Г.п., как правило, создаются при монастырях и в местах массового поклонения религиозным святыням.

Гостиница первого класса (first class hotel), неформальная классификация средства размещения, означающая определённую качественную характеристику предоставляемых услуг – в частности, достаточно разнообразный ассортимент услуг и их сравнительно высокое качество; основная доля жилых номеров рассчитаны на 1-2 чел., с отдельной ванной или душем, имеется также некоторое количество номеров класса «люкс». По принятой оценке, гостиницы перового класса приравниваются к стандартам 4-5-звёздочных гостиниц. В русском языке есть выражение: «первоклассная гостиница».

Гостиница плавучая (floating hotel, botel), неформальная классификация средства размещения, организованного на самоходном или буксируемом речном или морском судне или барже, оборудованного под гостиницу определённого уровня. Г.п. ставится к причалу в живописных местах, близких к туристским достопримечательностям (в т.ч. религиозным объектам). При необходимости Г.п. может быть перемещена по воде в другое место, где проходит какое-либо мероприятие. См. *Ботель*.

Гостиницы при аэропортах (hotels at airports), средства размещения, клиентами которых являются бизнесмены, пассажиры отмененных (или отложенных) авиарейсов, персонал авиалиний. Гостиничный транспорт перевозит гостей от аэропорта в отель. Многие гостиницы при аэропортах предоставляют услуги по проведению конференций, позволяя клиентам избежать поиска гостиниц в городе, лишних перемещений и потери времени.

Гостиница туристского класса (tourist class hotel), неформальная классификация средств размещения с определенным качеством обслуживания (ограниченный ассортимент услуг, жилые комнаты-номера, в основном, рассчитаны на 2-4 чел. и проч.). По принятой классификации, Г.т.к. приравниваются к стандартам 2-3-звёздочных гостиниц.

Гостиница экономического класса (hotel economy class), неформальная классификация средства размещения, гостиница малой или средней вместимости (до 150 мест). Как правило, располагается вблизи магистралей. Характерно простое и быстрое обслуживание, ограниченный набор услуг. Основные клиенты: бизнесмены и туристы-индивидуалы, не нуждающиеся в полном пансионе и стремящиеся к фактической оплате потребляемых услуг. По принятой классификации, Г.э.к. приравниваются к стандартам 2-3-звёздочных гостиниц.

Гостиничная анимация (hotel animation), комплексная рекреационная услуга в средствах размещения, основанная на личных человеческих контактах аниматора с туристом и совместном их участии в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туристского комплекса. Г.а. ставит перед собой цель повышения качества предоставления услуг и уровня удовлетворенности туриста отдыхом и используется в маркетинговой стратегии как одна из

основных привлекательных услуг. Г.а. понятие узкое, поскольку предполагает организацию досуга только в местах размещения туристов: гостиницах, мотелях, турбазах и т.д. Иными словами, Г.а. – это организация досуговой деятельности, предлагаемая средствами размещения. Анимационные программы различаются по специализации организации отдыха и типа гостиниц. См. *Аниматор. Анимационная программа*.

Гостиничная деятельность (hotel activities). 1. Деятельность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, обладающих или наделённых в установленном порядке имущественными правами на какое-либо коллективное средство размещения, по непосредственному распоряжению и управлению им для предоставления услуг по временному размещению (проживанию) и обслуживанию гостей, в том числе туристов. Г.д., как правило, регулируется национальным законодательством страны пребывания. 2. Учебная дисциплина в специализированных образовательных заведениях.

Гостиничная корпорация (hotel corporation), группа гостиничных предприятий (два, три и более), которые осуществляют коллективный бизнес и находятся под непосредственным контролем руководства цепи. Цепь может иметь собственные здания или арендовать их. Руководство гостиничной цепи имеет преимущества при разделе прибыли, несёт ответственность за операционные потери. Международная гостиничная ассоциация (МГА) подразделяет гостиничные цепи на три категории:
1. корпоративные цепи – гостиничные корпорации, владеющие многочисленными предприятиями;
2. цепи независимых гостиничных предприятий, которые объединяются для использования общей системы бронирования, концепции маркетинга, рекламы и других дорогостоящих для отдельного предприятия услуг;
3. цепи, представляющие управленческие услуги.
Цель создания гостиничных сетей («цепочек») – увеличение рентабельности, улучшение контроля и повышение престижа на местном и международных рынках, постоянство и предсказуемость качества предлагаемого гостиничного продукта, идентичность услуг на разных предприятиях, а также доступность цен. Особенно интенсивно процесс создания гостиничных цепей внедрялся в экономику гостеприимства в 50-60-е гг. XX в. См. *Контракт на управление*. К началу 1990-х гг. влияние американских гостиничных цепей стало доминирующим в мире. В настоящее время в мире действуют десятки международных и национальных гостиничных цепей. Среди них можно упомянуть: Holiday Inn, Choice, Best Western, Marriott, Hilton, Sheraton, Hyatt и др.

Гостиничная сеть (hotel network), долгосрочное взаимовыгодное объединение средств размещения, а также фирм сопутствующих отраслей в единую структуру и систему стратегического сотрудничества с целью повышения конкурентоспособности и создания совместных отличительных компетенций. Развитию сотрудничества в рамках Г.с. способствуют:
- единая стратегия и совместные взаимовыгодные стратегические действия, в том числе в сфере маркетинга;
- общие системы информационного взаимодействия, включая единые системы бронирования и глобальные дистрибутивные системы;

- общие технологии, системы обслуживания оборудования, приобретение расходных материалов, что создает возможности удешевления общих расходов;
- сильный сетевой бренд, что создаёт условия для эффективного рекламного продвижения.

Эти факторы приводят к взаимному усилению конкурентных позиций и брендов отелей сети и фирм сопутствующих отраслей и формированию комплементарных активов в рамках сети. Гостиничные компании объединяются в сеть с целью развития и передачи друг другу новых компетенций, что сопровождается созданием ключевых факторов конкурентоспособности Г.с. См. *Гостиничная корпорация*.

Гостиничная услуга (hotel service), номенклатурная позиция, составная часть товарной продукции гостиничного предприятия, могущая быть предметом отдельного заказа. Основное место в номенклатуре Г.у. занимают услуги размещения и питания, но могут присутствовать иные услуги и товары, обеспечивающие удовлетворение сопутствующих потребностей гостей. Г.у. можно охарактеризовать следующими качествами. Производство и потребление услуги одновременны. Оказание данных услуг требует активного участия как потребителя, так и исполнителя, причём осуществление этой услуги происходит на территории последнего. Персонал, производящий услуги, имеет непосредственный контакт с потребителем, и он рассматривает его как неотделимую часть самой услуги. На практике туристы оценивают качество гостиницы в значительной степени поведением персонала. Если услуга размещения не реализована в определённый день, то потенциальный доход от такой услуги потерян, т.е. производство услуги зафиксировано во времени и пространстве. Иначе говоря, гостиничный продукт рассчитан на удовлетворение реальных потребностей гостя, имеющихся в данный момент. Гостиничный продукт (как и любая другая услуга) неосязаем. Его нельзя оценить до того, как такая услуга потреблена. Г.у. подвержены сезонным колебаниям: так, например, большинство туристов отдыхают в высокий сезон, следовательно, и спрос на услуги гостиниц в этот период значительно возрастает. На реализацию гостиничного продукта значительное влияние оказывают действия туроператоров и турагентов, т.к. гостиничный бизнес очень тесно связан именно с туристской деятельностью.

Гостиничная цепь (hotel chain). См. *Гостиничная корпорация. Гостиничная сеть.*

Гостиничное обслуживание (hotel service), товарная продукция гостиничного предприятия, являющаяся комплексом услуг. Г.о. представляет собой неразрывное в восприятии потребителя единство предоставляемых благ, составляющих содержание гостиничных услуг, а также действий персонала при предоставлении услуг, культурной среды, в которой осуществляется предоставление и потребление услуг.

Гостиничное предприятие. См. *Гостиница. Средство размещения.*

Гостиничное хозяйство (hotel enterprise). 1. Представляет собой часть сферы услуг и важнейший сектор в структуре туризма, специализирующийся на предоставлении временного проживания в средствах размещения, т.е. предприятиях, оказывающих услуги проживания.

Такими предприятиями могут быть гостиницы, мотели, кемпинги, турбазы, пансионаты и т.д. 2. Материально-техническая база средств размещения, которая во многом определяет вид, особенности и качество туристского продукта. Процессы, происходящие в туристской сфере в целом, отражаются на основных показателях функционирования гостиниц, а последние определяют показатели туристской активности на том или ином направлении. Современный гостиничный комплекс располагает значительной материально-технической базой, обеспечивающей полное сервисное, комплексное и централизованное обслуживание туристов, отдыхающих, путешественников. Большое количество составляющих материально-технической базы современной гостиницы свидетельствует о её значительности и сложности. Здания, сооружения, свето-, газо- и водопроводные сети, системы, входящие в туристский комплекс, могут быть объединены в следующие группы:
- административные корпуса;
- спальные (собственно гостиничные) корпуса;
- здания или помещения предприятий питания (рестораны, столовые и т.д.);
- здания или помещения центров досуга и культурного обслуживания, спортивные сооружения или помещения (тренажёрные залы, бассейны и т.д.);
- хозяйственные помещения;
- инженерные сооружения, помещения, сети, оборудование и т.д.;
- офисы и помещения для обслуживающего персонала.

Зачастую в одном здании совмещаются различные по функциональному назначению помещения (службы), а также соединяются корпуса переходами, галереями и т.д. В состав технического оснащения зданий отеля входят следующие инженерно-технические системы:
- отопление (центральное, печное, электрическое);
- водоснабжение (холодное, горячее);
- канализация (внутренняя, наружная);
- вентиляция (естественная, приточная, вытяжная);
- система кондиционирования воздуха;
- централизованное пылеудаление;
- мусоропровод;
- белье-провод;
- лифты и подъемники (пассажирские, грузовые);
- системы радиовещания (количество и размещение радиоточек), телевидения (антенны, телевизоры), телефонной связи, сигнализации (охранной, пожарной).

В техническое оснащение зданий и сооружений входит также следующее основное техническое оборудование:
- первичные средства пожаротушения и средства системы противопожарной автоматики;
- газовое оборудование местных котельных, отопительных печей, котлов, газорегуляторные установки и пункты;
- средства автоматизации, диспетчеризации, инженерного оборудования, средства связи и контрольно-измерительные приборы;
- уборочные машины и другое электрооборудование (пылесосы, моечные комплекты, тележки всех назначений, холодильники, автоматы для чистки обуви, продажи напитков и сигарет).

К подсобным службам и помещениям зданий (корпусов) отеля, непосредственно обслуживающим туристов, относят:
- медицинский кабинет;
- камеру хранения;

- хозяйственный склад;
- технические мастерские;
- пункты оказания бытовых услуг (ремонта и чистки обуви, ремонта и глажения одежды, срочной стирки и химчистки, парикмахерские);
- кассы продажи транспортных билетов;
- киоски (аптечные, газетные, сувенирные, парфюмерные и галантерейные); пункт обмены валют; медпункт; комнаты обслуживающего персонала (на этажах);
- офисы для администрации;
- пункты оказания различных дополнительных и спортивно-оздоровительных услуг (бильярдная, сауна, библиотека, лыжехранилище, пункт проката спорт- и культ-инвентаря и др.);
- помещения или площадки для разборки, пакетирования, хранения (до транспортировки) и погрузки мусора.

Элементы инфраструктуры отеля, располагающиеся на земельном участке, отведённом под комплекс, и прилегающей территории, также представляют собой сложную и ёмкую материально-техническую базу, требующую к себе пристального внимания: тротуары, дорожки, оборудованные для различных рекреационных занятий площадки (детские, спортивные, танцевальные), пруды, бассейны, фонтаны и другие водные поверхности, автостоянки, зеленые насаждения (декоративные деревья и кусты, сады и плодовые деревья, газоны с декоративными деревьями, кустами, цветники, памятники, скульптуры, ограждение территории, наглядная агитация, парковая мебель, канатные дороги, горнолыжные трассы, наружное освещение). На территории комплекса (отеля), кроме вышеперечисленных сооружений, может располагаться ещё множество инженерных сооружений, обеспечивающих: водоснабжение (артезианские скважины, водопроводы, водонасосные станции, резервуары для воды, пожарные водоёмы); теплообеспечение (котельные с хранилищами топлива, теплосети, газопроводы и газораздаточные системы; электрообеспечение (подстанции, трансформаторные и распределительные будки, щиты сети наружного освещения); телекоммуникацию, связь и сигнализацию; канализацию стоков (канализационный коллектор, канализационные насосные станции) и утилизацию отходов (мусоросборники); берегоукрепительные сооружения, заборы и т.д.; гаражи, стоянки для автотранспорта, лодочные станции, пристани, всевозможные пляжные сооружения.

Гостиничный бизнес (hotel business), предпринимательская деятельность гостиничных предприятий как самостоятельных хозяйствующих субъектов с целью получения прибыли. В качестве объектов гостиничного бизнеса выступают средства размещения. См. *Гостиничная деятельность. Гостиница. Средство размещения*.

Гостиничный маркетинг (hotel marketing). См. *Маркетинг в гостеприимстве*.

Гостиничный номер (hotel room), одна или несколько комнат в средстве размещения с мебелью, оборудованием и инвентарем, необходимым для временного проживания гостей, в том числе туристов. Г.н. может состоять из нескольких помещений:
- одной или нескольких жилых комнат (жилых помещений, предназначенных для сна, спален);
- гостиной со столом для принятия пищи и диваном, где также может быть оборудовано ещё одно спальное место;

- кабинетом с письменным столом с подключением Интернета и ТВ;
- ванной (душевой) комнаты с туалетом (обычно совмещены), предназначенной для проведения гигиенических процедур;
- прихожей и коридора, ведущих от входа в жилую(ые) комнату(ы);
- балкона (может не быть).

Г.н. различаются по уровню комфорта, вместимости, числу комнат. В РФ традиционно, начиная с советских времен, гостиничные номера, в зависимости от их площади и оснащения, делятся на категории (см. *Номера гостиничные I, II, III, IV, V категории*). На практике, исходя из числа проживающих и способу их размещения, гостиничные номера бывают: а) «одноместные» (”single”, «сингл»), б) «двуместные» с двумя односпальными кроватями (”twin”, «твин» – от англ. «близнецы»), в) «двуместные» с одной широкой двуспальной кроватью, рассчитанные на проживание семейной пары (”double”, «дабл»). Такая двуспальная кровать, в зависимости от её размера, называется либо «квин» («королева»), либо «кинг сайз». Могут встречаться другие сочетания, например: г) «трёхместный» (“triple», «трипл»). Для размещения третьего человека в гостиничном номере могут устанавливать дополнительное спальное место в виде раскладушки, дивана или дополнительной кровати.

Гостиничный продукт (hotel product), представляет собой комплекс услуг, оказываемых гостиницей или любым другим средством размещения. В гостинице оказывают четыре основных вида услуг: размещение, питание, досуг, бытовое обслуживание. Г.п. является комбинацией разных услуг для удовлетворения потребностей гостя. Сопутствующими Г.п. являются услуги или товары, необходимые потребителям для того, чтобы использовать основной продукт. Например, гостиница первого класса должна предлагать, помимо номеров, услуги при регистрации приезда и отъезда, ресторан, кафе, фитнес, бассейн, услуги прачечной, химчистки и т.д. В гостинице другой классности предлагают соответствующие услуги. Для проектирования Г.п. требуется понимание ситуации на туристском рынке и возможности привлечения необходимых сопутствующих услуг. В гостинице дополнительными продуктами, помогающими привлечь клиентов, служат бизнес-центр или залы здоровья с полным обслуживанием. Разница между сопутствующими и дополнительными продуктами не всегда очевидна. Г.п. в расширенном толковании включает в себя такие факторы: доступность гостиницы, её общую приятную и комфортную атмосферу обслуживания, лёгкость общения клиентов с обслуживающим персоналом, незаметность и ненавязчивость в процессе обслуживания, а также правильная организация взаимодействия клиентов друг с другом. Подобные факторы вместе с основным, сопутствующим и дополнительным продуктом и составляют понятие «расширенный» Г.п.

Гостиничный фонд (hotel fund), в средствах размещения – совокупность номеров, предназначенных для временного проживания, помещений общего пользования и служебных помещений, т.е. всей внутренней инфраструктуры гостиницы. См. *Номерной фонд*.

Гостиный двор (gostiny dvor), историческое понятие, старинное средство размещения, принадлежавшее частному лицу, в Древнерусском государстве и других странах

в прошлом – прообраз современного гостиничного предприятия, в котором сдавались комнаты для ночлега, отличавшиеся упрощённым стандартом обслуживания, небольшим количеством общественных помещений для встречи и пребывания обеспеченных гостей. В структуре гостиного двора обязательно было наличие трапезной (харчевни), а также имелись помещения складов для товаров, конюшен для лошадей, кузницы и мастерской для ремонта повозок и телег. Г.д. строились в городах, крупных сёлах и посадах. В настоящее время Г.д. в разных странах восстановлены, отреставрированы и используются в качестве музеев или эксклюзивных средств размещения. См. *Постоялый двор*.

Гость (guest). 1. Лицо, останавливающееся в гостинице или посещающее предприятие общественного питания и пользующееся их услугами. Этим названием подчёркивается особенно благожелательное отношение предприятий туристского обслуживания к своим клиентам. 2. В Древнерусском государстве общепринятое название купцов (торговый гость).

Государственная политика в сфере туризма (state policy in the sphere of tourism), создание правовой базы, обеспечивающей систему государственной поддержки и функционирование экономических механизмов, позволяющих туристской отрасли нормально развиваться в составе экономики и общественных отношений в каком-либо государстве. Во многих государствах, в том числе и Российской Федерации, принимаются различные государственные программы по развитию туризма и туристской инфраструктуры. С целью развития национального туризма некоторые государства путём принятия специальных законов снижают налогообложение туристских фирм и гостиничных предприятий, а также облегчают визовые формальности для въезда на территорию своей страны. Существуют две модели государственного управления туристской отраслью. Первая модель представляет собой создание специальных органов регулирования туристской деятельности на государственном уровне: министерства, комитеты, департаменты в составе национальных правительств каких-либо стран. Вторая модель представляет собой создание регулирующих органов в сфере туризма на региональном или муниципальном уровне, а также делегирование общественным и профессиональным сообществам части контрольных функций.

Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации (state regulation of tourist activity in the Russian Federation), является составной частью социально-экономической политики нашей страны и включает в себя совокупность принципов норм, целей, задач, методов и приоритетов, которыми руководствуется государство в своей деятельности по развитию туризма и туристской индустрии в Российской Федерации. К Г.р.д.т. также относится деятельность государственных организаций в сфере туризма и туристской индустрии. Главной целью Г.р.д.т. является обеспечение прав и потребностей граждан Российской Федерации в сфере туризма посредством создания в стране современной, высокоэффективной и конкурентоспособной туристской индустрии, способной удовлетворить потребности населения в разнообразных и качественных услугах. Г.р.д.т. строится на основе соблюдения норм международного права и обязательств, вытекающих из

международных договоров Российской Федерации, а также базируется на отечественном законодательстве. Приоритетными направлениями Г.р.д.т. являются поддержка и развитие внутреннего, въездного и социального туризма, а также предпринимательской деятельности субъектов туристской индустрии в этих сферах. Основными задачами Г.р.д.т. являются:
- создание благоприятных условий доступности туризма для всех категорий граждан Российской Федерации;
- развитие туризма и туристской индустрии Российской Федерации путем увеличения доходов граждан Российской Федерации и государства, создания новых рабочих мест, повышения жизненного уровня населения, проживающего в местах временного пребывания туристов;
- рациональное использование туристских ресурсов, в том числе направление финансовых средств, получаемых от использования туристских ресурсов, на их поддержание, охрану и развитие;
- охрана окружающей культурной и природной среды с целью предотвращения негативных последствий, обусловленных развитием туризма;
- создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление граждан;
- формирование туристского сознания граждан Российской Федерации – гостеприимства по отношению к туристам, посещающим Российскую Федерацию;
- либерализация обмена товарами, работами и услугами в сфере туристской индустрии в соответствии с международными соглашениями и договорами Российской Федерации с учетом интересов граждан и туристской индустрии Российской Федерации;
- развитие международного туризма.

Гражданство (citizenship), 1. принадлежность, официально оформленная и подтверждённая документом (паспортом), конкретного человека к числу граждан какого-либо государства; 2. юридический статус гражданина, определяемый законодательством.

Гранд-тур (Grand tour), исторический термин, обозначавший название образовательных путешествий, которые совершали молодые дворяне в Новое время. Этот термин происходит от фр. *Grand tour*, «большое путешествие» – обязательные поездки, которые в XVIII-XIX вв. совершали в образовательных целях сыновья европейских аристократов (а позднее – отпрыски богатых буржуазных семей). Маршрут этих путешествий, особенно популярных в Англии XVIII в. и длившихся иногда по нескольку лет, обычно пролегал через Францию, Центральную Европу, Италию, изредка захватывал также Испанию и Палестину. Мужи зрелого возраста и дамы выезжали в Г.-т. в исключительных случаях, иногда сопровождая своих детей. Русские путешественники вместо южной Европы, если они не были большими ценителями муз, чаще всего ехали через Германию и Швейцарию в Париж и Лондон, а обратно, как правило, заезжали в Вену и Варшаву.

Грант (grant), безвозмездное выделение средств на определённых условиях организациям и физическим лицам на проведение мероприятий, научных или других исследований, опытно-конструкторских работ, обучение и другие цели, в том числе туристские, с последующим обязательным отчётом об их использовании. Г. может выделяться государственной организацией, частным фондом, коммерческой структурой

или физическим лицом. Средства Г., в отличие от займа, не возвращаются. Г. предоставляются по результатам грантовых программ или конкурсов, во время которых претендент должен пройти сложную процедуру подачи заявки на получение Г., и – в случае победы в конкурсе – получить средства в соответствии с устанавливаемыми правилами. Грантовые программы бывают открытыми (допускаются все организации) или закрытыми (допускаются определённые организации, отвечающие особым условиям грантодателя). Существует несколько видов Г.:
- целевая финансовая дотация, предоставляемая организациям и учёным на проведение научных изысканий, в том числе на осуществление исследований в сфере туризма;
- безвозмездная целевая субсидия для реализации заявленной программы или проекта, в том числе в сфере туризма;
- благотворительный взнос или целевое пожертвование, предоставленное физическими и юридическими лицами в денежной и натуральной формах;
- средства, техника и другие ресурсы, передаваемые грантодателем организации или частному лицу для выполнения работы или проведения мероприятия – например, туристской выставки.

Граница государственная (state frontier), линия, определяющая пределы государственной территории, устанавливаемая по специальному соглашению между соответствующими сопредельными государствами. Г.г. пересекают туристы, направляющиеся в другие страны.

Граница таможенная (customs border), линия, определяющая пределы территории, на которой действует единое таможенное законодательство и ведется единый статистический учет внешней торговли; граница территории, провоз товаров через которую требует заполнения таможенной декларации и уплаты таможенных пошлин. Г.т., как правило, совпадает с государственной границей. Через Г.т. багаж и предметы ручной клади туриста пропускаются по таможенным правилам, применяемым на государственной границе. При вывозе товаров сверх установленных норм с туриста взимается таможенная пошлина.

График размещения рекламы (schedule of advertising), элемент плана рекламной кампании, определяющий временные аспекты осуществления рекламных мероприятий (выпуска рекламных материалов и т.д.) и ориентированный на характер целевой аудитории, финансовые возможности рекламодателя, конъюнктуру туристского и рекламного рынка, сезонность и другие факторы.

Гревс Иван Михайлович (1860-1941), российский и советский историк, медиевист, специалист по истории Римской империи, педагог, краевед и общественный деятель. Теоретик и проводник экскурсионного метода в преподавании истории, профессор, доктор исторических наук, преподавал в Санкт-Петербургском – Петроградском – Ленинградском университете около 50 лет. В конце 1910-х – начале 1920-х гг. Г. стал одним из первых в Петрограде организатором историко-культурных походов и поездок в рамках деятельности различных кружков и курсов. Вокруг концепции путешественности Г. велись оживленные споры (один из них имел, например,

место на Петроградской экскурсионной конференции в марте 1923 г.) Его концепция оказала влияние на большинство наиболее крупных работ по методике и теории построения экскурсий того времени. В 1920-е гг. Г. – теоретик краеведческого движения, исследователь отечественного урбанизма, организатор и участник краеведческих съездов, автор и редактор специальных периодических изданий и монографических исследований. В качестве руководителя Гуманитарного отдела Петроградского научно-исследовательского Экскурсионного института (1921-1924) Г. развивал методику и систему экскурсий, просветительскую практику (публичные чтения, конференции, съезды, экспедиции и публикации). Итогом деятельности этого учреждения (прекратил работу в 1924 г.) явился сборник «Экскурсии в культуру», вышедший в 1925 г. под его редакцией. В 1920 гг. Г. активно занимается отечественным «родиноведением» – изучением городов. Библиография по краеведению России, собранная им в 1920-1930 гг., состояла из 467 названий. На основе многолетних исследований теоретического краеведения и практического экскурсоведения Г. разработал методическую «формулу путешествия», которая определила понятие «экскурсия». Совокупность приёмов образовательных путешествий, разработанная Г., может служить и в настоящее время руководством для проведения самостоятельных экскурсий (поездок для наглядного изучения объекта культуры, исторического события). Согласно Г., такая поездка состоит из трёх частей. Первая часть – до отъезда – связана с изучением информации о месте пребывания и маршруте путешествия. Второй этап – непосредственно экскурсия, которая может быть обзорной или специальной (этнографической, производственной, природоведческой и т.п.) Третья часть заключается в систематизации впечатлений и обработке полученных информационных материалов. В 1925 г. Г. был избран в члены Центрального бюро краеведения. Г. был убежден, что краеведение должно быть не только «региональными исследованиями» на местах, но и формой приобщения масс к науке и культуре, своеобразным «культурным строительством». В работе «Город как предмет школьного краеведения» им были сформулированы предмет, задачи и методы школьного краеведения. Обобщающие положения экскурсоведческой концепции Г. дошли до нас в опубликованной статье «Краеведение и экскурсионное дело». Ученый подчеркивал близость этих понятий и призывал к обязательному сотрудничеству.

Соч.: Школьные экскурсии, их значение и организация. СПб, 1910; К теории и практике экскурсий как орудия научного изучения истории в университетах. СПб., 1910.

Лит.: Каганович Б.С. Гревс И.М. — историк средневековой городской культуры // Городская культура. Средневековье и начало нового времени. Л., 1986; Степанов Б.Е. Знание о прошлом в теории экскурсии И.М. Гревса и Н.П. Анциферова // Феномен прошлого. М., 2005. С. 419-475; Прокопенко С.Н., Рябцева М.Л. И.М. Гревс и его «малая родина» // Российская империя в исторической ретроспективе. Белгород – Чернигов, 2010. С. 104-107. Вешнинский Ю.Г. Развитие градоведческой традиции И.М. Гревса в отечественной науке. Дополненный доклад на научно-практическом семинаре в ИАИ РГГУ «У истоков отечественного краеведения, городоведения, экскурсоведения» // «Муниципальная власть». 2011. № 5. С. 99-103.

Григорианский календарь (Gregorian calendar). См. *Календарь церковный*.

Григорьев Анатолий Васильевич (1931-2015), русский путешественник, фотограф, фотохудожник-пейзажист. В 1950 г. Г. был одним из организаторов Свердловского городского туристского клуба. В Перми он продолжил активные занятия спортивным туризмом и внёс заметный вклад в становление и развитие туризма в Пермском крае. В 1955 г. стал одним из организаторов Пермского городского туристского клуба «Компас». В 1959 г. первым в г. Перми получил звание «Мастер спорта СССР» по туризму. Долгие годы был членом маршрутно-квалификационных комиссий (МКК) разного уровня. В 1999 г. удостоен звания (вторым человеком с момента учреждения) Заслуженный путешественник России. В конце 60-х гг. XX в. увлёкся путешествиями под парусом. Для своих путешествий использовал спортивную крейсерскую яхту класса «Фолькбот», именовавшуюся «Урал». Имел высшую квалификацию как яхтсмен — яхтенный капитан. В 1973 г. получил звание мастера спорта СССР по парусному спорту. Член Союз фотохудожников России с 1991 г., участник многочисленных фотовыставок, в том числе персональных.

Гриль (grill). 1. Жарочный шкаф, открытая жаровня, служащие для приготовления пищи на специальной металлической решетке и/или вращающемся вертеле. Г. используется во время туристских походов, а также экскурсионных поездок 2. Способ приготовления пищи: мяса, птицы, рыбы, овощей и т.д., которые предлагаются посетителям ресторанов, в том числе туристам.

Груз (freight, cargo), товары, предметы, вещи, принимаемые транспортным предприятием для перевозки. В туризме грузовые перевозки используются, например, при отправке оборудования для средств размещения, продуктов для предприятий питания, рекламных материалов на выставки, презентации, конференции и др.

Грузовик (vehicle), автомобиль, предназначенный для перевозки грузов. Гостиницы, предприятия питания и некоторые другие туристские предприятия имеют в своём хозяйстве или нанимают грузовой транспорт для перевозки товаров и оборудования.

Грум-сервис (groom service), служба посыльных в высокоразрядных гостиницах, которая оказывает клиентам мелкие услуги, выполняет их поручения. Обычно служащие Г.-с. набираются из подростков или студентов, работа которых часто вознаграждается за счёт получаемых от клиентов чаевых.

Группа дополнительная (group additional). 1. Туристская группа, сформированная сверх плана туристской фирмы, что возможно только при наличии дополнительных билетов на транспортное средство и свободных мест в средстве размещения. Участникам Г.д. могут предоставляться услуги более низкого качества и могут быть внесены изменения в программу. 2. В самодеятельном и спортивно-оздоровительном туризме Г.д. формируется при определённых условиях (наличие дополнительных инструкторов и т.д.) сверх заявленного количества групп, идущих по определённому маршруту.

Группа закрытая (closed group), туристская группа, участники кото-

рой принадлежат к одной организации. Места в такой группе не поступают в свободную продажу, а распределяются среди членов или работников организации, заказавшей данное путешествие. См. *Корпоративный отдых*.

Группа паломников. См. *Паломническая группа*.

Группа с однородным составом (affinity group), туристы, которых объединяет общность профессиональных или любительских интересов, общая религия. Основная цель создания такой группы состоит в организации путешествия по программе, которая была бы одинаково интересна для всех её участников и удовлетворяла бы их профессиональную или общественную любознательность.

Группа специализированная (special interest group), туристская группа, маршрут и программа которой имеет определённую тематическую направленность. Путешествия Г.с. могут иметь следующие тематические направления: гастрономическое, сельскохозяйственное, фольклорное, оздоровительное, военно-историческое, археологическое, литературное, архитектурное и т.д.

Группа туристская (tourist group). См. *Туристская группа. Группа туристов*.

Группа туристов (tourist group), группа лиц, путешествующих вместе с туристскими целями, прибывающих и убывающих в одно и то же время, на одинаковых условиях размещения в гостинице, переезда, питания, т.е. получающих одинаковый стандартный пакет (набор) услуг по единой цене. Минимальный состав Г.т. 7-10 чел., максимальный – до 50 чел. Численный состав группы часто зависит от вместительности транспортных средств и гостиницы.

Группа экскурсионная (group tour), временное сообщество людей, в том числе туристов, собравшихся вместе, чтобы принять участие в экскурсии с целью получения новых знаний и впечатлений. Стоимость экскурсионной услуги для всех участников Г.э., как правило, одинаковая. В зависимости от сложности темы, условий проведения и возраста участников Г.э., её состав может колебаться от 7-10 чел. до 50 чел.

Групповая цена (group price). См. *Групповой тариф*.

Групповое путешествие (group travel). 1. Совместная поездка нескольких туристов, знакомых друг с другом, по единому маршруту, на одинаковых для всех условиях и по единой цене. 2. Объединение путешественников, не знакомых друг с другом, в одну группу обусловливается общностью интересов и целей поездки, а также сравнительно более низкими ценами на туры по сравнению с индивидуальными путешествиями в связи с предоставлением групповых скидок. По международным нормам групповым путешествием считается совместная поездка в группе от 7-10 чел. и до 50 чел. См. *Группа туристов*.

Групповой билет (party ticket, collective ticket), транспортный документ на совместный проезд одной группы туристов по единому для всех участников тарифу и маршруту. Г.б. используется с целью упрощения и удешевления процедуры оформления проездных документов. Г.б. выписывается по групповому

тарифу на имя руководителя группы с указанием численности её членов. Этот билет не даёт права участникам поездки на отделение от группы и продолжение путешествия самостоятельно. См. *Тариф групповой. Тариф льготный.*

Групповой паспорт (group passport), устаревший термин, действовавший в советский период при обмене туристскими группами между социалистическими государствами.

Групповой тариф (group rate). См. *Тариф групповой.*

Групповой туризм (group tourism), направление в организации туризма, форма осуществления туристской поездки, когда путешествия совершают группы людей (в том числе и семьи) по индивидуальному плану или по стандартной программе туристской фирмы, включающей конкретный маршрут, объекты посещения, продолжительность остановок, места питания, условий ночлега и т.д. См. *Семейный туризм. Группа туристов. Групповое путешествие.*

Грязелечебница (mud baths), медицинское учреждение для проведения процедур с применением лечебных грязей. В состав Г. входят: вестибюль с регистратурой и гардеробом, кабинет врача, зал ожидания, процедурный зал с раздевалками и грязевыми кабинами, помещения для гинекологических, электрогрязевых и других процедур, комната отдыха, административно-хозяйственные и производственные помещения. В устройстве Г. различают два основных типа: с нагревом грязи искусственным путём, водой или паром; с нагревом грязи естественным способом – солнцем. Г. являются важной составной частью в оздоровительном и медицинском туризме. См. *Оздоровительный туризм. Медицинский туризм.*

Грязелечение (mud therapy) или пелоидотерапия (от лат. pelos – ил, глина; therapia – лечение), метод лечения с использованием лечебных грязей (пелоидов) на грязевых курортах; метод профилактики заболеваний организма с использованием пелоидов, т.е. лечебных грязей различного происхождения, на курортах и в некурортных условиях. Г. является одним из наиболее древних методов лечения с использованием природных факторов. Лечебные грязи при многих заболеваниях применяли в Древнем Египте, Древнем Риме, Древней Индии. Одним из самых древних можно считать лечение грязями в Крыму, о чём свидетельствуют записи Плиния Старшего. Лечебными грязями озера Чокрак, расположенного на севере Керченского полуострова, лечились раненые воины Александра Македонского, а крымские ханы использовали чокракские грязи не только для лечения, но и для умножения мужской силы перед посещением своих знаменитых гаремов. О «египетском» способе лечения иловой грязью Нила писал Клавдий Гален во II в. до н.э. В Италии в древние времена заметили быстрое заживление ран на ногах лошадей, проходивших через грязи вдоль минеральных ручьев. С тех пор грязи, настоянные на минеральной воде, получили название фанго – Fango termale. Лечебные грязи или пелоиды (термин предложен Комитетом Международного общества гидрологии) – это природные коллоидальные органоминеральные образования (иловые, торфяные, сопочные), обладающие высокой пластичностью, теплоёмкостью и медленной теплоотдачей, содержащие биологически активные вещества (соли,

газы, витамины, ферменты, гормоны и т.д.) и живые микроорганизмы. По своему происхождению, определяющему особенности их состава и лечебные свойства, лечебные грязи делятся на шесть типов: торфяные грязи, сапропели, сульфидные иловые грязи, глинистые илы, сопочные и гидротермальные грязи. Г. является в настоящее время целью поездок туристов для лечения и оздоровления. См. *Грязелечебница*.

Гувернантка (governess), специалист, занимающийся развитием и воспитанием ребёнка. Г. нанимают в гостиницах высокого класса для детей, родители которых заняты бизнесом и т.д. Г. отличается от няни, в задачу которой входит только присмотр и уход за ребёнком, обеспечение его безопасности. См. *Няня*.

Гувернёр (tutor). См. *Гувернантка*.

Гулянья (festivities), народные праздники, распространённая и традиционная форма массового действия под открытым небом у славянских и некоторых других европейских народов. Г. сопровождались играми, хороводами, песнями, плясками, катанием на санях и повозках, ряжением (переодеванием), игрой на гармошках, сопелках и дуделках, зажиганием костров. Г. были характерны в Древней Руси и сопровождали церковные праздники (Рождество, Масленица, Светлая и Радоницкая недели и др.). Весенние гулянья начинались обычно с Пасхи и продолжались до Петрова дня, с перерывом на Петровский пост. Гулянья проводились и во время светских событий: коронации царей, победы в войне, открытия ярмарок и др. В настоящее время Г. организуются как народные праздники в России и других странах. Современные Г. представляют собой организованные массовые скопления отдыхающих людей, в том числе туристов, которых массовики-затейники на открытом воздухе развлекают концертными и шоу-программами, а также угощениями. См. *Событийный туризм*.

Гурман (gourmand), любитель и знаток тонких, изысканных блюд, лакомка. Некоторые туристские фирмы организуют специальные поездки для гурманов, где главной целью путешествия является знакомство туристов с наиболее вкусной пищей в посещаемой ими стране. См. *Гастрономический туризм*.

Гурман-тур (gourmet tour). См. *Гастрономический туризм*.

Д

Дабл (double). См. *Размещение*.

Дайвинг (diving). См. *Подводное плавание*.

Дачный дом (country house), место проживания и размещения собственников этой недвижимости и их гостей. Д.д. представляет собой, как правило, второе жильё, которое посещается членами семьи домовладельца с целью отдыха, проведения отпуска и других видов досуга. Владельцы Д.д., расположенных в курортных зонах, в летний сезон часто сдают внаём приезжим туристам часть своей собственности или полностью все помещения и участок. В этом случае Д.д. становится средством размещения туристов, и его наём должен оформляться согласно законодательству. Д.д. иногда называют «загородный дом».

Дацаны (datsan), буддийские монастыри и образовательные учреждения, архитектура которых отражает культурные и религиозные традиции народов и стран, на территории которых они располагаются. В Д. расположены дуганы, посвящённые определённым божествам, а также ступы-субурганы, связанные со значительными событиями в жизни Д. или историческими событиями. В каждом Д. построены красиво оформленные главные ворота, которые открываются по праздникам и в торжественных случаях. В крупных Д. обычно располагаются три факультета — общий (философский), медицинский и тантрический, в небольших дацанах – только общий факультет. Д. на праздники массово посещают буддийские паломники и туристы.

Две звезды (two stars). См. *Категория гостиничная «две звезды»*.

Двухэтажный номер (duplex), гостиничный номер, расположенный на двух этажах, а также гостевой дом или коттедж на две квартиры с индивидуальными входами.

Дворецкий (butler), старший слуга, должностное лицо в высокоразрядных гостиницах, в обязанности которого входит оказание приезжающим или уезжающим туристам и другим гостям знаков особого внимания: приветствовать или пожелать счастливого пути, пригласить швейцаров для переноса багажа, проводить к администратору, уточнить информацию и т.д.

Дебитор (debitor), должник, физическое или юридическое лицо, не уплатившее в установленный срок деньги, причитающиеся по сделке другой стороне. По условиям сделки, к дебиторам обычно применяются штрафные санкции — пеня, обязывающая дебиторов уплатить дополнительно определенный процент от суммы задолженности за каждый просроченный день уплаты долга.

Девальвация (devaluation), снижение официального курса национальной валюты по отношению к иностранным валютам. Д. выгодна для зарубежных туристских компаний, направляющих туристов в государство, объявившее о девальвации своей валюты. Решение о проведении Д. принимает государство.

Дегустация (tasting), специальный термин, который используют в кулинарии для обозначения действия,

направленного на внимательное оценивание вкусовых и ароматических характеристик того или иного продукта питания, в том числе и напитков. Д. используют не только для получения данных о потребительских характеристиках продуктов, процесс можно считать способом получения знаний об ощущениях и системе вкусов людей. Д. – тщательно спланированное мероприятие, которое подчинено определенным правилам. В зависимости от вида дегустации, в процессе её проведения используют те или иные продукты и напитки. Выделяют такие виды Д., как:
- дегустация вина и других спиртных напитков – например, пива, коньяка, виски и т.д.;
- дегустация продуктов питания; самым распространенным подвидом данного процесса можно считать дегустацию сыров, мясных и колбасных изделий, а также кондитерских блюд;
- дегустация безалкогольных напитков.
В настоящее время многие производители продуктов питания используют Д. как действенное рекламное средство. Поэтому на Д. в разных странах мира приглашают не только специалистов, но и туристов. Во время проведения Д. устраиваются праздники, на которых участники, в том числе туристы, могут абсолютно бесплатно попробовать новые продукты, а также высказать своё мнение о них производителю.

Дежурный портье (porter on duty). См. *Портье*.

Дежурный по этажу (floor monitor), должностное лицо в гостинице, отвечающее за организацию и контроль за уборкой номеров, коридоров и общественных мест на одном этаже. Д.э. может совмещать свои функции и участвовать в уборке этажа. Д.э. может быть ответственным за два и более этажей в небольших гостиницах.

Дезинфекция (disinfection), система знаний и совокупность мероприятий по полному или селективному уничтожению патогенных и условно-патогенных микроорганизмов, спор и выделяемых токсинов. Название Д. происходит от сочетания отрицающей частицы «дез» (фр. Dés) и слова «инфекция» (лат. Infectio). Также в разговорной речи употребляется в значении «средство, метод для уничтожения вредной микрофлоры». Система Д. является частью общего противоэпидемиологического комплекса, направленного на снижение уровня заболевания среди населения. Существуют три основных вида Д.: профилактическая, заключительная и текущая. Используются данные виды обеззараживания в различных условиях – жилых домах, лечебных и образовательных учреждениях, коллективных средствах размещения, учреждениях торговли и питания, транспортных и туристских комплексах. Профилактическое обеззараживание проводят ежедневно, регулярно, используя специальные средства дезинфекции. После каждой процедуры заполняется специализированная документация, в которой фиксируется время, место проведения и используемое химическое вещество.

Дезинфицирующие, чистящие и моющие средства (disinfectant, cleaning products and detergents), предназначены для дезинфекции, дезинсекции, дератизации, чистки и уборки помещений гостиниц, предприятий питания и транспортных средств, рекомендованные санитарными правилами и нормами. В гости-

ницах применяются сотрудниками поэтажно-хозяйственной службой для уборки номерного фонда и других помещений; подразделениями комбината питания – для мытья посуды.

Декларация таможенная (custom declaration form), документ в виде письменного заявления по установленной форме, предоставляемый туристами таможенным органам при пересечении государственной границы, о провозимых с собой или отдельным грузом вещах или товарах. Туристы, проходящие таможенный контроль, заполняют Д.т. лично. Если туристы не везут с собой багаж, который надо декларировать, они не заполняют Д.т. и не проходят таможенный контроль.

Деловой туризм (business tourism), вид туризма, главной целью которого являются поездки по делам бизнеса представителей самых разных профессий. Д.т. представляют собой деятельность во время путешествия самостоятельно занятых или наёмных работников, если они не имеют отношений трудового найма, прямых или косвенных, с производителем-резидентом в стране, которую посетили. Например, деятельность инвесторов, журналистов, бизнесменов, учёных, участников профессиональных выставок и т.д. Д.т. является одним из древнейших видов путешествий, особенно связанных с дипломатией и торговлей, которая расцветала на маршрутах Великого шёлкового пути, Великого чайного пути и др. В настоящее время Д.т. является частью индустрии туризма, обеспечивающий организацию и управление командировками сотрудников различных фирм и организаций. К целям совершения бизнес-поездок относятся:

- проведение встреч и переговоров с партнёрами;
- установление и налаживание деловых контактов, привлечение новых клиентов, инвесторов, поставщиков и т.д.;
- посещение профессиональных мероприятий (конгрессов, конференций, форумов, выставок, семинаров и т.д.);
- проведение совещаний и встреч с руководством и коллегами, представителями филиалов и дочерних структур компании, инспекция работы представительств и филиалов;
- обучение, участие в тренингах и программах по обмену опытом (например, международный обмен преподавателями, научными сотрудниками и т.д.);
- инсентив-туры (т.е. поощрительные или мотивационные поездки, устраиваемые компанией для сотрудников или партнёров);
- получение сертификатов, лицензий, разрешений и т.п. в госструктурах других стран;
- несение государственной службы (военными, дипломатами);
- неправительственная деятельность и международные благотворительные мероприятия;
- научно-исследовательская деятельность, участие в экспедициях и других научных мероприятиях.

Д.т. представляют две международные ассоциации: Ассоциация корпоративных управляющих деловыми поездками (Association of Corporate Travel Executives, ACTE) и Международная ассоциация делового туризма (Global Business Travel Association, GBTA). В России существует Ассоциация бизнес-туризма (АБТ) – крупнейшая международная организация в сфере делового туризма на территории России и СНГ.

Деловой турист (business tourist), это путешественник, посетитель, основная цель туристской поездки которого соответствует категории «деловые и профессиональные цели». См. *Деловой туризм*.

Деловые и профессиональные цели туристской поездки (business and professional purpose of the tourist trip). См. *Цели туристской поездки*.

Дельфинарий (dolphinarium), специальный большой бассейн для демонстрации зрителям дрессированных дельфинов, а также представлений с их участием. Д. пользуются большим интересом у туристов, особенно на курортах. В Д. иногда организуют представления с другими морскими животными: касатками, котиками и т.д. Посещения Д. носят развлекательный и познавательный характера. Также Д. посещают с оздоровительными и медицинскими целями, существует отдельное медицинское направление – дельфинотерапия.

Демонологический туризм (demonological tourism), направление приключенческого и экстремального туризма, представляющее собой путешествия с целью посетить места в различных странах, связанные с демонологией. Понимая под демонологией совокупность мифических и религиозных представлений и убеждений, которые опираются на веру в существование злых духов (демонов), многие народы мира создали объекты культурного и религиозного наследия, связанные с этими поверьями. В эти места совершают путешествия туристы, участники Д.т. Например, туристские поездки за привидениями в шотландских замках, посещение владений князя Владислава Дракулы в Румынии, путешествие по местам, где, согласно легендам, живут злые духи кельтской, скандинавской или славянской мифологии.

Демонстрация (demonstration, presentation), представляет собой публичный показ, рассчитанный на групповое восприятие какого-либо предмета или явления как действия определенного лица, представляющего объект для обозрения группой людей (экскурсантов, туристов, студентов, учеников).

Демпинг (dumping), вид недобросовестной конкуренции, реализация туристских услуг и товаров по заведомо заниженным ценам, с целью вытеснения конкурентов с рынка, в том числе туристского. Основанием для обвинения в Д. служит факт продажи услуги или товара по ценам ниже их себестоимости.

Дендрологические парки (dendrological parks), слово «дендрарий» происходит от греч. dendron – дерево. Латинское название – «арборетум». Д.п. представляет собой зону или территорию дендрария, которая предназначена для общественного отдыха. Д.п. отведены под культивацию в открытом грунте древесных растений, которые размещены по тем или иным признакам – например, по декоративным, географическим и др. Чаще всего дендрарии относятся к ботаническим садам, но могут быть и самостоятельными единицами. См. *Ботанический сад*.

Деньги (money), специфический продукт, который является универсальным эквивалентом стоимости других товаров и услуг, а также средством расчёта за товары и услуги. Русское слово «Д.» происходит от тюркского слова «тенге» – серебряные и медные монеты, использовавшиеся на Древнем Востоке. Исходя

из природы материала, выделяют два основных вида Д.: натуральные и символические. Натуральные Д. – их роль выполняет товар, обладающий самостоятельной стоимостью и полезностью. Они могут иметь ценность и тогда, когда они не используются в качестве денег. Включают все виды товаров, которые выступали эквивалентами на начальных этапах развития товарного обращения (скот, зерно, меха, ракушки и т.п.), а также металлические деньги – медные, бронзовые, серебряные, золотые полновесные монеты. Символические Д. не имеют самостоятельной стоимости или она несоразмерна с номиналом. Обычно это кредитные деньги. К таким деньгам относят: банкноты; монеты из дешевых сплавов – например, на основе алюминия (билонные монеты); электронные деньги, в том числе в виде записей на банковских счетах; чеки; векселя; облигации; другие ценные бумаги. Д. как средство оплаты услуг широко используются в туристской сфере.

День заезда (arrival day), дата прибытия туриста в средство размещения, аэропорт.

День отъезда (departure day), дата выезда туриста из гостиницы, аэропорта.

Депозит (deposit), определённая сумма денег или ценных бумаг, передаваемая организатором туристского путешествия поставщику туристских услуг – гостинице, транспортной компании, предприятию питания, музею в качестве гарантии оплаты заказанных услуг. Также Д. применяют турфирмы, получая его от туриста с целью осуществления предварительного бронирования тура. После подтверждения бронирования Д. учитывается в стоимости тура. При отсутствии подтверждения бронирования Д. возвращается туристу.

Дератизация (deratization), комплексные меры по уничтожению грызунов (крыс, мышей и др.) Слово «Д» происходит от фр. deratisation, что означает дословно «уничтожение крыс». Д. обязательно проводится в средствах размещения, транспорта и на предприятиях общественного питания.

Деревенский туризм (rural tourism). См. *Сельский туризм*.

Деревня туристская (village tourism, holiday village), посёлок, состоящий из однотипных или особой архитектуры легких летних и капитальных домов, коттеджей, зданий гостиничного типа, предназначенных для размещения туристов в местах с живописной природной средой и этно-культурными особенностями. Для проживания в Д.т. чаще всего характерно самообслуживание (уборка помещения, приготовление пищи и т.д.) Однако могут быть предоставлены услуги, аналогичные гостиничным. В Д.т. могут быть организованы ресторан, кафе, бар, а также танцевальные и игровые площадки, спортивные зоны, тренажёрные залы. В Д.т., как правило, создаются охраняемые автомобильные стоянки. Часто в Д.т. предоставляют услуги верховой езды и спортивный инвентарь (велосипеды, лыжи и т.д.).

Десертное вино (dessert wine), креплёные вина с содержанием спирта 12-17% и сахара 16-20%. Д.в. получили своё название, потому что их принято подавать к десерту, т.е. они хорошо сочетаются с мороженым, пирожными, тортами, сладкими пирогами и фруктами. Д.в. бывают: сладкими, полусладкими, ликёрными. См. *Вина виноградные*.

Десинхроноз (desynchronosis). См. *Синдром смены часового пояса.*

Дестинация (destination), в туризме – место туристского назначения, географическая цель путешествия. Принятый и широко используемый в мировой туристской практике термин, означающий «место назначения туристского потока». Д. может представлять собой континент, регион, государство, область, район, город, село, конкретную местность и т.д.; место временного пребывания туриста. Д. – географическая территория, обладающая определённой привлекательностью для туристов. В данном определении на первый план выходит привлекательность, которая может быть разной для различных групп туристов. Для того, чтобы место (территория) могло называться Д., оно должно отвечать следующим основным требованиям:
- наличие туристкой инфраструктуры и определённого набора услуг, необходимых для принятия туристов (причём, это должен быть именно тот набор услуг и обязательно такого качества, которые турист ожидает, приобретая предлагаемый ему туристский продукт);
- наличие определённого набора достопримечательностей и объектов туристского интереса, которые могли бы заинтересовать туристов (именно в привлекательности – основа конкуренции между Д.);
- наличие информационных систем, которые являются необходимым инструментом деятельности дестинации на туристском рынке.

Детская железная дорога (children's railway). 1. Учреждения дополнительного образования детей, в которых они изучают железнодорожные специальности. Основной частью Д.ж.д. является узкоколейная железнодорожная линия, на которой проходят практические занятия юных железнодорожников. 2. Д.ж.д. также представляют собой привлекательный для детей вид путешествий, связанный с поездками на небольшие расстояния и по определённому маршруту. См. *Детско-юношеский туризм.*

Детско-юношеский туризм (children and youth tourism), вид туризма, ориентированный специально на детей, юношей и девушек в возрасте от 8 до 18 лет, носит, как правило, групповой характер. Д.-ю.т. организуется в форме отдыха и общественно-полезной деятельности, характерными структурными компонентами которого являются поход, путешествие, экскурсия. Д.-ю.т. является эффективным средством воспитания, обучения, оздоровления, профессиональной ориентации, социальной адаптации учащихся. Развитие Д.-ю.т. как вида спорта и отдыха, как важнейшего социально-значимого движения, развитие его в молодёжной и юношеской среде как элемента физического, духовного и патриотического воспитания участники туристского движения считают возможным противовесом антиобщественным явлениям – наркомании, алкоголизму, детской и молодёжной преступности. Туристские походы по форме их организации, целям и задачам подразделяются на спортивные, тренировочные и на туристские экспедиции. Д.-ю.т. в России поддерживается государством, которое финансирует центры детско-юношеского туризма, станции юных туристов, секции спортивного туризма при детско-юношеских спортивных школах. Для проведения туристских мероприятий в регионах России общественным туристским движением и учреждениями образования существует государственно-обще-

ственная система подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для Д.-ю.т. и спортивного туризма. См. *Спортивный туризм. Краеведение.*

Деятельность туристская (tourist activity). См. *Туристская деятельность.*

Джакузи (jacuzzi), специальная ванна с подводным массажем, оказывающая оздоровительное влияние на организм человека. К Д. могут быть подключены компьютерные программы, регулирующие режим работы. Д. устанавливаются в высококлассных гостиничных номерах, а также используются в *СПА* и *велнесс* как дополнительная услуга.

Джиппинг (jeeping), подвид автомобильного и экстремального туризма, представляющий собой путешествия на автомобилях-внедорожниках с целью преодоления лесных, горных, речных и других сложных маршрутов. Д. – это не только преодоление препятствий, но и поездки для знакомства с природными достопримечательностями, участия в охоте и фотоохоте, рыбалке и т.д. Поездки на джипах, как правило, осуществляются колоннами из десятков внедорожников. Обычно в такую поездку туристы и проводники отправляются на несколько дней, поэтому обязательно берут с собой запасы питания, топлива, снаряжение и палатки, т.к. ночлег устраивают обычно под открытым небом.

Диапазон цен (price range). См. *Ценовой диапазон.*

Диван (sofa), мягкое мебельное изделие со спинкой для сидения нескольких человек. Может входить в набор мебели для отдыха в комплекте с другими изделиями – например, с креслами, подставками для ног (пуфиками), журнальным столом и др. Д. входит в обстановку гостиничного номера повышенной комфортности, имеющего две и более комнаты. Во многих средствах размещения Д. расставляются в вестибюлях, фойе и переговорных комнатах. В некоторых гостиницах Д. используются как дополнительное спальное место в номерах.

Диверсификация (diversification), разнообразное, разностороннее развитие деятельности туристских предприятий с целью повышения эффективности и уменьшения предпринимательского риска. Различают несколько видов Д. деятельности отдельных туристских предприятий, в том числе путём расширения предложения на рынке ассортимента товаров и услуг с целью получения более высокого дохода.

Диснейленд (Disneyland), тематический парк развлечений для детей и взрослых. Первый Д. открылся в городе Анахайме, штат Калифорния (США), 17 июля 1955 г., став воплощением идеи мультипликатора Уолта Диснея о парке, в котором был бы воссоздан мир мультфильмов и сказок. Компанией «Уолт Дисней» была создала специальная фирма по управлению и развитию Д. В 1990 гг. Д. стал курортом, в его состав вошли: новый тематический Диснеевский парк калифорнийских приключений; торговый, ресторанный и развлекательный комплексы, городок Диснея; перестроенный отель Диснейленда; Калифорнийский гранд отель и *СПА* Диснея. В настоящее время Д. открыты и в других штатах США – например, во Флориде, а также в других городах мира: Париже, Гонконге, Токио. См. *Тематические парки.*

Дифференцированный туризм (differentiated tourism), подвид массового туризма, который учитывает разнообразные потребности и мотивации туристов, множественность узкоспециализированных сегментов в туристском спросе, предлагает широкий спектр услуг и имеет ярко выраженную специализацию туристского предложения. Для Д.т. характерен не столько широкий, сколько глубокий ассортимент туристских услуг. Д.т. возник в 80-х гг. XX в. в условиях повышения платёжеспособности населения экономически развитых стран мира. Именно в этот период произошёл переход от массового конвейерного туризма к массовому Д.т.

Длинные выходные (long weekend), свободные от работы дни, продолжающиеся с четверга или пятницы до понедельника, используемые туристами для длительных путешествий.

Добровольная сертификация в туризме (voluntary certification in tourism), проведение сертификации (проверки) качества предоставляемых услуг в туристском предприятии по инициативе юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на основе договора между заявителем и официальным аккредитованным органом по сертификации. См. *Сертификация*.

Договор на туристскую поездку (tourist agreement), соглашение, в котором турист обязуется оплатить набор услуг, предоставляемых организатором туристской поездки, а последний, в свою очередь, обязуется их обеспечить в полном объёме. Д.т.п. заключается в письменной форме и содержит существенные условия, в т.ч. достоверную информацию о предстоящих условиях путешествия, его розничную цену и порядок оплаты, определяет взаимные права и обязанности сторон при организации и проведении поездки. Д.т.п., заключаемый на территории России, составляется на основании законодательства Российской Федерации. Д.т.п. заключается, как правило, в форме договора-поручения, где турист выступает доверителем, а турфирма – поверенным, или в форме договора купли-продажи, когда турист является покупателем или заказчиком, а турфирма – продавцом или исполнителем. Обе эти формы договора регламентируются соответствующими статьями Гражданского кодекса РФ.

Договор страхования. См. *Страхование в туризме*.

Договор франчайзинга. См. *Франчайзинг*.

Документы для провоза детей (documents for transportation of children), необходимы для поездок внутри России и за границей с различными целями, в том числе и туристскими. Несовершеннолетние дети могут путешествовать внутри России только с оригиналом свидетельства о рождении или заграничным паспортом. Если дети не являются гражданами России, их свидетельства о рождении относятся к категории иностранных паспортов. Несовершеннолетний гражданин РФ может выезжать за пределы России с одним из родителей по собственному загранпаспорту или будучи вписанным в загранпаспорт родителя. В Украину, Казахстан, Таджикистан, Киргизию (с этими странами заключены межправительственные соглашения о безвизовых поездках) дети младше 14 лет могут въезжать по свидетельству о рождении. Начиная с 14 лет

дети могут выезжать по паспорту гражданина РФ. Если ребёнок (гражданин РФ) выезжает с одним из родителей за пределы России, согласие второго родителя не требуется (кроме случаев, когда в пограничные органы от второго родителя поступило заявление о несогласии на выезд ребенка). Если несовершеннолетний гражданин РФ выезжает из России без родителей, усыновителей, опекунов или попечителей, он должен иметь при себе кроме паспорта (если иное не предусмотрено международным договором) нотариально оформленное согласие на выезд от родителей, опекунов или попечителей, с указанием сроков путешествия и стран, в которые он направляется. См. *Детско-юношеский туризм.*

Документы туриста (tourist's documents), документы, удостоверяющие личность туриста (паспорт), право на проезд (билет), право на получение страхового возмещения (страховой полис), договор с организатором туристской поездки (ваучер). См. *Турпакет.*

Доля туризма в ВВП (share of tourism in GDP), макроэкономический показатель, отражающий место и роль туризма в национальной экономике государства, т.е. в общем объёме итоговой стоимости произведенных товаров и услуг. Среднемировое значение Д.т. в ВВП составляет ок. 10%. В Российской Федерации по итогам 2016 г. Д.т. в ВВП составила, по официальной оценке, 3,4%. Существует страны, в которых Д.т. в ВВП превышает 50%.

Дом отдыха (holiday house), оздоровительное учреждение и неформальная классификация средства размещения с регламентированным режимом проживания, предназначенное для организованного отдыха лиц, в том числе туристов, не нуждающихся в специальном медицинском уходе, врачебном наблюдении и лечении. Д.о. были широко распространены в СССР. Д.о. были общего типа (для взрослых) и специализированными – для родителей с детьми. Наиболее распространены были Д.о. с 12-дневным и 24-дневным пребыванием, однодневные и двухдневные (для отдыха в выходные дни). По времени функционирования Д.о. могли быть круглогодичными или сезонными. Режим в Д.о. обеспечивал определённый ритм дня, предполагал возможно более длительное пребывание отдыхающих на свежем воздухе (прогулки, экскурсии, занятия физкультурой и спортом, катание на лодках, в зимнее время – на лыжах и коньках и другие). В настоящее время количество Д.о. резко сократилось, многие перепрофилированы и представляют собой загородные гостиницы различного уровня. См. *Пансионат.*

Дом охотника (hunter's house), неформальная классификация специализированного средства размещения, которое объединяет функции гостиницы и охотничьей базы. В номерах или специально оборудованных помещениях Д.о. предусмотрены места для хранения оружия и боеприпасов. В составе персонала Д.о. имеются егеря, ветеринары и собаководы. Как правило, в инфраструктуру Д.о. входят: гостиничные номера, ресторан или кафе, баня, конюшни, вольеры для собак, холодильники для хранения дичи и т.д. Д.о., как правило, находятся в непосредственной близости от охотничьих угодий.

Дом рыбака (fisherman's house), неформальная классификация специализированного средства разме-

щения, которое объединяет функции гостиницы и рыболовной базы. Как правило, в инфраструктуру Д.р. входят: гостиничные номера, ресторан или кафе, баня, лодочная станция, мастерская и/или прокат рыболовных снастей, коптильня, холодильники для хранения рыбы и т.д. Д.р., как правило, находятся в непосредственной близости от рек, озёр и других водоёмов. Д.р. часто выступают организаторами проведения рыболовных соревнований и праздников, которые пользуются популярностью у местного населения и туристов.

Дом туриста (tourist house), неформальная классификация средства размещения; это может быть гостиница (с аналогичным названием) в городе или сельской местности, приют для путешественников и туристов, загородная база отдыха и т.д.

Домохозяйство (household), хозяйствующий субъект (экономическая единица), состоящий из одного или нескольких человек. Д. является собственником имущества, земли, денежных средств, орудий труда, какого-либо фактора производства (капитал, рабочая сила). Средства, полученные от участия в производственных процессах, используются Д. для приобретения товаров и услуг, максимально удовлетворяющих его потребности. Главный признак Д. – полная или частичная общность бюджета его членов, их постоянное совместное проживание и питание. Д. – одна из основных единиц наблюдения при переписях населения, используемая в международной статистике.

Доплата (supplement, extra charge), денежная сумма, установленная для оплаты дополнительных услуг или услуг более высокого качества, которые могут быть предоставлены туристу сверх приобретённого им набора услуг – например, доплата за одноместный номер, за номер с лоджией или террасой и др.

Дополнительные услуги (additional services). См. *Услуги дополнительные*.

Дополнительные платные услуги (additional paid services), в средствах размещения: услуги, оказываемые клиенту во время проживания. Включают: стирку и химчистку личных вещей, мелкий ремонт одежды, услуги мини-бара, обслуживание в номерах (“room-service”, подача блюд и напитков в номер и т.д.) См. *Услуги дополнительные*.

Дорога (road), 1. выделенная и оборудованная полоса земли для передвижения людей и транспорта, составная часть транспортной инфраструктуры; 2. направление, путь сообщения и следования, маршрут. См. *Путь*.

Дорога канатная (cable way), сооружение для транспортировки в горном районе пассажиров и грузов, в котором перемещение подвесной кабины или кресла происходит по металлическому тросу, натянутому между опорами. Д.к. являются необходимым условием для организации и функционирования современных горнолыжных курортов. См. *Фуникулёр*.

Дорога специй (road of spices), сухопутная часть одного из древнейших торговых маршрутов на земле, связывавшего Индию, Острова Пряностей и Восточную Африку со странами Средиземноморья. Начинался от портов Аравийского и Красного морей, где товары перегружались на караваны, которые шли через Петру к побережью Средиземного моря.

Для облегчения торговли, царицей Хатшепсут, фараонами Сенусертом III и Нехо I, а также царём Дарием I предпринимались попытки прорыть Суэцкий канал. Во времена царя Соломона сухопутная часть Д.с. выходила к побережью Эйлатского залива в районе города Эцион-Гевер. По этому пути доставлялись не только специи с Островов Пряностей (корица, имбирь, перец и т.д.) и золото, серебро, драгоценные камни из Индии, но также ценные породы деревьев и слоновая кость из Восточной Африки, шёлк из Китая. В зависимости от военно-политической обстановки, отдельные участки Д.с., как и любого другого торгового маршрута, могли смещаться в сторону более безопасных районов. Так, например, во времена царя Ирода основным портом для торговли пряностями на этом маршруте на берегу Средиземного Моря была Кейсария, а во время Крестовых походов караваны из Петры, обходя район военных действий, шли южнее, выходя к Средиземному морю в районе Эль-Ариша, но никогда эта торговля не прерывалась. Мусульманское господство над маршрутом торговли специями вынудило европейцев искать обходные пути, что, в конечном итоге, способствовало возникновению эпохи *Великих географических открытий*.

Дорожная сумка (travelling bag), ручная сумка, используемая туристом для хранения в дороге предметов первой необходимости. Д.с. часто изготовляются по заказам туристских или транспортных компаний для своих клиентов в качестве сувенира. Д.с. имеют схожие стандартные размеры и формы во многих странах мира. Главной особенностью является изображение на сумке эмблемы или фирменного знака туристской или транспортной компании. В настоящее время среди молодёжи становится модным носить вместо Д.с. рюкзачки небольших размеров, которые девушкам и юношам, а также детям заменяют сумки.

Дорожный набор туриста (tourist's kit), необходимый минимум предметов, которые организатор поездки рекомендует взять с собой в туристское путешествие (предметы личной гигиены, туалетный набор, сменная легкая обувь, аптечка, фонарь, путеводитель, зонтик, мобильный телефон и др). В паломнических поездках этот набор может быть дополнен предметами, которые может благословить духовник богомольца. Православный паломник, например, может дополнительно взять с собой в дорогу икону, молитвослов, рубашку для погружения в святые источники, свечи и т.д.

Дорожный чек (traveler's check), банковское платёжное средство, которое может быть обменено туристом на наличные деньги в той валюте, в которой оно выписано, или на эквивалентную сумму в иностранной валюте в стране пребывания. С развитием электронных платежных систем, применяющих пластиковые карты, Д.ч. стали применяться в практике туризма очень редко.

Досмотр багажа (luggage search), осмотр с целью проверки работниками таможенной службы содержимого багажа пассажиров, пересекающих государственную границу, на предмет наличия в нём предметов, вещей, товаров, запрещенных к ввозу или вывозу через государственную границу, а также обложения каких-либо приобретённых товаров установленными таможенными пошлинами.

Доставка багажа (luggage delivery), перевозка багажа туристов при встрече или проводах между вокзалом, аэропортом, пристанью и гостиницей, которую обеспечивает организатор туристской поездки или гостиница, где будут проживать или проживали туристы. Обычно комплексное обслуживание (пакет услуг) включает доставку ручного багажа туристов.

Достопримечательные места (places of interest), территории и объекты, созданные человеком, или совместные творения человека и природы. К Д.м. относятся:
- центры исторических поселений или фрагменты градостроительной планировки и застройки;
- памятные места, культурные и природные ландшафты, связанные с историей формирования народов и иных этнических общностей, историческими событиями, жизнью выдающихся исторических личностей;
- места бытования народных художественных промыслов;
- поля битв и сражений, военно-исторические и фортификационные сооружения;
- мемориальные комплексы, места захоронений жертв массовых репрессий;
- объекты археологического наследия;
- святые и почитаемые места различных религий.

В границах территории достопримечательного места могут находиться: объекты культурного и природного наследия, памятники архитектуры и (или) их ансамбли, а также природные памятники. Д.м. пользуются большой популярностью у туристов во всех странах.

Достопримечательности (attractions), недвижимые и движимые объекты культурного и природного наследия: различные памятники архитектуры, культуры, истории, а также музеи, заповедники, памятники природы и другие объекты, привлекающие посетителей, в том числе туристов. Д. могут быть также совершенно новыми и современными, но пользоваться популярностью у туристов из-за их художественной ценности или оригинальности в исполнении. Д. обычно указываются в различных туристских каталогах, проспектах и других материалах, предназначенных для привлечения туристов.

Достояние культурное (cultural heritage), совокупность исторических и культурных объектов, материальных и духовных ценностей, которыми обладает конкретная территория, характеризующих этапы её развития и представляющих интерес для их познания населением и посетителями, в том числе туристами. См. *Культурное наследие*.

Доступный туризм (accessible tourism), комплекс туристских услуг, специально адаптированных для людей с ограниченными возможностями передвижения или с ограничениями органов чувств, для людей с интеллектуальными или психическими ограничениями, для тех, кто путешествует с маленькими детьми в колясках, для пожилых людей, а также для людей, которым сложно пользоваться туристскими услугами по другим медицинским причинам (диабет, аллергия и т.д.) См. *Безбарьерный туризм*.

Досуг (leisure), свободное время человека, в течение которого он не занимается оплачиваемым трудом, а также обязанностями повседневной жизни. Организация Д. является одной из важнейших составных частей туризма.

Дотация (subsidy), денежное пособие, которое выплачивается государством, иными заинтересованными субъектами юридическим или физическим лицам, с целью поддержки развития их деятельности. Д. активно используются в сфере туризма в развитых государствах, как правило, с целью расширения возможностей совершать путешествия малообеспеченным гражданам или гражданам с ограниченными возможностями.

Доход (income), экономический показатель деятельности предприятий в сфере туризма и смежных отраслях экономики, определяемый как разница между выручкой предприятия от оказания платных услуг физическим и юридическим лицам и прямыми расходами на осуществление туристской поездки, т.е. оплатой туристским предприятием услуг поставщиков туристских услуг (предприятий транспорта, размещения, питания, экскурсионных бюро). Получаемый туристскими предприятиями Д. позволяет им компенсировать условно постоянные и переменные расходы, а также получать прибыль от своей деятельности. См. *Экономика туристских предприятий.*

Душ (shower, douche), комплекс сантехнического оборудования, предназначенного для приёма человеком водных процедур в виде воздействия на тело струй воды или пара под различным давлением и при различной температуре. Известны специальные виды приёма Д., в том числе для гигиенических и медицинских целей. Душевая кабина, комната или ванная являются обязательными элементами оборудования всех видов средств размещения.

Душевая комната (shower room), помещение в номерах или на этаже в гостинице, имеющее душ с горячей и холодной водой для помывки туристов, проживающих в средстве размещения. См. *Душ.*

Е

Европейский план (european plan), гостиничный тариф, включающий в себя только стоимость размещения, без питания и других услуг.

Егерь (huntsman), профессиональный охотник и организатор охоты, специалист по охране и воспроизводству диких зверей в охотничьих хозяйствах и угодьях. Как правило, Е. сопровождает охотников-туристов во время охоты на различных животных.

Еда (food). См. *Питание туриста. Трапеза.*

Единое туристское пространство (single tourist space), цель и составная часть государственной туристской политики, представляющая собой систему мер по созданию общих стандартов и требований к туристскому, гостиничному и транспортному сервису на территории одного государства или нескольких стран. Е.т.п. складывается из единых требований к классификации гостиниц, транспортного обслуживания и общественного питания. Также Е.т.п. подразумевает создание единой системы туристской навигации и ориентирующей информации, организацию на общих принципах деятельности туристско-информационных центров, а также создание общей системы подготовки и переподготовки, аттестации и аккредитации экскурсоводов, гидов-переводчиков, инструкторов спортивного, молодёжного и детского туризма. В рамках Е.т.п., как правило, создаётся общий событийный туристский календарь, издаётся атлас туристских маршрутов, разрабатывается единая система интернет-ресурсов, туристских брендов и т.д. См. *Государственная политика в сфере туризма.*

Единый тариф (common fare, consolidated fare), единый свод видов оплаты в каком-либо экономическом секторе; это понятие употребляется во многих сферах, в том числе на транспорте, телекоммуникациях, в таможенной деятельности и т.д. Е.т. применяется на авиационном транспорте, в том числе при организации продаж на чартерные авиарейсы, которые предлагаются туристским компаниям.

Ежегодная плата (annual fee), годовой денежный взнос за какие-либо услуги – например, за пользование турфирмами в течение года автоматизированной системой бронирования гостиничных и/или транспортных услуг.

Ежегодное событие (annual event), важная часть туристской деятельности, проведение ежегодных традиционных праздников, фестивалей, карнавалов, ярмарок, выставок, спортивных соревнований разного уровня (местных, региональных, общенациональных, международных). Е.с. привлекают большое число туристов. См. *Календарь туристский.*

Емельянов Борис Васильевич (1918-2001), Заслуженный работник культуры России, крупный специалист в области туристско-экскурсионной деятельности, отдавший культурно-воспитательной работе полвека организаторского и творческого труда; один из ведущих создателей экскурсионного дела в СССР и России. В 1969-1986 гг. возглавлял

Главное экскурсионное управление Центрального совета по туризму и экскурсиям Всесоюзного Центрального совета профессиональных союзов (ГЭУ ЦСТЭ ВЦСПС). Принимал активное участие в разработке теории и методики экскурсионного дела. Преподавал в высших учебных заведениях – Высшей школе профдвижения, Российской международной академии туризма. Участник Великой Отечественной войны; награжден медалями «За оборону Москвы» (1944), «За победу над Германией» и др. Автор десятков книг, более сотни статей и очерков. Автор учебника «Экскурсоведение», созданного на основе его многочисленных работ и впервые опубликованного в 1999 г. Неоднократно переиздававшийся учебник стал настольной книгой многих поколений практикующих экскурсоводов, организаторов туристско-экскурсионной деятельности, преподавателей, учёных, студентов.

Соч.: Емельянов Б.В. Экскурсоведение: Учебник. 4-е изд. М.: Советский спорт, 2003. – 216 с.

Ё

Ёмкость туристских ресурсов (capacity of the tourist resources), способность территории, располагающей туристскими ресурсами, принять оптимальное количество туристов, пребывание которых не приведёт к ухудшению природных и культурных комплексов. Ё.т.р. может изменяться путём проведения соответствующих организационно-планировочных мероприятий по обустройству территории и формирования ресурсосберегающей инфраструктуры.

Ёмкость туристского рынка (capacity of the tourist market), способность реализовать определённый объём туристского продукта при существующих ценах и предложении в течение определенного промежутка времени, как правило, за год.

Ж

Жалоба (claim, complain), выраженное в письменной или устной форме недовольство туриста по поводу недостатков в предоставленном ему обслуживании, которое, как правило, сочетается с требованием компенсации материального и морального ущерба. См. *Претензия.*

Жёсткий туризм (tough tourism), вид туристской деятельности, который характеризуется массовыми и кратковременными поездками в зарубежные страны с «импортом своего стиля жизни», без стремления туристов понять культуру и уважать традиции страны пребывания. Иностранный турист приезжает в страну с чувством «хозяина», который требует обязательных привычных стандартов обслуживания, аналогичных для страны, откуда он прибыл. Как правило, Ж.т. характеризуется громогласным и даже вызывающим поведением туристов. Ж.т. во многом зависит от туристской фирмы, которая направляет туристов в страну пребывания.

Железнодорожный транспорт (railway transport), вид транспорта, на котором осуществляются перевозки пассажиров и грузов по железным дорогам.

Железнодорожный туризм (railway tourism), вид туризма, представляющий собой путешествие, совершаемое по железной дороге на специализированном и/или обычном железнодорожном транспортном средстве туристами, продолжительностью от 24 час. либо менее 24 час., но с ночёвкой в вагонах – в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях, не связанных с оплачиваемой деятельностью.

Живописность ландшафта (picturesqueness of the landscape), субъективная оценка эстетических качеств (комфортности и информационности) ландшафта. Обычно выражается в баллах. Ж.л. является элементом аттрактивности и поэтому влияет на формирование цен в средствах размещения, расположенных в той или иной природной местности.

Жилет спасательный (life jacket, vest), индивидуальное спасательное средство, предлагаемое пассажиру морского или воздушного судна на случай кораблекрушения или вынужденной посадки самолёта на воду. Ж.с. представляет собой специальный жилет, изготавливаемый из пробки, пластика или резины, надуваемой воздухом, который пассажиры надевают на себя во время чрезвычайной ситуации. Ж.с. хранится в легко доступных для пассажиров местах. Перед началом рейса все пассажиры получают от членов экипажа наглядную инструкцию о способе использования Ж.с.

Жилой фонд (housing stock, available housing). 1. В средствах размещения совокупность помещений для проживания гостей и мест общего пользования. 2. Управление «Жилого фонда» (“Rooms Division” или ”Rooms”), является одним из двух наиболее крупных структурных подразделений средства размещения, включает службы, которые предоставляют услуги, связанные с организацией проживания: службу приёма и размещения, поэтажно-хозяйственную службу (хозяйственный отдел),

службу носильщиков и швейцаров, службу бронирования, информационно-справочную службу (службу консьержей), бизнес-центр, телефонный узел и др. Часто бронирование и функции телефонного оператора выполняются службой приёма и размещения. Ж.ф. относится к центрам прямой прибыли, приносит гостинице наибольшую часть прибыли.

Животное в багаж (animal in the baggage). См. *Перевозка животных*.

Журнал регистрации (log, hotel register), реестр на бумажном или электронном носителях, в который заносятся данные о клиентах гостиницы, сроках и месте их проживания.

Журнал туристский (travel magazine), массовый журнал, содержащий материалы с красочными иллюстрациями о туристских путешествиях, развитии туристской отрасли и различных туристских событиях, а также рекламные публикации, связанные с туристскими поездками.

Журналистика туристская (journalism tourist), специализированное направление в средствах массовой информации, предоставляющее сведения о туристских путешествиях в контексте разработки таких тем, как:
- экономика;
- гостиничное хозяйство;
- транспортные системы;
- объекты культурного и природного наследия;
- общественное питание и гастрономия;
- культурные и праздничные события;
- спортивные мероприятия и др.

В рамках Ж.т. развивается относительно новая специализация – тревел-журналист. Традиционные жанры Ж.т.: путевой очерк, путевые заметки, репортаж, обозрение, рекомендации и др.

Журналы туристские (tourist magazines), специализированные издания, выходящие массовым тиражом. Ж.т. можно классифицировать следующим образом:
- массовые рекламные издания для туристов;
- специализированные научно-просветительские журналы о туризме;
- отраслевые журналы для специалистов в туристской сфере;
- бортовая пресса, журналы авиационных и железнодорожных компаний.

З

За одного человека (per person, per capita, per head), специальный термин, условное обозначение цены обслуживания в туристской поездке в расчёте за одного человека – например, цена групповой поездки для одного человека.

Заведующий службой горничных (head of housekeeper), должностное лицо в гостинице, отвечающее за содержание и эксплуатацию номерного фонда, организацию и контроль работы горничных, уборщиков и другого технического персонала.

Завтрак (breakfast), первый утренний приём пищи, как правило, от рассвета до полудня. Качество и количество блюд, подаваемых на З., зависит от пищевых традиций страны пребывания и уровня гостиницы. В гостиницах, как правило, З. включён в стоимость обслуживания и является неотъемлемой частью полупансиона и полного пансиона. З. (*Bed and Brekfast*) называют систему обслуживания в гостиницах, которая включает размещение и только завтрак (BB).

Завтрак американский (Breakfast American), разновидность английского завтрака, т.е. полный завтрак, обычно включает в себя фруктовый сок, кофе или чай, тосты, джем, масло и горячее блюдо (овсяную кашу, яичницу с ветчиной, сосиски и др.). См. *Завтрак английский*.

Завтрак английский (English Breakfast), набор блюд, который включает в себя, в отличие от легкого континентального европейского завтрака, полный набор блюд, предлагаемых путешественникам в утренний период в отелях, ресторанах, кафе. З.а. обычно состоит из фруктового сока, чая или кофе, булочки с маслом, джема, гренок и горячего блюда (овсяной каши, бекона, яичницы, сосиски и др.)

Завтрак кантонский (Breakfast Cantonese), димса́м или дяньси́нь, лёгкие блюда, которые в китайской традиции чаепития подают к столу вместе с чашкой китайского чая сорта пуэр, как правило, до обеда. Представляют собой разложенные по нескольким блюдцам небольшие порции десерта, фруктов, овощей, лапши, орехов, птицы, морепродуктов и т.д.

Завтрак континентальный (Continental Breakfast), европейский стандартный набор блюд в утреннем меню, предлагаемом туристам в отелях, ресторанах, кафе. В отличие от английского завтрака, З.к. более лёгкий по своему составу. В З.к. обычно включены кофе или чай, булочка, масло, джем. В странах Северной Европы он может быть дополнен сыром, холодным мясом или рыбой.

Загородная гостиница (country hotel). См. *Сельская гостиница*.

Загородный дом (country house). См. *Дачный дом*.

Заграничный паспорт (foreign passport), официальный государственный документ, удостоверяющий личность гражданина какой-либо страны, в том числе туриста. З.п. используется при пересечении государственной границы, предъявляется сотрудникам пограничной службы и таможни.

Загрузка объектов туристской инфраструктуры (loading of tourist infrastructure), уровень загруженности средств размещения, объектов питания и транспортных средств гостями, посетителями и пассажирами. Уровень З.о.т.и. является одной из главных характеристик эффективности использования объектов туристской инфраструктуры. Уровень З.о.т.и. является важным статистическим показателем. См. *Уровень заполняемости гостиницы*.

Загрузка (загруженность) гостиницы (hotel loading), процентное соотношение проданных номеров и всех номеров, предназначенных для продажи. Это понятие используется для характеристики эффективности работы гостиниц и других предприятий размещения по итогам года и рассчитывается как коэффициент использования гостиничного фонда. Обеспечивающей приемлемую норму прибыли гостиничного предприятия считается З.г. 60-70% в год от имеющегося номерного фонда.

Задаток (deposit), денежная сумма, уплачиваемая вперёд в обеспечение всего платежа по сделанному заказу на бронирование туристских или транспортных услуг. З. вносят в размере и в сроки, согласованные между договаривающимися сторонами. В случае полной или частичной аннуляции заказа З. не возвращается или возвращается только частично. Если заказ не исполнен по вине продавца, З. должен быть возвращён покупателю полностью.

Заезд в гостиницу (check in to the hotel). См. *Регистрация прибытия в гостиницу*.

Заказ (reservation), предварительное письменное или устное сообщение с просьбой или поручение о предоставлении услуг бронирования мест в гостинице, билетов на транспортные средства, мест в ресторане, театре и т.д.

Заказ на туристскую поездку (booking), предварительная письменная заявка турфирме или договор между туристом и организатором туристской поездки, определяющий юридические, экономические и технические отношения сторон по приобретению туристского путешествия. См. *Лист бронирования. Бронирование*.

Заказники (wildlife preserves), охраняемые территории (акватории), имеющие особое значение для сохранения или восстановления природных комплексов или их компонентов и поддержания экологического баланса. З. представляют собой земли, в пределах которых постоянно или временно запрещены отдельные виды и формы хозяйственной деятельности для обеспечения охраны одного или многих видов живых существ, биогеоценозов, одного или нескольких экологических компонентов. В З. при ограниченном использовании природных ресурсов охраняются отдельные виды животных, растений, водные, лесные, земельные объекты и т.д. З. могут быть различного профиля:

- комплексные (ландшафтные), предназначенные для сохранения и восстановления природных комплексов (природных ландшафтов);
- биологические (ботанические и зоологические), предназначенные для сохранения и восстановления редких и исчезающих видов растений и животных, в том числе ценных видов в хозяйственном, научном и культурном отношениях;
- палеонтологические, предназначенные для сохранения ископаемых объектов;

- гидрологические (болотные, озёрные, речные, морские), предназначенные для сохранения и восстановления ценных водных объектов и экологических систем;
- геологические, предназначенные для сохранения ценных объектов и комплексов неживой природы.

В З. разрешены туристские посещения, как правило, в сопровождении сотрудников и по определённым маршрутам. Для посещения территории З. необходимо оформить пропуск либо приобрести билет на кордонах его участков. Пропуска и билеты сохраняются до окончания пребывания туристов на маршруте. Заезд автотранспорта запрещён или ограничен. Нарушение правил посещения З. грозит штрафами и выдворением с его территории.

Заказчик туристского продукта (customer of the tourist product), юридическое лицо или физическое лицо, заказывающее туристский продукт в туристской организации от имени туриста, в том числе законный представитель несовершеннолетнего путешественника.

Законодательство туристское (legislation tourism). См. *Туристское законодательство*.

Закрытая группа (closed user group), туристская группа, участники которой связаны общими интересами или принадлежат к одной организации, заказавшей данную поездку, поэтому присоединиться к таким туристам, как правило, невозможно.

Закрытый объект (closed destination), объект или территория, недоступные для посещения туристов; как правило, это секретные военные, пограничные и производственные объекты. К З.о. также относятся некоторые заповедные природные территории.

Закуска (appetizer, snack), общее название многочисленной группы блюд, которые принято подавать к столу перед основными или главными блюдами. З. также используют в качестве основных блюд при проведении легкой трапезы или фуршета. З. могут быть поданы к столу совместно с алкогольными напитками или аперитивами. Существуют два основных вида З.: холодные и горячие. Список национальных блюд, которые относятся к З., обширен и многообразен. Для русской кулинарной традиции характерны следующие З.: квашенная капуста, солёные или маринованные огурцы, помидоры, грибы, а также пироги с разнообразными начинками, бутерброды, салаты, винегреты, селёдка с картофелем, холодные мясо и рыба и др.

Закусочная (snackbar, bistro), небольшое заведение общественного питания, предлагающее ограниченный набор закусок, безалкогольных и алкогольных напитков и обеспечивающее быстрое обслуживание посетителей, в том числе и туристов.

Зал вылета/отправления (departure lounge/departure), специальные помещения в аэропортах и вокзалах, в которых пассажиры ожидают посадки на самолёт или поезд.

Зал ожидания (waiting room), специальное просторное помещение в аэропорту, железнодорожном вокзале, речном и морском порту, автобусной станции и т.д., предназначенное для нахождения пассажиров и встречающих лиц, где они ожидают отправления или прибытия транспортного средства.

Зал официальных делегаций (hall of official delegations), специальное место повышенной комфортности и безопасности, предназначенное для обслуживания официальных делегаций и ВИП-персон, в аэропортах, железнодорожных вокзалах, морских портах и т.д. Как правило, З.о.д. оборудованы комнатами для переговоров, а также буфетами, барами и помещениями для проведения банкетов.

Зал прилётов/прибытия (arrivals hall), специально оборудованное место в аэропорте, вокзале, морском и речном терминале, куда доставляются пассажиры и багаж после прибытия.

Зал регистрации (reception area). 1. Специально оборудованное место в аэропорте, вокзале, морском и речном терминале, где происходит регистрация пассажиров и сдача багажа. 2. Часть вестибюля гостиницы и других средств размещения, где расположена стойка регистрации и службы приёма гостей.

Зал транзитный (transit hall). См. *Транзитный зал*.

Залог (deposit). См. *Депозит*.

Замена самолёта (replacement aircraft, aircraft change), организационная и технологическая процедура, вызванная техническими или иными причинами смена самолёта в аэропорту перед вылетом или в пути следования.

Занятость в отраслях туризма (employment in the sectors of tourism), представляет собой определённую численность людей, работающих в различных отраслях туризма. З.о.т. можно измерить: 1. как численность людей, занятых на одном из своих рабочих мест; 2. как численность людей, занятых на своём основном рабочем месте; 3. как общее число рабочих мест в отраслях туризма конкретной страны или региона.

Запасной выход (emergency exit). См. *Аварийный выход*.

Заповедник (reserve, wildlife refuge), природоохранное государственное учреждение, особо охраняемая территория или акватория, которая включает природные комплексы и объекты, представляющие уникальную экологическую ценность, предназначенные для использования в природоохранных, научных и научно-просветительских целях. В границах З. природная среда сохраняется в естественном состоянии и полностью запрещается экономическая и иная деятельность. Природные ресурсы и недвижимое имущество, расположенные в границах З., являются федеральной собственностью и изымаются из гражданского оборота. В задачи З. входит развитие познавательного, а также научного и экологического туризма. Посещение З. туристами строго регламентируется законодательством РФ и соответствующими положениями. Среди З. выделяются государственные *природные* и *биосферные заповедники*.

Заповедник биосферный (biosphere reserve). 1. Репрезентативная ландшафтная единица, выделяемая в соответствии с программой ЮНЕСКО «Человек и биосфера» с целью её сохранения, исследования и/или мониторинга. Может включать абсолютно нетронутые хозяйственной деятельностью или мало измененные экосистемы, окружённые эксплуатируемыми землями. Как исключение допускается выделение территорий

древнего освоения. Особо подчёркивается репрезентативность (представительность, характерность, а не уникальность) этих территорий. 2. Строго охраняемая природная территория, практически не испытывающая локальных воздействий преобразований, совершённых человеком, окружающих её ландшафтов, где идут вековые процессы, характер которых позволяет выявить спонтанно происходящие изменения в биосфере, в том числе глобально-антропогенные. 3. Территория, на которой производится постоянное слежение (мониторинг) за антропогенными изменениями природной среды на основе инструментальных определений и наблюдений за биоиндикаторами. 4. Охраняемая территория, на которой защита наиболее представительных для данной зоны природных комплексов сочетается с научными исследованиями, долговременным мониторингом среды и образованием в области охраны природы.

Заповедник природный (reserve natural), охраняемая территория, создаваемая для сохранения и изучения естественных природных комплексов. З.п. как юридическое лицо является всегда основным землепользователем занимаемой территории. Термин «З.п.» возник как реакция на выделение архитектурных памятников под названием «историко-архитектурные заповедники», «музеи-заповедники» и т.д. Правильнее такие участки называть мемориальными музеями-парками и природно-историческими парками, а не заповедниками. В отличие от национальных парков, территория З.п. не зонируется. З.п. активно посещаются туристами и экскурсантами.

Заповедно-охотничье хозяйство (reserve-hunting), охраняемая природная территория, на которой воспроизводятся животные, предназначенные для охоты. В З.-о.х. разрешена строго регулируемая охота.

Заполненный отель (fill the hotel), ситуация, когда гостиница или другое средство размещение полностью занято, и в номерном фонде нет свободных мест.

Зарегистрированный багаж (registered luggage). См. *Багаж зарегистрированный*.

Зарубежный тур (foreign tour), туристская поездка за рубеж с какой-либо целью и посещением одной или нескольких стран.

Защитные очки (safety glasses). См. *Солнцезащитные очки*.

Заявка на бронирование (booking request), письменное поручение организатора туристской поездки или самого туриста продавцу гостиничных или транспортных услуг на бронирование конкретной услуги или услуг. З.б. должна содержать чёткую информацию о заказываемых услугах: вид, класс, сроки, качество и т.д.

Заявка на получение визы (application for a visa), письменное заявление туриста в иностранное консульство с просьбой о предоставлении въездной визы в страну, которую представляет консульство.

Звезда (star), международный символ, применяемый в ряде стран (в т.ч. в Российской Федерации) при категорировании различных средств размещения: категория 1 (2, 3, 4, 5) звёзд. См. *Категорирование гостиниц*.

Звёздный туризм (star tourism). См. *Астрономический туризм*.

Здравница (health resort), 1. учреждение для лечения и отдыха, которым могут быть: санаторий, дом отдыха и т.д.; 2. обобщённое название курортного места. Термин «З.» вошёл в широкое употребление в советский период, в настоящее время – устаревшее понятие.

Зелёная зона (green zone), 1. территория за пределами городской черты, занятая лесами и лесопарками, выполняющими защитные и санитарно-гигиенические функции и являющимися местом отдыха местного населения и туристов; 2. широкий пояс вокруг города или другого населённого пункта, где сохраняется древесная растительность, кустарники, травяной покров и животный мир в целях создания условий для очистки среды от загрязнения, обогащения воздуха кислородом и поддержания условий для отдыха населения.

Зелёный отель (green hotel). См. *Экологический отель*.

Зелёный туризм (green tourism). См. *Экологический туризм*. *Летний туризм*.

Землепроходец (explorer). См. *Первопроходец*.

Земли рекреационного назначения (lands of recreational purpose), выделенные в установленном порядке земельные участки, предназначенные и используемые для организованного массового отдыха и туризма. На З.р.н. запрещается деятельность, препятствующая использованию их по целевому назначению.

Зимнее расписание (winter schedule), график, устанавливающий время и порядок осуществления пассажирских перевозок разными видами транспорта в осенне-зимний период. Движение транспорта в ряде стран в связи с окончанием курортного сезона сокращается, поэтому вводится З.р.

Зимний курорт (winter resort), местность в горах или около гор, удобная для организации катания на лыжах, санях и другом спортивном снаряжении, где построены канатные дороги, трамплины, горнолыжные трассы и т.д. В этой местности, как правило, создана туристская инфраструктура: гостиницы, канатные дороги, рестораны, пункты проката туристского оборудования и снаряжения, магазины, подъездные трассы и т.д.

Зимний туризм (winter tourism), вид туризма, представляющий собой путешествия с любыми целями в зимнее время года, как правило, во время рождественских и новогодних каникул. В зимний период множество туристов посещают рождественские религиозные праздники, новогодние мероприятия, горнолыжные курорты, спортивные мероприятия, соревнования и т.д.

Знаки туристские (signs for tourist attractions). См. *Навигация туристская*.

Зона беспошлинной торговли (duty free zone), изолированное помещение на вокзалах и в аэропортах международных пассажирских линий, доступ в которое пассажирам открыт только после прохождения таможенного контроля при выезде за границу или до прохождения этого контроля при въезде из-за границы. В З.б.т. производится продажа товаров широкого потребления за свободно-конвертируемую валюту по ценам, освобождённым от налогов.

Зона беспроводного Интернета (area of wireless Internet), пространство в общественных местах: аэропортах, вокзалах, гостиницах, магазинах, парках, торговых центрах и т.д., где есть возможность бесплатно подключаться к Интернету со своего персонального портативного компьютера, телефона, гаджета и т.д.

Зона запрета курения (area smoking ban, non-smoking zone), места, где запрещено курение табачных изделий; в настоящее время запрет касается всех общественных мест, включая гостиницы, вокзалы, аэропорты, торговые центры, офисы и другие помещения.

Зона курортная (resort area), курортный регион (район) с высокой концентрацией *здравниц*, объединённых общекурортной инфраструктурой: единым комплексом хозяйственных, жилых и досугово-развлекательных построек, общим транспортным узлом, общекурортным парком и медицинскими объектами, такими как водо- и грязелечебницы, галереи с минеральной водой, *терренкуры* и пр.

Зона отдыха (recreation area), традиционно используемая природная и/или специально организованная территория, где жители и гости населённого пункта проводят часы досуга; обычно располагается в пределах *зелёной зоны*, но может быть и внутри поселений (парки, скверы и т.д.) З.о., как правило, имеют специальную инфраструктуру и оборудование для развлечений и активного отдыха.

Зона получения багажа (baggage claim area), специально отведённое и оборудованное место или специальный зал в аэропорту, где с помощью кругового транспортёра выдаётся багаж прибывшим пассажирам, в том числе туристам.

Зоны таможенного контроля (customs control zone), представляют собой места перемещения людей и товаров через таможенную границу, территории складов временного хранения, таможенных складов, магазинов беспошлинной торговли и иные места, определенные государством. З.т.к. создаются для целей проведения таможенного контроля в формах таможенного осмотра и таможенного досмотра товаров и транспортных средств, их хранения и перемещения под таможенным наблюдением. З.т.к. создаются вдоль таможенной границы, в местах производства таможенного оформления, совершения таможенных операций, в местах перегрузки товаров, их осмотра и досмотра, в местах временного хранения, стоянки транспортных средств, перевозящих находящиеся под таможенным контролем товары, а также в иных местах, определенных в соответствии с Таможенным кодексом РФ. З.т.к. могут быть постоянными или временными. Пределы постоянной зоны таможенного контроля обозначаются знаками прямоугольной формы, на зелёном фоне которых белым цветом выполнена надпись на русском и английском языках «Зона таможенного контроля» (“Customs control zone”). Пределы временной зоны таможенного контроля могут обозначаться оградительной лентой, временно устанавливаемыми указательными щитами, табло, иными информационными указателями. При этом допускается применение подручных материалов и средств. Возможно и устное оповещение. Порядок создания и обозначения зон таможенного контроля, а также

правовой режим зоны таможенного контроля определяются законодательством.

Зоопарк (zoo), зоологический парк, научно-просветительное и рекреационное учреждение, в котором содержатся дикие животные для демонстрации их городскому населению и проводится просветительская деятельность по охране природы и животного мира, развивая в людях представление о том, что они являются частью мира живой природы и что ответственность за сохранение этого мира должна гармонично войти в их повседневную жизнь; изучение биологии и психологии имеющихся в З. коллекций, а также сохранение видов и их воспроизводство с последующей реинтродукцией в естественные места обитания, что способствует восстановлению и сохранению вымирающих представителей животного мира в дикой природе. З. являются привлекательными объектами показа для туристов.

И

Игорные зоны (gaming zone), особый административно-территориальный объект в Российской Федерации, предназначенный для осуществления деятельности по организации и проведению азартных игр. В России 29 декабря 2006 г. был принят Федеральный закон № 244 «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации», согласно которому все заведения, предоставляющие услуги, связанные с азартными играми (кроме лотерейных и букмекерских контор), должны были быть вынесены в специальные И.з.: Янтарная (Калининградская область), Сибирская Монета (Алтайский край), Приморье (Приморский край) и Азов-Сити (Краснодарский край, Ростовская область). Так как с 1 июля 2009 г. Федеральный закон № 244 полностью вступил в силу, казино не смогли легально существовать нигде в России, кроме И.з. Порядок создания и ликвидации И.з., их наименования и границы регулируются Правительством РФ. В 2016 г. распоряжением Правительства Российской Федерации была создана И.з. «Красная Поляна» в Сочи. Существующие в настоящее время в России И.з. привлекают большие потоки туристов.

Игорный бизнес (gambling business), форма предпринимательства, существующая во многих странах в рамках индустрии досуга, спорта и туризма, может развиваться либо в рамках специальных учреждений (казино), либо в соединении со спортивными состязаниями лошадей (тотализатор, бега), либо как одна из услуг отдыха на круизных судах.

Издержки туристских предприятий (costs of tourism enterprises), это потреблённые или потраченные материальные, трудовые и финансовые ресурсы для извлечения прибыли в процессе хозяйственной деятельности туристской фирмы. Этот экономический показатель является крайне важным, поскольку от уровня издержек зависят уровень прибыли туристского предприятия и его возможность устанавливать конкурентоспособные цены. Каждому туристскому предприятию необходимо грамотно управлять издержками, искать способы их снижения. Для целей оптимизации налогообложения, возможности анализа и управления экономической деятельностью все издержки туристских фирм классифицируются по различным признакам. В работе туристской фирмы различают явные (бухгалтерские) и неявные издержки. К первым относятся издержки, которые проходят по бухгалтерским счетам, т.е. денежные средства, которые фирма тратит на оплату ресурсов, в необходимом размере. Ко вторым относятся издержки, носящие внутренний характер и не связанные с выплатами денежных средств. К ним относятся издержки упущенных возможностей и недополученных доходов. Явные и неявные издержки туристской фирмы образуют её экономические издержки. По способу отнесения на себестоимость услуг издержки делятся на прямые и косвенные. См. *Экономика туристских предприятий*.

Имидж в туризме (image in tourism), совокупность объективных и эмоциональных представлений о туристской компании, гостинице или туристской дестинации, стихийно или

целенаправленно сформированных в сознании потребителей и других участников туристского процесса. И.т. складывается под влиянием множества внешних факторов и может быть нейтральным, положительным или отрицательным. Положительный И.т. повышает конкурентоспособность туристского предприятия или дестинации, и поэтому формирование положительного И.т. всегда является важной составной частью PR-кампаний туристских предприятий по привлечению туристов и системы мер по продвижению национального или регионального туристского продукта на внутренний и международный туристские рынки. См. *Туристский имидж страны.*

Инвалид (invalid, disabled). См. *Человек с ограниченными физическими возможностями. Туризм для инвалидов.*

Индивидуальная поездка (individual trip). См. *Индивидуальный туризм.*

Индивидуальное путешествие (individual travel), путешествие одного или нескольких лиц, связанное с обслуживанием, носящим персональный характер, как правило, с более высокими ценами. В международной практике И.п. считаются поездки с численностью до 5 человек. В любом случае, И.п. проводят по заранее выбранным маршрутам и программам пребывания, и они имеют определенную продолжительность и цель. И.п. всегда отличаются от стандартных туристских программ. См. *Индивидуальный туризм.*

Индивидуальные средства размещения (individual accommodation facilities), представляют собой собственные жилища (вторичные резиденции), квартиры, комнаты в квартирах, апартаменты, виллы, дома, коттеджи, сдаваемые в наём. Дома, квартиры, комнаты и прочее, арендуемые туристами для проживания у частных лиц и/или специализированных агентств. К И.с.р. относятся также различные помещения, предоставляемые бесплатно родственниками и друзьями.

Индивидуальный тур (private tour). См. *Индивидуальная поездка.*

Индивидуальный туризм (individual tourism), вид туризма, определяемый по составу участников. И.т. организуется по конкретному маршруту с определённым набором услуг, заказанных клиентом или небольшой группой клиентов – как правило, до 5 человек. И.т. может организовываться самостоятельно туристами или сопровождаться организацией туроператора, который подбирает поездку для клиента в индивидуальном порядке. Турист определяет сроки поездки, гостиницу, маршрут с объектами показа, транспорт, питание и т.д., а туроператор на основании этих требований формирует тур и бронирует все услуги. Для каждого конкретного случая может разрабатываться как полный туристский пакет, включающий в себя все моменты проживания и отдыха с учётом пожеланий заказчика, так и могут оказываться частичные услуги, которые предусматривают, к примеру, бронирование отелей, авиабилетов, и лишь некоторые дополнительные услуги, касающиеся отдыха. См. *Индивидуальное путешествие.*

Индустрия гостеприимства (hospitality industry). 1. Система современных предприятий, сервисных учреждений и организаций, специализирующихся на обслуживании приезжающих в конкретную местность на сравнительно короткий

период времени людей с целью туризма, отдыха, деловых встреч или с личными целями. 2. Бизнес, предназначенный для обеспечения путешественников жильём, питанием, транспортом, а также для организации экскурсионной программы, отдыха и свободного времени. Некоторые специалисты считают, что И.г. является синонимом гостиничного бизнеса.

Индустрия досуга (leisure industry), совокупность современных производственных подразделений, учреждений и фирм, назначение которых сводится к созданию товаров, предоставлению продукции и услуг для использования их людьми в свободное время, в том числе в туризме.

Индустрия культуры (culture industry), система современных мероприятий и событий массовой культуры, которые происходят в специализированных помещениях (выставочных комплексах, кинотеатрах, концертных залах, цирках и др.). Понятие И.к. впервые ввели представители Франкфуртской школы Макс Хоркхаймер и Теодор Адорно в своей знаменитой работе «Диалектика просвещения». По их мнению, И.к. представляет собой целый промышленный аппарат по производству единообразных, стандартизированных новинок в сфере искусства, живописи, литературы, кино и т.д. И.к. не несет за собой ценностных ориентиров для человека, не направлена на духовное обогащение и просвещение, являясь, по сути, развлекательным бизнесом. При этом стилевые особенности И.к. влияют на современную моду и на развитие популярного искусства. И.к. понимается как деятельность по производству культуры развлечений как разновидности товара, у которого есть производитель и потребитель. Мероприятия И.к. широко рекламируются, поэтому привлекают в разных странах большое число посетителей, в том числе туристов.

Индустрия питания (industry supply), система современных производств, торговых фирм, крупных центров и небольших пунктов обслуживания, связанных с созданием и переработкой продовольственной продукции, её расфасовкой и продажей через торговую сеть, с приготовлением пищевых полуфабрикатов, требующих дальнейшей обработки, а также с приготовлением готовой пищи и её употреблением. См. *Организация питания туристов*.

Индустрия развлечений (entertainment industry), часть индустрии досуга, состоящая из совокупности современных производств, крупных организаций и небольших фирм, производящих товары и предоставляющих услуги для реализации эмоционально насыщенного отдыха, создающих условия для увлекательного проведения свободного времени. См. *Индустрия культуры*.

Индустрия туризма (tourism industry), совокупность средств размещения, транспорта и предприятий питания, туристских и экскурсионных организаций, объектов посещения, торговли и развлечений, парков, оборудованных пляжей, бассейнов и спортивных сооружений, медицинских и оздоровительных учреждений, выставочных комплексов, залов для конгрессов, концертов, конкурсов и фестивалей, переговорных помещений со специальным оборудованием, инженерных и технических систем обеспечения. См. *Инфраструктура туризма*. *Суперструктура туризма*.

Инициативный туроператор (sending (tour) operator), туроператорская компания, специализирующаяся на предоставлении услуг по выездному туризму, а также туризму в другие регионы собственной страны. См. *Аутгоуинговый туроператор*.

Инкаминг (incoming), профессиональный туристский термин, используемый в практической работе и обозначающий приём иностранных туристов на территории какой-либо страны. Туроператор, принимающий и обслуживающий туристов, является инкаминговым (*рецептивным*) туроператором. В России официально используется термин «въездной туризм». В расширительной трактовке И. может использоваться для обозначения приёма «внутренних» туристов в каком-либо регионе страны. В этом случае принимающего туроператора также называют также инкаминговым. См. *Въездной туризм. Рецептивные туроператоры*.

Инклюзив-тур (inclusive tour). 1. Туристская поездка с предоставлением туристу чётко определенного, заранее спланированного туристской фирмой набора услуг размещения, питания, транспорта, экскурсионного и другого обслуживания. 2. Путешествие, продаваемое туристскими фирмами в виде полного комплекса (пакета) услуг, включающего получение визы, перевозку, размещение в гостинице, питание, трансфер, экскурсионное обслуживание и т.д. по маршруту путешествия. Термин И.т. наиболее часто применяется авиакомпаниями при предоставлении специальных тарифов на групповую авиаперевозку туристов (как правило, численностью 10 и более человек). В этом случае стоимость перевозки в авиабилете не указывается, а вместо этого указывается аббревиатура IT.

Инновация (innovation), внедрённое новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции. И. является не всякое новшество или нововведение, а только такое, которое серьёзно повышает эффективность действующей системы. При этом надо различать понятия «новация» и «И.» Новация – это именно новое средство (новый метод, методика, технология, программа и т.п.), а И. – это процесс освоения и применения этого нового средства.

Инновации в туризме (innovation in tourism), конкретный результат созидательной деятельности, направленной на создание нового, отличающегося от существующего, туристского продукта или услуги, на внедрение новых форм обслуживания и современных технологий, для более полного удовлетворения социальных потребностей путешественников. И.т. являются результатом постоянного творческого процесса по разработке и использованию более совершенных форм организации и управления для продвижения и коммерциализации туристского продукта на рынке. Инновация выступает в качестве явного фактора перемен. Периодические нововведения, несмотря на риски при их внедрении, дают конкурентные преимущества субъекту туристской деятельности. На появление И.т. влияют политические, экономические и социальные факторы, национальные законы о порядке организации и правовом обеспечении туристской деятельности, межправительственные и международные соглашения, природные катаклизмы и конфликтные ситуации. И.т. происходят перманентно, они часто являются следствием идей, поступающих из сферы производства, сбыта и потребления.

Туристский бизнес во многих случаях является инициатором и экспериментатором в освоении и внедрении современных технологий, исследований и разработок, частота появления которых в последние годы возрастает. Инновационный цикл в туризме начинается с момента возникновения идеи об открытии нового направления (дестинации) поездок, создания нового продукта или внесения изменений в потребительские свойства туристского продукта или процессов деятельности. Жизненный цикл инновации заканчивается тогда, когда другие субъекты туристского рынка начинают в своей деятельности активно применять эти нововведения.

Иностранный туризм (foreign tourism), вид туризма, существовавший в советский период, который представлял собой деятельность по приёму иностранных туристов и отправке граждан СССР в туристские поездки за рубеж. См. *Международный туризм*.

Институт повышения квалификации работников туристско-экскурсионных организаций ЦСТЭ (Institute of advanced training of employees of tourist and excursion organizations), создан в 1982 г. на основе Центральных туристских курсов в г. Сходня Московской обл. Наряду с повышением квалификации осуществлял подготовку специалистов для туристско-экскурсионной деятельности (экономика и организация туризма, экскурсионное дело, информационная работа). В 1991 г. институт был преобразован в Российскую международную академию туризма (РМАТ).

Институт повышения квалификации Интуриста (Institute of advanced training of Intourist), создан как образовательное учреждение, ведёт свою историю с 30 сентября 1966 г., когда Постановлением Совета Министров СССР № 789 «О подготовке кадров для работы с иностранными туристами» в Москве были созданы Высшие курсы по подготовке и переподготовке специалистов, связанных с обслуживанием иностранных туристов, а также Курсы иностранных языков. Распоряжением Совета Министров СССР от 7 октября 1975 г. № 2273-р Высшие курсы и в их составе Проблемная научно-исследовательская лаборатория по разработкам отраслевых правил приёма и обслуживания иностранных туристов и советских граждан на территории СССР в области гостинично-туристского комплекса были преобразованы в Институт повышения квалификации руководящих работников и специалистов Главинтуриста (ИПК). В ИПК, на Курсах иностранных языков, в их отделениях в крупных туристских центрах страны: Иркутске, Ленинграде, Ташкенте, Баку, Львове и Таллине в 1975-1990 гг. ежегодно проходили подготовку и переподготовку по совершенствованию программ пребывания иностранных туристов в СССР и знаний иностранных языков от 10 до 15 тыс. специалистов, в том числе 2,5 тыс. гидов-преводчиков. Приказом Госкоминтуриста СССР от 6 февраля 1990 г. № 25 ИПК был преобразован в Высшую коммерческую школу Госкоминтуриста СССР, которая после разграничения полномочий между федеральной и муниципальной собственностью, утвержденной Постановлением Правительства РФ от 3 января 1992 г. № 14 и распоряжением вице-мэра Москвы от 28 января 1992 г. № 38-РВМ, была передана акционерному обществу «Мосинтур» Правительства

Москвы. В целях обеспечения гостинично-туристского комплекса Москвы специалистами среднего звена распоряжением мэра Москвы от 16 декабря 1993 г. № 728-РМ Высшая коммерческая школа преобразована в «Высшую школу по туризму и гостиничному хозяйству» (ВШТГ). В этом статусе ВШТГ проработала до середины 2000 г., выполняя базовую функцию – подготовку специалистов для гостинично-туристского комплекса Москвы по программам среднего профессионального образования. Распоряжением мэра Москвы от 16 мая 2000 г. № 519-РМ ВШТГ преобразована в Московскую академию туристского и гостинично-ресторанного бизнеса с приданием ей статуса государственного образовательного учреждения при Правительстве Москвы. Распоряжением Правительства Москвы от 24 марта 2004 г. № 504-РП «О Московской академии туристского и гостинично-ресторанного бизнеса при Правительстве Москвы», которым Академия переименована в государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования города Москвы «Московская академия туристского и гостинично-ресторанного бизнеса (институт) при Правительстве Москвы». Распоряжением Правительства Москвы от 31.12.2008 № 3190-РП Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования города Москвы «Московская академия туристского и гостинично-ресторанного бизнеса (институт) при Правительстве Москвы» переименована в Государственное образовательное учреждение города Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма». 5 июля 2010 г. распоряжением Правительства Москвы за номером №1390-РП ГОУ ВПО МГИИТ было присвоено имя известного учёного-исследователя Юрия Александровича Сенкевича и, таким образом, МГИИТ стал именоваться Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования города Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю.А. Сенкевича». В настоящее время он называется «Государственное автономное образовательное учреждение высшего образования города Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю.А. Сенкевича».

Инсентив-тур (incentive tour), туристские поездки (обычно групповые), предоставляемые администрацией организаций, предприятий и учреждений своим сотрудникам в поощрительных целях на исключительно льготных условиях или бесплатно в качестве премии за высокие производственные показатели и успешную работу.

Инсентив-туризм (incentive tourism/travel), поощрительные путешествия работников организации за достижения в работе наряду с денежными премиями. Такие поездки частично или полностью оплачиваются работодателем как поощрение за успешную работу и призваны усилить мотивацию к труду в данной организации. В этом смысле И.-т. может рассматриваться как подвид социального туризма Программы И.-т. часто связаны с направлением деятельности компании или корпорации, нередко включает обмен опытом, обучение, презентации и т.д. Поэтому И.-т. может рассматриваться как разновидность делового туризма. Затраты на поощрительный туризм во всем мире достигают в настоящее время 5-6 млрд. долл. США. Специально

для И.-т. собирают различные конференции, выставки, образовательные курсы, и это становится одновременно и отдыхом, и формой повышения квалификации. И.-т. наибольшее развитие получил в следующих странах: США, Японии, Германии, Великобритании и др.

Интернет (Internet), всемирная система объединённых компьютерных сетей для хранения и передачи информации. И. также называют «Всемирная сеть» и «Глобальная сеть». На основе Интернета работают Всемирная паутина (World Wide Web, WWW) и множество других систем передачи данных. И. начал свою работу в США в конце 1960-х гг., и как международная сеть заработал в 1973 г. В 1990-е гг. Интернет объединил в себе большинство существовавших тогда сетей. В настоящее время подключиться к Интернету можно через спутники связи, радиоканалы, кабельное телевидение, телефон, сотовую связь, специальные оптико-волоконные линии или электропровода. Всемирная сеть стала неотъемлемой частью жизни многих стран. Преобладающим языком Интернета является английский. Русский язык занимает второе место. Русскоязычная сфера Интернета получила название «Русский интернет» – сокращённо Рунет, т.е. часть Всемирной паутины, принадлежащая к национальным доменам .su, .ru и .рф. 1987-1994 гг. стали ключевыми в зарождении русскоязычного И. В апреле 1994 г. был зарегистрирован российский домен «.ru». Домен «.рф», позволяющий использовать в адресе URL кириллические символы, делегирован в корневой зоне DNS в мае 2010 г. В 2011 г. была принята резолюция ООН, признающая доступ в Интернет базовым правом человека. Таким образом, отключение тех или иных регионов от И. является нарушением прав человека. Большая часть ресурсов И. связаны с коммерческой деятельностью, в том числе туризмом. И. используется для рекламы и непосредственной продажи товаров и услуг, для маркетинговых исследований, электронных платежей и управления банковскими счетами. Бронирование и покупка через И. транспортных и гостиничных услуг привело к резкому увеличению самостоятельного туризма, который не использует услуги туристских фирм.

Интернет-кафе (Internet cafe), предприятие общественного питания, имеющее клубные и общественные функции, а также представляющее услуги пользования компьютерами или интернет-связи. И.-к. используются туристами для питания, общения с местными жителями и в целях пользования Интернетом.

Интурист (INTOURIST), бренд много лет широко известен не только на российском туристском рынке, но в международном туристском сообществе. Решение об организации государственного акционерного общества по иностранному туризму в СССР (в ведении Народного Комиссариата внешней и внутренней торговли СССР), с установленным капиталом в 5 млн. руб., разделенных на 200 акций, было принято Советом Труда и Обороны Союза ССР 11 апреля 1929 г. Учредителями организации, получившей название ГАО «Интурист», были определены: Народный Комиссариат внешней и внутренней торговли СССР (40% акций), акционерное общество «Советский Торговый Флот» (Совторгфлот) и Народный Комиссариат путей сообщения СССР (40% акций). Между прочими советскими организациями предусматривалось распределение 20%

акций. В 1930-е гг. ГАО «Интурист» открыло собственные коммерческие фирмы за границей: INTOURIST Ltd в Лондоне, INTOURIST GmbH в Берлине, INTOURIST Inc. в США, представительства в Японии, Австрии, Норвегии, Франции и Дании. В феврале 1933 г. в соответствии с постановлением ЦИК СССР произошло слияние ГАО «Интурист» с Всесоюзным акционерным обществом «Отель», созданным в 1931 г. для строительства, ремонта и эксплуатации гостиниц и предприятий общественного питания. Вновь организованное Всесоюзное акционерное общество по иностранному туризму в СССР получило название ВАО «Интурист», ему было предоставлено монопольное право на приём и обслуживание в СССР всех иностранных граждан, независимо от того, в каком качестве они прибыли в страну – туристами, в качестве деловых людей или по приглашению государственных или общественных организаций. В 1955 г. Министерство внешней торговли СССР утвердило новый Устав ВАО «Интурист», в котором было зафиксировано, что Общество учреждено в целях развития всех видов туризма – как въездного, так и из выездного, – а также обслуживания иностранных туристов и иностранцев, следующих транзитом по территории СССР. ВАО «Интурист» являлось самостоятельным юридическим лицом и отвечало по своим обязательствам своим имуществом. Государство по обязательствам ВАО «Интурист» не отвечало. Уставной капитал ВАО «Интурист» был определен в сумме 15,6 млн. руб., разделенных на 6240 акций по 2500 руб. каждая. Акции Общества могли принадлежать только советским государственным предприятиям и учреждениям. С принятием нового Устава ВАО «Интурист» изменился и состав акционеров, ими стали: Торгово-экономическая палата, Всесоюзное объединение «Совфрахт» и Всесоюзное объединение «Международная книга». В 1964 г. Постановлением Совета Министров СССР И. был выведен из структуры Министерства внешней торговли СССР, в связи учреждением Управления по иностранному туризму (с 1969 г. – Главное управление по иностранному туризму при Совете Министров СССР, с 1983 г. – Государственный комитет СССР по иностранному туризму – Госкоминтурист), в структуру которых ВАО «Интурист» входил на правах коммерческого подразделения. В 1989 г. ВАО «Интурист» было выделено из структуры Центрального аппарата Госкоминтуриста СССР с передачей 74 агентств, отделений и главного вычислительного центра Госкоминтуриста СССР. Было установлено, что ВАО «Интурист» имеет самостоятельный баланс, занимается организацией поездок и обслуживанием иностранных туристов в СССР на коммерческой основе, продажей путёвок для поездок за границу советским гражданам.

Руководители И. в советский период: *А.С. Сванидзе* (1929), *Д.И. Кутузов* (1930), *В.Л. Курц* (1931-1937), *П.С. Коршунов* (1938), *А.С. Синицын* (1939-1940), *П.Е. Краснов* (1941-1945), *И.И. Гордеев* (1946), *В.М. Анкудинов* (1947-1968), *С.С. Никитин* (1969-1982), *П.А. Абрасимов* (1983-1985), *В.Я. Павлов* (1985-1989), *И.А. Коновалов* (1990-1991).

В 1994 г. ВАО «Интурист» вошло в состав инвестиционного холдинга АФК «Система». В июле 2011 г. была завершена сделка по созданию совместного предприятия двух туристских компаний – «Интурист» и Thomas Cook. В настоящее время на туристском рынке присутствуют: ВАО «Интурист» (гостиничный

бизнес), Национальная туристская компания «Интурист» (НТК «Интурист») и компания ООО «Интурист – Томас Кук» (Intourist Thomas Cook).

Инструктор-проводник (instructor), профессионально подготовленный специалист, сопровождающий группу туристов, а также обеспечивающий их безопасность и организующий их быт при прохождении, как правило, пешеходного маршрута. И-п. должен иметь специальный документ, подтверждающий его квалификацию и знание маршрута на определённой местности.

Инфляция в туризме (inflation in tourism), важный экономический фактор, влияющий на развитие туристской отрасли. Повышение инфляции в экономике государства в целом предполагает повышение общего уровня цен на товары и услуги. Уровень инфляции влияет на величину реальных доходов населения, которая, в свою очередь, становится экономическим фактором, воздействующим на развитие туризма. Существует прямая зависимость между уровнем экономического развития страны и благосостоянием её жителей, поэтому государствам с развитой экономикой принадлежит лидерство на мировом рынке по количеству поездок резидентов страны и величине их расходов за границей.

Информационные технологии в туризме (information technology in tourism), система взаимосвязанных компьютерных и коммуникационных технологий, обеспечивающих:
- сбор, хранение и передачу необходимой информации как основы взаимодействия всех компонентов туристской индустрии на базе глобальной сети Интернет;
- автоматизацию работы большого числа процессов и функций в деятельности всех участников туристского процесса и каждого в отдельности на основе компьютерного программирования (маркетинг, управление, финансовая деятельность, делопроизводство, внутриофисные контакты и т.д.);
- доступность туристов к информации и услугам в процессе путешествия, в т.ч. с использованием мобильных приложений.

Информация туристская (tourist information), представляет собой достоверные и полные сведения:
- об организаторе путешествия и продавце туристского продукта, наличии обязательных государственных разрешительных и страховых документов (сертификатов, лицензий и т.д.);
- о туристских формальностях, необходимых для совершения поездки, и сроках их оформления;
- о принимающей стороне;
- о содержании предлагаемого пакета услуг, его стоимости и системе оплаты;
- о штрафных санкциях и порядке подаче рекламаций и жалоб по содержанию и качеству обслуживания;
- о маршруте путешествия и программе пребывания,
- об информации, входящей в существенные условия договора о туристском обслуживании.

При этом вся предоставленная И.т. должна соответствовать действующему законодательству и принятым нормативным документам. См. *Туристско-информационные центры*.

Инфраструктура туристская (tourism infrastructure). 1. Организации, предприятия и службы, обеспечивающие предоставление услуг на всех этапах туристского путешествия: средства размещения,

транспорт, предприятия питания и коммуникации, связь, коммунальное, бытовое и медицинское обслуживание, экскурсии, анимация и др. 2. Комплекс технических и технологических сооружений, инженерных и коммуникационных сетей, в том числе телекоммуникационной связи, дорог, смежных индустрии туризма предприятий, обеспечивающих нормальный доступ туристов к туристским ресурсам и их надлежащее использование в целях туризма, а также обеспечение жизнедеятельности предприятий сферы туризма. В И.т. входят системы водо- и газоснабжения, канализации, очистки воды, энергоснабжения, коммуникации и связи, осветительных приборов, сооружений для обслуживания и функционирования транспорта и пассажиров и др.

Исполнитель туристской услуги (contractor travel service), юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, оказывающее услуги потребителю, т.е. туристу.

Историко-культурный туризм (historical-cultural tourism), подвид культурно-познавательного туризма, который представляет собой туристские поездки с целью ознакомления с историческим и культурным наследием различных народов. Успех развития туризма в любой стране зависит не только от имеющейся современной инфраструктуры туризма, соответствующей общепринятым стандартам и требованиям, но и от уникальности и разнообразия национального историко-культурного наследия. И.-к.т. охватывает все аспекты путешествия, посредством которого человек узнает об истории, культуре, укладе жизни, нравах и обычаях других народов. И.-к.т., основанный на личных впечатлениях от познания своей национальной или зарубежной истории и культуры, является одним из наиболее массовых направлений в туризме, предлагает туристу новые подлинные впечатления и способствует налаживанию межкультурных и межнациональных коммуникаций. При осуществлении поездок с историко-культурными целями туристы всегда должны относиться с уважением к иным культурным ценностям, традициям и обычаям других народов. См. *Культурно-познавательный туризм.*

Историческая реконструкция (reconstruction of historical). См. *Реконструкция историческая.*

Исторические города и сельские поселения (historic towns and rural settlements), городские и сельские населённые пункты, имеющие архитектурные памятники, градостроительные ансамбли и комплексы, являющиеся объектами культурного наследия, а также сохранившиеся природные ландшафты и древний культурный слой земли, представляющий археологическую и историческую ценность. И.г.с.п., как правило, обладают высоким аттрактивным и рекреационным потенциалом. Они выступают важным туристским ресурсом страны. Понятие И.г.с.п. введено в мае 1970 г. постановлением коллегии Министерства культуры РСФСР и Государственным комитетом Совета Министров России, когда впервые был утверждён список из 115 исторических городов и других населённых пунктов РСФСР. Постановлением коллегии Министерства культуры РСФСР № 12 от 19 февраля 1990 г., коллегии Госстроя РСФСР № 3 от 28 февраля 1990 г. и президиума Центрального совета ВООПИиК № 12 (162) от 16 февраля

1990 г., по согласованию с советами министров автономных республик, исполкомами краевых и областных Советов народных депутатов был принят новый список исторических населённых мест РСФСР. Он значительно расширился и включал 426 городов, 54 посёлка городского типа и 56 сёл. На 2002 г. количество исторических городских поселений в Российской Федерации составляло 478. В 2010 г. Министерство культуры РФ опубликовало приказ, в котором утверждён список поселений, получивших статус «исторические». По сравнению со списком 2002 г., количество поселений в нём сокращено более чем в 10 раз — теперь в списке всего 41 населённый пункт. Все исторические города России разделяются на четыре категории по ценности их культурного наследия:
- исторические города международного (мирового) значения, наследие которых имеет признанный международным сообществом уникальный характер и нуждается в принятии особых мер и процедур по его сохранению;
- исторические города общегосударственного (общенационального) значения, наследие которых имеет выдающийся характер и для его сохранения требуется разработка комплексных программ и специальных проектов по реконструкции и возрождению исторической среды;
- исторические города регионального значения, наследие которых обосновывает их выделение из общего списка и нуждается в сохранении и использовании его как градостроительного наследия.
- прочие исторические города.

Исторический центр города (historical town centre), наиболее древняя часть города, на территории которой, как правило, он был создан. И.ц.г. являются старейшими архитектурными ансамблями, где находятся основные объекты культурного наследия, с которыми связаны важнейшие исторические события в социальной, экономической и культурной жизни города. И.ц.г., как правило, связаны с современной жизнью их жителей и играют важную роль в общественной, деловой, социокультурной жизни горожан. И.ц.г. пользуются большим вниманием со стороны туристов и включаются, как правило, в программы туристских путешествий. См. *Центр города.*

История паломничества (pilgrimage history). 1. Научная дисциплина, которая занимается изучением и описанием возникновения и развития паломнических путешествий, центров религиозного поклонения и паломнической инфраструктуры в мировых и национальных религиях (буддизме, исламе, христианстве, индуизме и т.д.) в хронологическом порядке. 2. Учебная дисциплина в высших образовательных специализированных заведениях, на курсах повышения квалификации.

История русского православного паломничества (russian orthodox pilgrimage history). 1. Научная дисциплина, которая занимается изучением и описанием возникновения и развития русских православных паломнических путешествий, центров религиозного поклонения и паломнической инфраструктуры в хронологическом порядке. 2. Учебная дисциплина в высших образовательных специализированных заведениях, на курсах повышения квалификации.

История туризма (tourism history). 1. Научная дисциплина, которая занимается изучением и описанием возникновения и развития туристских

путешествий и индустрии туризма в отдельных странах, регионах и в мире в целом в хронологическом порядке. 2. Учебная дисциплина в высших образовательных специализированных заведениях, на курсах повышения квалификации.

История туризма в России (tourism history of Russia). 1. Научная дисциплина, которая занимается изучением и описанием возникновения и развития туристских путешествий и индустрии туризма в России в хронологическом порядке. 2. Учебная дисциплина в высших образовательных специализированных заведениях, на курсах повышения квалификации.

Итинерарий (itinerary), описание путешествий по Римской империи с указанием дорог и мест отдыха. Во времена поздней Античности специально для христиан-паломников существовали И. с подробным описанием святых мест и маршрута в Святую Землю. В современном понимании И. – путеводитель для паломников, однако при этом в поздней Античности и в Средние века И. использовались для духовного чтения. См. *Путеводитель. Проскинитарий.*

К

Кабаре (cabaret), ресторан или кафе с развлекательной музыкальной программой, которая включает различные эстрадные жанры: песни, романсы, одноактные пьесы, скетчи, хореографические номера, выступления конферансье, акробатов и жонглёров. К. как термин, так и форма организации досуга и отдыха, появились в Париже в середине XIX в. Позже К. стали возникать во многих странах Европы и Америки. Впоследствии основное своё значение К. приобрело как место, где исполняются откровенные танцы. В настоящее время К. стали популярным местом для туристов в разных странах.

Кадастр туристских ресурсов (inventory of tourism ressources), свод сведений об имеющихся объектах культурного и природного наследия, туристской инфраструктуры региона, страны или населённого пункта, их географическом положении и границах, владельцах и пользователях, научной, экономической, исторической, экологической и культурной ценности. К.т.р. формируется для обеспечения органов исполнительной власти, местного самоуправления и туристских организаций достоверной информацией о туристском потенциале конкретной территории.

Казино (casino), игорный дом, игорное заведение, в котором с использованием рулетки, игровых столов для карточных игр и игры в кости, игровых автоматов, а также другого игорного оборудования осуществляется проведение азартных игр с объявленным денежным или иным имущественным выигрышем. К. во всех странах мира привлекают туристов, поэтому рядом с ними строятся гостиницы или же сами К. создаются в отелях высокого класса. См. *Казино-отели. Игорный бизнес.*

Казино-отели (casino hotels), неформальная классификация средств размещения, которые построены в игорных зонах и связаны существованием игорного бизнеса. Основные услуги большинства гостиниц – размещение и питание – для К.-о. являются вторичными по отношению к организации игорного бизнеса Отличительной чертой К.-о. является их ценовая политика: номера, питание и напитки, как правило, крайне дороги. Однако для активно играющих в казино клиентов эти отели могут предоставлять номера и напитки бесплатно. Помимо перечисленных видов услуг, К.-о. могут предлагать развлекательные шоу-программы и концерты мировых эстрадных звёзд, организацию перелётов чартерными рейсами для иногородних клиентов, теннисные корты и бассейны и т.д. К.-о., как правило, ярко и дорого освещены и иллюминированы.

Календарный год (calendar year), условная единица измерения времени, равная 365 суткам для обычного года и 366 суток для високосного, принятая в европейских и многих других государствах. Для многих стран К.г. начинается 1 января и заканчивается 31 декабря того же года, как и совпадающий с ним учётный и отчётный период. В некоторых странах хозяйственный и финансовый год могут не совпадать с К.г., что необходимо учитывать при планировании туристских мероприятий. В мусульманских странах используется исламский календарь, который не совпадает с европейским

К.г. В некоторых восточных странах используется буддийский календарь, который также имеет свою специфику и отличается от европейского К.г.

Календарь культурных событий (calendar of cultural events), перечень наиболее важных и традиционных культурных мероприятий и событий, с указанием дат и мест проведения, происходящих каждый месяц в течение года в крупных городах (особенно в столичных), туристских дестинациях и на объектах показа. К.к.с. является важным источником информации для планирования туристской деятельности туроператорами и работы руководителями гостиниц, организаций общественного питания и транспортных структур.

Календарь праздников (holiday calendar). См. *Календарь культурных событий.*

Календарь событийный (calendar of events). См. *Календарь культурных событий. Календарь спортивных соревнований.*

Календарь спортивных соревнований (calendar of sports competitions), систематизированный перечень соревнований, планируемых и официально утвержденных спортивными организациями (федерациями, комитетами, клубами и т.д.), представленных в календарной последовательности, с указанием дат и мест проведения. Календарные планы спортивных мероприятий бывают:
- сводно-комбинированными (сводящими календарные планы соревнований по разным видам спорта);
- спортивно-видовыми (охватывающими все контингенты спортсменов одного вида спорта);
- избирательно-поконтингентными (предназначенными для определенных контингентов спортсменов: по возрасту, квалификации, полу, другим признакам).

Все перечисленные К.с.с. могут также быть разного масштаба: местными, региональными, национальными, континентальными, всемирными. К.с.с. является важным источником информации для планирования туристской деятельности туроператорами, гостиницами, организациями общественного питания и транспортными структурами.

Календарь туристский (calendar of tourist). 1. К.т. содержит информацию о праздничных и других мероприятиях, наиболее интересных для туристов, о месте их проведения, датах, организаторах, а также контактную информацию. В К.т. можно найти подробное описание конкретного праздника, ознакомиться с программой мероприятия. В каждой стране существует свой календарь туристских сезонов – периоды в году, когда наилучшим является определенный вид отдыха. К.т. поможет определиться, в каком месяце лучше всего поехать в выбранную страну или, наоборот, в какую страну лучше поехать в выбранном месяце. 2. Существуют профессиональные К.т.: туристских выставок, ярмарок, бирж, образовательных профессиональных мероприятий (конкурсы, курсы и т.д.) 3. К.т. используются как форма туристской рекламы.

Календарь церковный (calendar of the Church), система исчисления времени, основанная на периодичности видимых движений Солнца и Луны. Для фиксации годового богослужебного года Русская Православная Церковь использует К.ц., который пришел на Древнюю Русь из Византии в X в. В своей основе это был юлианский К.ц., разработанный

александрийским астрономом Созигеном и принятый христианским миром через постановление I Вселенского Собора в 325 г. Константинопольский Собор в 1923 г. принял так называемый «исправленный юлианский стиль», который при определении Пасхи руководствуется старым стилем, а при определении непереходящих праздников – новым (григорианским). Этому вскоре последовали Элладская, Александрийская, Антиохийская, Кипрская, Румынская, Финляндская, Американская, Польская, Болгарская и Чехословацкая Православные Церкви. Напротив, Русская, Иерусалимская, Грузинская, Сербская Православные Церкви и монастыри Святой Горы Афона сохранили юлианский (старый) стиль. К.ц. является важным источником информации для планирования паломнических поездок.

Калькуляция (calculation), бухгалтерский расчёт затрат, расходов на организацию туристской поездки или обслуживание туриста, а также реализацию услуг в денежном выражении. К. даёт возможность определить себестоимость туристского продукта.

Камера хранения (left luggage locker, baggage locker), оборудованные помещения в аэропорту, на вокзале, в гостинице и т.д., где туристы хранят свой багаж. К.х. являются обязательным элементом инфраструктуры аэропортов, морских и речных портов, железнодорожных и автобусных вокзалов, а также крупных станций. К.х. бывают разного вида: 1. автоматические, представляющие собой металлическую ячейку с замком – предназначены для временного хранения ручного багажа транзитных или отъезжающих пассажиров, которые оплачивают время нахождения своих вещей в по определённому тарифу; 2. обычные, где багаж принимается и выдаётся сотрудником гостиницы за определённую плату; 3. специализированные, предназначенные для негабаритного багажа пассажиров, – обслуживаются сотрудниками вокзалов и аэропортов, имеют специальный тариф.

Кампания рекламная (campaign advertising). См. *Рекламная кампания.*

Канатно-кресельный подъёмник (cable car-chairlift), вид канатной дороги в горах, когда пассажиры поднимаются в креслах. Количество кресел варьируется от 1 до 8 в ряд. Наиболее распространены двух- и четырехкресельные подъемники. К.-к.п. обычно используют на горнолыжных курортах. Но иногда они встречаются и в прибрежных курортных местностях, где используются для доставки туристов к достопримечательностям или обзорным площадкам, расположенным на возвышении над прибрежной линией. К.-к.п. позволяют доставлять гостей и сотрудников горнолыжных курортов к нужному месту в креслах, которые закреплены на канате. Именно благодаря креслам сразу несколько лыжников имеют возможность с комфортом подняться к началу трассы. К.-к.п. бывают с фиксированным зажимом, с отцепляемым подвижным составом, а также с комбинированным (совмещенным) подвижным составом (многоместные кресла и кабины).

Канатные дороги горнолыжные (cable car ski), пассажирские канатные подъёмники, предназначенные для перевозки спортсменов, туристов и горнолыжников в труднодоступные и высокорасположенные

места, как правило, в горах. Разновидностями К.д., применяемых для подъёма горнолыжников и сноубордистов к местам катания, являются: бугельные, канатно-кресельные подъёмники, гондольные или кабинные подъемники, маятниковые. К.д. применяются в крупных городах и населённых местностях с реками и озёрами, чтобы экономить время и силы пешеходов, в том числе и туристов. Основные виды К.д.: *безопорная и опорная*. См. *Подвесная канатная дорога*. *Фуникулёр*.

Каникулы (vacation), дни, свободные от учёбы в образовательных заведениях, которые используются учащимися для отдыха, развлечений и путешествий.

Капсульный отель (capsule hotel), неформальная классификация средства размещения, представляющего собой набор малогабаритных помещений для проживания людей, чаще всего для ночёвок. Помещения для отдыха представляют собой небольшие спальные ячейки, расположенные друг над другом, размером примерно 2×1×1,25 м. Этого объёма достаточно, чтобы спать, смотреть телевизор или читать. Принимать пищу и курить в капсулах не разрешают. Приватность посетителя обеспечивается занавеской или дверью из стекловолокна, расположенной в открытом конце капсулы. Багаж постояльца хранится обычно в шкафчике, расположенном недалеко от капсулы. Туалеты и ванные комнаты также расположены отдельно и являются местами общего пользования. Такой стиль размещения постояльцев в гостинице популярен в Японии и некоторых других странах. К.о. расположены, как правило, возле крупных вокзалов, аэропортов или рядом с увеселительными районами. Первый К.о., разработанный Кисё Куракавой, был построен в г. Осака (Япония) и открыт в 1979 г.

Караван вьючных животных (caravan of pack animals), последовательное движение друг за другом вьючных животных в пустынях, степях и горных местностях; такой способ передвижения известен с древнейших времён. К.в.ж. составлялись из верблюдов, лошадей, слонов, яков и других животных. В условиях пустынь, гор и степей с древнейших времён было принято организовывать следование группы вьючных животных цепочкой, один за другим. Во главе К.в.ж. шёл или ехал опытный ведущий, который знал или выбирал наиболее оптимальный и безопасный путь следования к намеченной цели. В древности К.в.ж., как правило, охранялись. В истории известны случаи, когда караваны состояли из нескольких тысяч животных и десятков тысяч человек. В настоящее время передвижение в составе К.в.ж. осуществляется при организации сафари туристов на верблюдах в гости к бедуинам или в древние оазисы, где сохранились объекты культурного и природного наследия. При организации перемещения туристов на верблюде, лошади и любом другом животном необходимо учитывать, что эта поездка требует привычки и определённых навыков.

Караван-сарай (caravanserai), исторический термин, обозначающий средство размещения, возникшее в глубокой древности, а также общественное здание, существовавшее в странах Азии, в том числе на Ближнем Востоке и в Северной Африке, располагавшееся, как правило, на караванных путях, а также в городах, лежавших на перекрёстках крупных дорог. Предназначалось для отдыха

людей и вьючных животных. Важнейшим условием создания К.-с. было наличие рядом с ним колодца с водой, озера или реки. К.-с. были двух типов: открытые и закрытые. Открытые К.-с. строились вдоль дорог как небольшие крепости, чтобы можно было отбить нападения разбойников и даже выдержать недолгую осаду. Закрытые К.-с. в основном строились в городах, хотя возводились также и вдоль дорог. Внутри К.-с. находились комнаты для проживания и склады для товаров. В обязательном порядке присутствовал загон для вьючных животных. Встречались не только одноэтажные, но и двухэтажные К.-с. На втором этаже К.-с. находились жилые помещения, а на первом – залы для приёма пищи и склады. В крупных городах, как правило, К.-с. строились рядом с торговыми площадями, являлись центрами общественной жизни. Владельцы К.-с. представляли путешественникам следующие услуги: ночлег, питание (чайхана), помывку в бане (хамам), обмен денег, охрану товаров, приобретение лошадей, верблюдов и т.д.

Караванинг (caravaning), подвид автомобильного туризма, путешествие с проживанием в автодомах или автоприцепах. К. является одним из самых популярных видов автомобильного туризма для жителей Европы и США, где хорошо развита система кемпингов. Автотуристы, путешествующие таким способом, традиционно отмечают свой праздник 24 сентября, в день караванщика. В России это праздник называется День караванера и имеет более узконаправленную целевую аудиторию; День караванера не привязан к определённой дате и отмечается в начале летнего сезона путешествий. См. *Автомобильный туризм*.

Караневский Пётр Ильич (1940-2015), российский учёный и педагог в сфере туризма, специалист по вопросам теории и практики экскурсионной деятельности, профессор, член президиума Международной общественной туристской академии (МТА), доцент кафедры туризма и гостиничного дела Московского гуманитарного университета (МОСГУ). Он имел радиотехническое образование и авторское свидетельство на изобретение «Зеркального парабалоида антенны» (1979). К. был известным общественным деятелем отечественного и международного туризма, внёс большой вклад в развитие туризма России. К. был одним из инициаторов создания и активным сотрудником МТА. До последних дней он вел преподавательскую деятельность, является автором и соавтором научных трудов, методических и учебных разработок в сфере туризма и экскурсий.

Соч.: Учебно-методическое пособие по дисциплине «Экскурсионная и выставочная работа». М., 2001. Экскурсоведение. Рабочий учебник. М., 2006. – 90 с.

Групповая идентичность туристского сообщества и его формирование в Российской Федерации. В сб. Групповая идентичность в истории и культуре: этнос, религия, социальный организм // Сборник научных статей. М.: Национальный институт бизнеса, 2011. С. 191-196.

Элита российского туризма // В сб. «Элита России в прошлом и настоящем: социально-психологические и исторические аспекты». М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2010. С. 290-300.

Выставочная работа. Основы организации и проведения выставочной работы. М.: РосНОУ, 2007. – 73 с.

Экскурсоведение. Рабочий учебник. М., 2006. – 90 с.

Экскурсовод – профессия творческая // В сб. Туристские фирмы. Национальный туристский журнал. Вып. 35. СПб., 2005. С. 287-292.

Карантин (quarantine), система временных организационных, административных, хозяйственных, санитарных и профилактических режимных и ограничительных мероприятий, направленных на предупреждение распространения инфекционных болезней, обеспечение локализации эпидемических очагов и последующую их ликвидацию. В случае возникновения К. в регионе, стране или дестинации, куда предполагает совершить путешествие турист, турфирма обязана предупредить клиента об этом.

Карантинное свидетельство (certificate of quarantine). См. *Свидетельство карантинное*.

Карета (chariot), конный экипаж, закрытая пассажирская повозка, известная с античных времён, с рессорами (ранее использовали ремни или пружины). Наиболее часто К. применялись для личного пользования, хотя с позднего Средневековья и в начале Нового времени начали использоваться в том числе и в качестве общественного транспорта. К. считались: дилижанс, омнибус и шарабан. На К. развозили почту. В настоящее время сохранились единичные экземпляры К. – в качестве музейных экспонатов, а также в качестве аттракционов для развлечения туристов и местных жителей. В ряде стран К. используются для торжественных церемоний – например, коронаций.

Карманные деньги (pocket money), наличные деньги страны пребывания, которые в небольшом количестве носят с собой туристы для приобретения сувениров, проездных билетов, питания и т.д.

Карманный словарь иностранных слов (pocket dictionary of foreign words), краткий словарь наиболее употребительных слов какого-либо иностранного языка, изданного в карманном формате. Туристы часто берут в дорогу такие словари, чтобы самостоятельно разговаривать с местными жителями страны пребывания. В настоящее время подобные словари используются в электронном виде в гаджетах, которые как программное приложение скачиваются на мобильные телефоны, ноутбуки, айпады и т.д.

Карнавал (carnival), массовый традиционный праздник, связанный с переодеваниями, маскарадами и красочными шествиями, привлекающий в места, где он проводится, массовые потоки туристов. К. возник в христианских странах и проводился перед Великим постом. Изначально был распространён в основном в католических странах. К. появился в IX-X вв., к этому времени относятся наиболее ранние упоминания о периодических городских празднествах в разных городах Западной Европы. Первые карнавалы появились в Италии: Венеция и Рим. Затем появились К. во Франции и Германии.
К. сопровождались массовыми народными гуляньями, уличными шествиями, театрализованными представлениями и щедрыми застольями. Традиция проведения К. сохранилась и развилась в современной жизни многих стран, в том числе в Латинской Америке – например, бразильский К., на который приезжают сотни тысяч туристов. Также среди туристов остаются популярными К. в Венеции, Риме, Дюнкерке,

Дюссельдорфе и других европейских городах. В России традиция К. существовала в дворянской среде в императорский период, в народной среде с размахом праздновалась Масленица. См. *Масленица*.

Карта (map), географическая карта (карта-схема), на которой в масштабе изображены картографическими средствами местоположение на местности конечного пункта туристской поездки и весь путь следования туриста с указанием основных остановочных пунктов, дорог, туристских и религиозных центров, а также других компонентов путешествия в конкретном регионе.

Карта винная (map of wine), ассортиментный перечень, прейскурант вин и других крепких напитков с указанием цен, предоставляемый клиентам ресторанов, кафе или баров. Издаётся в виде отдельного каталога на плотной бумаге в кожаном переплете или отдельным разделом общего меню ресторана. В ресторанах некоторых стран существуют К.в. на разных языках, но о подаче такой карты надо специально попросить официанта.

Карта гостя (guest card), документ на право входа в гостиницу и получения ключа от номера. К.г. выдаётся туристу при заселении в гостиницу, всегда выписывается в одном экземпляре и должна содержать следующие данные: фамилия гостя, номер комнаты и сроки проживания. К.г. является удостоверением личности туриста на территории гостиницы и даже в городе, где расположено средство размещения. См. *Внутренняя карта гостя*. *Регистрационная карточка гостя*.

Карта туриста (tourist card), документ, приобретаемый за определённую плату туристом, представляющий собой дисконтную (скидочную) карту; К.т. предоставляется туристу за определённую плату в туристских центрах и дестинациях и дает право на бесплатное или льготное посещение музеев, выставок и других достопримечательностей, бесплатный или льготный проезд в общественном транспорте, скидки или бонусы в определенных кафе, ресторанах, при шопинге в торговых центрах, на специфические услуги в горнолыжных, пляжных и других спортивных, оздоровительных и развлекательных центрах. В К.т. указываются фамилия и имя туриста и другая необходимая идентификационная информация. К.т. может иметь разные названия в зависимости от набора дисконтируемых услуг и в конкретной дестинации – например, паспорт туриста, паспорт культурного туриста, Budapest Card, Roma Pass, Paris Visite, Paris City Pass, Paris Sightseeing Pass, Amsterdam Holland Pass, Ski-pass, Карта гостя Санкт-Петербурга и т.д.

Картинг (karting), вид спорта и развлечений, представляющий собой спортивные гонки на картах, простых гоночных микролитражных спортивных автомобилях. Скорость карта может достигать 260 км/ч. К. привлекают большое число зрителей и туристов, в том числе детей и родителей. Как правило, для занятий картингом строятся специальные трассы – картодромы, имеющие извилистую структуру с множеством поворотов и огороженные специальными видами ограждений (от автомобильных шин до мягких мешков и матов) для снижения риска получения травм участниками гонок.

Картинная галерея (picture gallery). См. *Художественная галерея*.

Картосхема (skeleton map), карта с произвольным масштабом, с упрощённым и обобщённым изображением элементов содержания, которая наглядно, функционально и понятным способом представляет различной сложности географические данные города, района или местности.

Карточка кредитная (credit card), финансовый документ, выпущенный (эмитированный) банком, имеющим на это право, удостоверяющий наличие в соответствующем банковском учреждении счёта владельца. К.к. используется как инструмент в системе финансовых расчётов, замещающий наличные деньги. К.к. может быть использована только лицом, чьё имя указано на ней, для расчетов за товары и услуги в пределах той суммы, которая находится на счёте владельца, или в пределах кредитного лимита, установленного банком-эмитентом. Различаются карты дебетовые, кредитные и карты с овердрафтом. В туристской сфере расчёты посредством К.к. в последние годы получили значительное распространение и развитие.

Касса (cash desk), специально оборудованное помещение или место в гостинице, ресторане, магазине, банке, аэропорту, железнодорожном вокзале, театре и т.д., где покупатель, в том числе турист, оплачивает кассиру услуги и товары. В настоящее время получили распространение электронные кассовые аппараты, которые позволяют покупателю самостоятельно оплатить покупку.

Кастомизация (customization), изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путём её комплектации дополнительными элементами или принадлежностями.

Каталог выставки (catalogue of the exhibition), официальное справочное и/или рекламное издание, содержащее систематизированный перечень имеющихся в наличии на выставке предметов и услуг. К.в. может представлять собой электронный или печатный документ, содержащий перечень экспонентов, их контактную информацию, номера выставочных стендов и любую другую информацию, относящуюся к выставке.

Каталог туристский (directory of tourist), систематизированный перечень, включающий описание туристских поездок, маршрутов и услуг, общие условия их реализации, выпускаемый туристской компанией в печатном или электронном виде в рекламных или информационных целях.

Каталог туроператора (tour operator's catalog), информационно-рекламный проспект, содержащий подробную характеристику инклюзив-туров, организуемых туроператором. В К.т. представляется информация: о сроках проведения туров (отбытие, прибытие); классе обслуживания; отелях; экскурсиях; социальных и культурных мероприятиях; дополнительных услугах и их стоимости; дополнительных скидках со стороны туроператора (групповая, сезонная, чартерная и т.п.)

Катамаран (catamaran). 1. Древнее традиционное плавательное средство, двойной плот у народов, проживающих на азиатском побережье Индийского океана. 2. Современное морское или речное двухкорпусное судно, обе части которого соединяются сверху мостом (ферменного или палубного типа). К. широко распространены в парусном спорте и туризме. Особенностью парусных

катамаранов являются повышенная начальная устойчивость, высокие ходовые качества. В России более широкое распространение получили удобные для хранения и транспортировки разборные надувные К., используемые для отдыха, парусных туристских походов и соревнований. Многие модели водных велосипедов являются К.

Категорирование гостиниц (categorization of hotels), процесс присвоения средству размещения определенной категории в зависимости от его уровня комфорта и наличия услуг. В различных странах подход к категорированию различен и требования к уровню комфорта сильно отличаются. В Российской Федерации, как и в некоторых других странах, категория обозначается знаком «*» (звезда). Увеличение числа звёзд (от 1 до 5) соответствует возрастанию уровня комфорта. См. *Классификация гостиниц.*

Категория гостиничная «одна звезда» (category hotel “one star”). В средстве размещения «одна звезда» необходимо наличие: внутренней телефонной связи (без выхода за пределы гостиницы), или кнопки экстренного вызова обслуживающего персонала во всех номерах; городского, междугородного телефона, установленного в вестибюле; холла для ТВ. Требования по оснащению номерного фонда: площадь номера – от 9 кв. м; санузел – не менее чем в 25% номеров; смена белья раз в пять дней; обязательны следующие предметы гигиены: бумага, мыло и полотенца. В районах с жарким климатом обязателен вентилятор. Из дополнительных услуг: предоставление утюга и аптечки по просьбе гостя. Ресторан (или кафе) в средствах размещения данной категории необязателен.

Категория гостиничная «две звезды» (category hotel ”two stars”). В средстве размещения «две звезды» необходимо добавить наличие к приведенным выше требованиям для гостиницы «одна звезда»: внутреннюю телефонную связь во всех номерах; санузел – не менее чем в 50% номеров; наличие ресторана, кафе или других типов общественного питания; поднос багажа по просьбе гостя; форменная одежда персонала; смена постельного белья поэтажно-хозяйственной службой гостиницы один раз в три дня.

Категория гостиничная «три звезды» (category hotel “three stars”). В средстве размещения «три звезда» необходимо наличие:
- резервного горячего водоснабжения;
- время ожидания лифта не более 45 сек.;
- городская телефонная связь;
- санузел во всех номерах;
- система централизованного охлаждения воздуха или кондиционер в регионах с жарким климатом;
- служба приёма и размещения с зоной отдыха;
- индивидуальные сейфы в номерах или депозитные сейфовые ячейки на стойке приёма и размещения;
- ковровое покрытие в коридорах;
- смена полотенец ежедневно;
- смена белья раз в три дня;
- химчистка в течение суток;
- бронирование и продажа билетов на авиационный и железнодорожный транспорт;
- предусматриваются разные варианты организации предоставления питания.

Категория гостиничная «четыре звезды» (category hotel ”four stars”). В средстве размещения «четыре звезды» необходимо наличие декоратив-

ного козырька над главным входом; установки по обработке воды; внутреннего радиовещания; лифтов в зданиях более двух этажей со временем ожидания лифта не более 30 сек. Площадь гостиничных номеров – не менее 12 кв. м; санузла – не менее 3,8 кв. м. В каждом гостиничном номере должны быть предусмотрены: внутренняя, городская, междугородная и международная телефонная связь; термостат для индивидуальной регулировки комнатной температуры. Номерной фонд должен включать многокомнатные номера. Гостям, прибывающим в гостиницы этой категории, должны предоставляться следующие торговые, бытовые и оздоровительные услуги: рекреационная зона службы приема с подачей напитков и музыкальным вещанием; бизнес-центр; плавательный бассейн или сауна с мини-басейном; магазины и торговые киоски; несколько залов ресторана; бронирование и продажа билетов в театры; заказ экскурсий; обслуживание в номере круглосуточно. Обеспечивается ежедневная смена постельного белья; наличие банных тапочек и махровых халатов в номерах – обязательно. Для гостиниц этой категории предусмотрены жёсткие требования по оформлению интерьеров и техническому оснащению помещений.

Категория гостиничная «пять звёзд» (category hotel “five stars”). В средстве размещения «пять звёзд» требования те же, что и для средств размещения категории «четыре звезды», а также: площадь номера – от 14 кв. м; многокомнатные номера; обязательно наличие плавательного бассейна; оборудованного медицинского кабинета и медицинского персонала; конференц-залов для организации и проведения конгрессно-выставочных мероприятий; охраняемой автомобильной стоянки. Для гостиниц этой категории предусмотрены жёсткие требования по оформлению интерьеров и техническому оснащению помещений.

Категория гостиничная «внекатегорийная» (category hotel «uncategorical»). В России данная категория применяется для средств размещения туристов, которые не соответствуют по своим параметрам даже категории «одна звезда». Как правило, в таких средствах размещения преобладают многоместные номера, санузлы и душевые расположены вне номеров, вместо ресторанов или кафе к услугам гостей общая кухня-столовая, позволяющая приготовить или подогреть пищу, приобретенную постояльцами в магазинах. Персонал такой гостиницы часто приходящий, то есть или работает ограниченное количество часов в день, или приходит в гостиницу по вызову постояльцев (например, по телефонному вызову). В России к данной категории относятся большинство хостелов. В Австрии, например, в сельской местности встречаются так называемые «внекатегорийные гостиницы» – небольшие одно-, двух-, трехэтажные дома, зачастую обслуживаемые фермерской семьей.

Категории туризма (categories tourism), в соответствии с рекомендациями ЮНВТО выделяются следующие К.т.:
- туризм в пределах страны проживания туриста, включающий внутренний и въездной туризм;
- национальный туризм, охватывающий внутренний и выездной туризм;
- международный туризм, состоящий из въездного и выездного туризма.

К.т. могут использоваться применительно к определённой стране,

к области в этой стране, либо к региону, включающему несколько стран.

Кафе (cafe), предприятие общественного питания, небольшой ресторан с ограниченным ассортиментом продукции, иногда с самообслуживанием. По ассортименту реализуемой продукции и форме обслуживания К. подразделяются на: кофейни, кафе-пекарни, кафе-кондитерские, кафе-мороженое, кафе-гриль, кафе-бар, *интернет-кафе*. К. могут быть детскими и молодёжными. Первое К. появилось в Стамбуле в 1554 г. Во многих странах мира есть исторические кафе, в которых питались и пили кофе известные люди, а также происходили памятные события. К. часто пользуются туристы в связи с тем, что здесь, как правило, более демократические цены и быстрое обслуживание.

Кафедральный собор (cathedral church), главный христианский храм в городе, где находится кафедра правящего архиерея. К.с. являются главными в епархии или в митрополии, которыми управляют епископ, архиепископ или митрополит. Паломники, как правило, обязательно посещают К.с., в которых находятся честные мощи Божиих угодников, а также чудотворные и почитаемые иконы. См. *Собор*.

Кафешантан (music hall), предприятие общественного питания, где демонстрируется эстрадная программа развлекательного характера, род кабаре. См. *Кабаре*.

Качество окружающей среды (quality of the environment). 1. Степень соответствия природных условий конкретной территории биологическим потребностям человека и других живых организмов, включая природные и антропогенные факторы. 2. Состояние комфортности среды обитания конкретной туристской дестинации, включающей, как природные факторы, так и состояние инфраструктуры, уровня обслуживания и отношения местных жителей к туристам.

Качество туристского обслуживания (quality tourism service), совокупность уровня туристских услуг и процессов деятельности по удовлетворению потребностей туристов, характеризуемая профессионализмом и культурой поведения персонала туристской фирмы, гостиницы и т.д.

Качество туристской услуги (quality tourism services), совокупность характеристик туристской услуги, определяющих её способность удовлетворять установленным или предполагаемым потребностям туриста.

Каюта (cabin), отдельное помещение на корабле, оборудованное для проживания людей, а также различных служебных целей (*кают-компания*, музыкальный салон и т.д.) Пассажирские К. подразделяются на несколько классов по комфортабельности, согласно уровню предоставляемых удобств и услуг на корабле. К. 1 или 2 класса имеют санузел, более комфортабельные спальные места, а также отдельные места для отдыха. На круизных судах есть К., превосходящие по уровню комфорта и услуг первый класс. Такие К. представляют собой апартаменты и внешне ничем не отличаются от дорогих гостиничных номеров высшего класса.

Кают-компания (saloon), общее помещение для принятия пищи, совместного отдыха или место проведения собраний на корабле.

Каяк (kayak), гребная лёгкая лодка, приводимая в движение двухлопастным веслом, предназначенная для одного, двух, трёх человек. К. – традиционная лодка коренных народов Арктики; название пришло от эскимосов. В России распространено названия К. «байдарка», которое пришло от алеутов. Современные К. используются в водном туризме и предназначаются, в зависимости от конструкции, для плавания по бурным рекам, озёрам или морям. Различают: спортивные К. для гребного слалома; для водного родео (фристайла); для водного туризма; для экспедиций, а также для плавания по обширным водоёмам (морские каяки). См. *Байдарка.*

Каякинг. См. *Каяк. Водный туризм.*

Квартальнов Валерий Александрович (1942-2003), российский деятель в сфере туризма и туристского образования, основатель и первый ректор Российской международной академии туризма (РМАТ), доктор исторических наук, доктор педагогических наук, профессор. Свыше 30 лет отдал практической и образовательной работе в сфере туризма, в том числе в Бюро международного молодежного туризма «Спутник» (1966-1981), Центральном совете по туризму и экскурсиям (1981-2003). Участник и организатор крупнейших национальных и международных туристских мероприятий: Всемирной конференции по туризму (Манила, 1980), Международной научной конференции под эгидой ЮНЕСКО «Культурный туризм для мира и развития» (Москва, 2000), всероссийских конференций по актуальным проблемам развития регионального туризма (1998-2002). К. принимал участие в подготовке законодательных актов и предложений в России и ООН по проблемам экологии, спорта, туризма, мониторинга окружающей среды, профессионального туристского образования. Автор ряда изданий, избранных трудов, монографий, учебников и учебных пособий по туризму.
Соч.: Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления. М., 1999. – 490 с. Иностранный туризм. М., 1999. Туризм. М., 2002. – 315 с.; ил.

Квартирное бюро (housing office), небольшая официально зарегистрированная компания, которая занимается подбором временного жилья для людей, приезжающих в другой город или населённый пункт, где нет мест в гостиницах или иных средств размещения. К.б. предлагает туристам и путешественникам множество вариантов размещения не только в гостиницах города, но и в частных домах и квартирах. К.б. особенно распространены в курортных городах.

Квитанция об оплате (payment receipt), чек на бумажном или электронном носителе, который получает покупатель в магазине или в предприятии обслуживания, в том числе в туристской фирме, в качестве документа, подтверждающего факт покупки товара или услуги.

Квота в туризме (quota in tourism), доля общего числа мест в гостиницах и транспортных средствах, билетов в культурно-зрелищные учреждения и т.п., выделяемая для туристов (пассажиров) какой-либо туристской фирмой, средством размещения, перевозчиком, администрацией театра и т.д. на основании договора и на определённый срок или период.

Квота мест (allotment), количество номеров в гостинице (мест в транс-

портном средстве), выделяемых организатору туристской поездки на основании договора в определенный период.

Кегельбан (skittle alley), популярная игра, суть которой заключается в катании шаров по специальной дорожке с целью сбить поставленные в виде ромба 9 кеглей. Преимуществом К. перед боулингом являются простые правила и число игроков – до 20, что позволяет организовать клубную жизнь в единое целое и предложить вариант игры в зависимости от обстоятельств. К. является составной частью индустрии развлечений и пользуется популярностью у туристов многих стран. См. *Боулинг*.

Кеды (sport shoes), спортивная обувь, эпоним от торговой марки Keds, запущенной американской фирмой U.S. Rubber в 1916 г. Изначально создавались для занятий спортом, впоследствии стали повседневной обувью. В отличие от *кроссовок* и других видов спортивной обуви, подошва К. изготавливается из вулканизированной резины, а верхняя часть выполнена, как правило, из ткани, реже из кожи, эластичных искусственных материалов. К. широко используются в туризме и спорте.

Кейтеринг (catering), вид общественного питания, связанный с оказанием услуг вне помещения ресторана и/или кафе, иногда на удалённых точках – например, за городом на природе. К. включает все предприятия и службы, оказывающие подрядные услуги по организации выездного питания туристов в помещении и/или на открытом воздухе, а также осуществляющих обслуживание мероприятий различного назначения, в том числе организацию «шведского стола», буфета и розничную продажу готовой кулинарной продукции. К. включает не только приготовление пищи и её доставку, но и обслуживание, сервировку, оформление, доставку мебели, посуды и другие подобные услуги. Виды К. различают по месту проведения, способу оказания услуг и их стоимости: приготовление пищи в помещении; приготовление пищи вне помещения; контракт на поставку (доставка в офис); розничная продажа готовой кулинарной продукции; организация VIP-питания; продажа напитков и коктейлей (выездной бар). Виды К. различаются также по своему назначению: событийный К.; питание на транспорте (в том числе авиационный К. или бортовое питание); социальное питание (в образовательных, медицинских учреждениях, исправительных заведениях, армейских частях, научных экспедициях и т.д.); корпоративное питание.

Кемпинг (camping). 1. Лагерь для автотуристов, оборудованный палатками или другими легкими сооружениями летнего типа, автомобильной стоянкой, электрическим освещением, системой водоснабжения и канализации, оснащенный приспособлениями для приготовления пищи, игровыми и спортивными площадками. 2. Вид туристской инфраструктуры, обеспечивающей потребности автомобильного туризма, характеризующийся тем, что туристы во время поездки живут в специально оборудованных К. Обычно в К. предоставляют дополнительный набор услуг: помещения для приготовления пищи, душевые кабины и туалеты.

Километровый столб (milepost), дорожный знак, показывающий расстояние до населённых пунктов в единицах измерения, принятых в данной стране мерах длины. К.с. устанавли-

ваются вдоль дороги на равном расстоянии друг от друга. В Российской империи почтовые дороги, получившие с XVIII в. название почтовых трактов, подлежали измерению в вёрстах, для чего на них ставились верстовые столбы, поэтому они назывались в народе «столбовыми». Сохранившиеся древние или старинные дорожные столбы во многих странах являются объектами культурного наследия.

Кинотеатр (cinema), общественное заведение сферы культуры, представляющее собой здание или помещение, специально оборудованное для публичной демонстрации кинофильмов. Главные помещения кинотеатра – большой зрительный зал или несколько залов с экранами разного размера и системой воспроизведения звука. В современных кинотеатрах система звуковоспроизведения состоит из нескольких громкоговорителей, обеспечивающих объёмный звук. Вход в К., как правило, является платным. В структуре К. обычно устраиваются кафе, бары, залы ожидания, выставочные залы, туалеты. Туристы, знающие язык страны пребывания, посещают К. с целью знакомства с национальными фильмами.

Кинофестиваль (film festival), общественное праздничное мероприятие, на котором представляют новые произведения киноискусства. К. обычно сопровождается публичным показом многих фильмов и приездом их авторов. В ходе большинства К. проводятся конкурсы фильмов, по результатам которых вручаются призы (гран-при, приз зрительских симпатий и пр.). Результаты конкурса обычно оценивает экспертное жюри – реже проводится голосование экспертов. К. привлекают множество туристов, которые принимают участие в просмотрах фильмов, ещё не вышедших в прокат, а также – в различных фестивальных мероприятиях.

Кладбище (cemetery), участок территории, специально предназначенный для погребения умерших или их праха после кремации. Погребение в земле является древним и наиболее распространённым способом захоронения. К. привлекают многих туристов, которые посещают древние, исторические, военные, официальные, семейные и другие мемориалы и пантеоны. См. *Ритуальный тур*.

Кладоискательство (treasure hunt). См. *Поездки с целью кладоискательства*.

Классификация гостиниц (hotel classification), система оценки гостиничных предприятий по качеству и количеству предоставляемых услуг в соответствии с установленными стандартами какой-либо страны или гостиничной цепи. К.г. учитывает все факторы, влияющие на качество услуг размещения, – например, местоположение, наличие собственной территории, архитектуру, отделку здания, удобства номерного фонда и общественных помещений, наличие предприятий питания, бытовых служб, квалификацию персонала и т.д. Существуют различные национальные системы К.г. Наиболее распространенной является пятизвездочная система К.г. Присуждением гостинице классификационной категории в различных странах занимаются специальные государственные или профессиональные общественные органы. В Российской Федерации действует одобренная Правительством РФ пятизвездочная система К.г. и других средств размещения. К.г. также представляет

собой определение соответствия конкретной гостиницы и номеров критериям или стандартам обслуживания. Принятая в каждой стране классификация содержит категорию разрядности, которая является качественным параметром стандарта. Разрядность гостиницы влияет на её престиж, формирование клиентуры, стоимость гостиничных услуг и т.д. К.г. регламентируется на межнациональном и национальном уровнях, а также в рамках гостиничных цепей, ассоциаций, союзов. В различных странах существуют добровольные и обязательные системы К.г., которые регламентируются законодательством. Введению единой классификации гостиниц в мире препятствуют установившиеся национальные традиции, культурно-исторические различия государств, критерии качества и другие причины. Попытки ЮНВТО, Комитета гостиничной и ресторанной индустрии Европейского союза, Международной гостиничной ассоциации внедрить единую классификацию гостиниц не привели к положительному результату. Задачи усложняются ещё и тем, что кроме гостиниц существует масса других средств размещения (мотели, кемпинги, ротели, ботели, турбазы и т.д.) со своей особой спецификой. В настоящее время существует более 30 различных систем классификаций в разных странах. См. *Категорирование гостиниц.*

Классификация музеев (classification of museums), определяется:
- по масштабам деятельности (федеральные, региональные, местные);
- по форме собственности (государственные, ведомственные, общественные, частные);
- по территориальному признаку (республиканские, краевые, областные, городские, районные).

Основной является К.м. по профилю деятельности. Музеи делятся на: исторические, военно-исторические, археологические, этнографические, архитектурные, художественные, литературные, театральные, краеведческие, промышленные, природные, естественнонаучные и др. Отдельную группу музеев составляют: музеи-заповедники, музеи-усадьбы и достопримечательные места, связанные с ландшафтами и природным окружением.

Классификация средств размещения (classification of accommodation facilities). К.с.р. в разных странах и экономических системах имеет разные цели и задачи (ценообразование, налогообложение, ориентирование потребителей, маркетинговые исследования, архитектурное планирование и т.д.), поэтому в основу многочисленных классификаций положены разные критерии. Наиболее общим является разработанное экспертами ЮНВТО деление средств размещения на две основные группы: коллективные средства размещения и индивидуальные средства размещения. Средства размещения можно классифицировать по следующим критериям. Первый критерий – вместимость номерного фонда, по которому средства размещения делятся на малые (от 30 до 150 номеров), средние (от 150 до 300 номеров) и большие (от 300 до 600 номеров). Выделяют также мега-отели, в которых наличествуют более 600 номеров. Второй критерий – целевая специализация средства размещения, ориентированная на определённые группы посетителей. К ним относятся: *бизнес-отели, гостиницы при аэропортах*, *сюит-отели*, *апарт-отели*, *резидент-гостиницы*, *курортные гостиницы*, *гостиницы B&B*, *казино-отели*, *конгресс-отели*,

таймшер-отели, *кондоминиум-отели*, *ботели*, *мотели*, *ротели*, *флайтели, флотели*, *кемпинги*, *паркинги,* а также относительно новый вид размещения – *удобный отель (EusyHotel)*. Третий критерий – уровень комфорта, качество и количество предоставляемых услуг в средстве размещения. Выделяют три направления формирования требований для определения категории средства размещения: согласно первому, категория средства размещения определяется исходя из понятия «технического качества» (т.е. требования устанавливаются к размеру площадей, наличию оборудования, вместимости гостиницы и численности персонала и т.д.); второе опирается на понятие «функционального» качества (особое внимание уделяется уровню обслуживания); третье представляет собой количество и уровень услуг. В различных государствах и определенных гостиничных цепочках к понятию комфорта относятся по-разному, что затрудняет создание единой системы К.с.р. Для создания национальных систем К.с.р. государственными органами, занимающимися вопросами туристской индустрии (совместно с представителями гостиничного сектора, научно-исследовательскими организациями), вырабатываются соответствующие нормативные требования, которые закрепляются законодательными актами. Эти системы могут носить как обязательный, так и добровольный характер. Если определение классности является обязательной процедурой, то по её окончании организация получает официальное разрешение на оказание гостиничных услуг.

Классификация средств перевозки туристов (classification of means of transportation of tourists). См. *Транспортные услуги*.

Классификация видов и форм туризма (classification of tourism), выделение внутренне однородных свойств и признаков туристской деятельности по принятым основаниям. Наиболее распространенной К.в.ф.т. является его деление на типы, категории, виды и формы. Единой общепринятой К.в.ф.т. не существует. В научной литературе встречаются классификации и группировки видов туризма на основании различных критериев (цели путешествия, характер организации туризма, правовой статус, длительность путешествия или пребывания, сезонность, способ передвижения, возраст путешествующего и т.д.) По правовому статусу и региону посещения туризм делится на международный и внутренний. На внутренний туризм приходится 80-90% всех туристских поездок в мире, а совокупные расходы в 5-10 раз превышают затраты на международный туризм. Относительно каждой страны международный туризм подразделяется на въездной и выездной. Туризм в пределах одной страны называется национальным и подразделяется на внутренний и въездной. По экономической категории различают туризм коммерческий, т.е. оплачиваемый самим туристом, и социальный – полностью или частично оплачиваемый государством, предприятием или из средств различных социальных фондов. В условиях коммерциализации экономики в современной России социальный туризм исчез почти полностью. Разновидностью социального туризма являются *система отпускных чеков*, поощрительный или *инсентив-туризм*. По числу участников различают индивидуальный и групповой туризм. Под индивидуальным туризмом понимается путешествие не только одного человека, но и семьи (семейный туризм) и группы в составе не более

5-7 человек. По возрасту участников различают: детский, молодежный (преимущественно студенческий), взрослый и смешанный туризм. Иногда выделяют туризм пожилых людей (туризм «третьего возраста»), что актуально в связи с общемировой тенденцией роста туристского спроса со стороны этой категории людей. По признаку подвижности туризм делится на стационарный и кочевой. Такое деление достаточно условно, т.к. туризм всегда связан с отъездом с места проживания, а в местах отдыха туристы нередко отличаются большой подвижностью, и наоборот, при маршрутном туризме возможны длительные остановки. По сезонности различают зимний, летний и круглогодичный туризм, что имеет, как правило, природную, иногда социально-экономическую причину. Большинство видов туризма практикуются в летний период (сезон «пик»), а для зимнего времени (несезон) характерен преимущественно лыжный и горнолыжный. По особенности организации, туризм бывает организованный (синонимы: плановый, регламентированный) и самостоятельный (самодеятельный, неорганизованный, «дикий»). Плановое путешествие осуществляется в определенные оговоренные сроки, по заранее составленной программе, с предварительной оплатой комплекса или определенных услуг. Самостоятельный туризм нередко представляет для индустрии туризма острую проблему. В сезон «пик» доля неорганизованных туристов может составлять 50-75%, что создает напряженность в функционировании транспорта и сферы обслуживания. По продолжительности поездки делят на экскурсию (продолжительность поездки менее 24 час. без ночлега), краткосрочный туризм (не более 3 суток) и длительный (более 3 суток). По периодичности выделяют еженедельные поездки – туризм выходного дня (пятница – воскресенье) в воскресные дни (weekend – «уикэнд») и ежегодные в период отпусков и каникул. Одна из тенденций в развитии туризма заключается в дроблении отпускного периода и росте числа непродолжительных поездок. В развитых странах 20% населения выезжает на отдых и летом, и зимой, а 10% три и более – раз в год. В западной литературе это явление получило название «путешествие с интервалами». По территориальному признаку туризм бывает ближний (пригородный и местный), т.е. на территории, находящейся на расстоянии 10-12 час. езды наземным или водным транспортом, и дальний (внутренний, региональный, международный). Нередко туризм подразделяют по географическому признаку с учетом той природной или социальной обстановки в которой он происходит, – например, горный, водный, спелеотуризм, морской, океанический, прибрежный, пустынный, таежный, полярный, городской, сельский (деревенский туризм, агротуризм). В последнее время получил распространение т.н. экологический туризм (экотуризм). Экотуризм не нарушает целостности экосистем и создает такие экономические условия, при которых охрана природы становится выгодной для местного населения. Одной из важных задач экотуризма является организация экологического образования и формирование экологического мышления. Существует классификация международных поездок по целям путешествий, предложенная Всемирной туристской организацией. Несмотря на официальный статус данной классификации, она имеет ряд недостатков и неудобств.

Рекомендуется подразделять международные поездки на три группы:
1. Поездки для отдыха и развлечений:
- отдых (на воде, в сельской и/или горной местности, в городе, на курортах, на туристском маршруте, в морских и речных круизах и пр.);
- занятия социокультурной деятельностью (посещение художественных, спортивных, религиозных учреждений, мероприятий, праздников и пр.);
- занятия активным отдыхом (водные виды, летние виды, зимние виды, охота и рыболовство, любительские соревнования и пр.);
- посещение родственников и знакомых;
- другие цели (свадебные и семейные поездки, азартные игры, инсентив-туры, участие в региональных событиях и пр.).
2. Поездки по профессиональным интересам:
- участие в конференциях, конгрессах, симпозиумах, съездах, ярмарках, выставках и т.д.;
- продолжительные командировки (на предприятия и в другие заведения, в государственные и международные организации, а также сопровождение);
- поездки с деловыми целями (бизнес, в том числе промышленность и сельское хозяйство, торговля, туризм, рекреация и культура, занятия профессиональным спортом, исследовательская и преподавательская деятельность, сопровождение).
3. Другие туристские цели:
- обучение (изучение языков, стажировки, повышение квалификации и пр.);
- лечение (пребывание на курорте, в здравнице и пр.);
- транзит;
- прочие.

В отечественной специальной литературе принято выделять виды туризма по следующим признакам/критериям:
- по цели (функции) путешествия: отдых (рекреация), познание, оздоровление, профессиональные интересы, религия, спорт (экстрим, приключения);
- по экономическому признаку: коммерческий или социальный;
- по способу передвижения: с использованием транспорта (туризм автобусный, автомобильный, железнодорожный и т.д.) или с использованием немеханических транспортных средств (велосипед, лыжи, лодки, животные и т.д.);
- по сезонности (летний, зимний, межсезонье);
- по составу участников: молодёжь, семейные, пенсионеры, по профессии, корпоративные и др.;
- по продолжительности, т.е. срокам путешествия (пребывания): малодневные (краткосрочные – 2-5 дн.), многодневные – более 5 дн. и длительные – до полугода (в среднем 15-24 дн.);
- по месту проведения путешествия: въездной, выездной, внутренний;
- по охвату территории.

Разделяют виды и формы туризма также по комплексу признаков (мотив поездки, технология туристских услуг, тип рекреационных ресурсов, преобладающий вид транспортного обслуживания и т.п.). В нашей стране ведущее место традиционно занимали три вида туризма: *лечебно-оздоровительный, спортивно-оздоровительный* и *познавательный*. В международной практике значительное место занимают также *событийный, деловой, научный, религиозный, ностальгический, развлекательный* и *круизный* виды туризма, получившие в последнее время интенсивное развитие и в России. В связи с массовыми поездками туристов из бывших социалистиче-

ских стран за покупками в другие государства в самостоятельный вид выделился *шоп-туризм*. Необходимо отметить, что ни один вид туризма не существует обособлено и можно говорить только о преобладании того или иного мотива (или другого признака) туристской поездки. Например, в спортивно-оздоровительном туризме немало познавательных аспектов. Познавательная рекреация нередко сочетается с развлечениями, деловой туризм – с событийным, познавательным, развлекательным. Некоторые виды спортивно-оздоровительного туризма по характеру организации приобрели черты курортного типа (например, горнолыжный туризм).

Классификация туризма по охвату территории (classification of tourism in terms of territory), система определения видов туризма по территориальному признаку совершения туристских путешествий. К территориальным видам туризма относятся: внутренний, внутриконтинентальный, внутрирегиональный, кругосветный, межконтинентальный, межрегиональный, местный, приграничный, региональный, трансатлантический, трансграничный и др.

Классификация туров и маршрутов (classification of tours and itineraries). См. *Туры. Туристские маршруты.*

Классификация экскурсий (classification tours). См. *Экскурсии.*

Кластер туристский (cluster of tourism), открытая система, институциональная структура, добровольное объединение взаимодействующих местных органов власти, учреждений, общественных организаций, предпринимательских структур, предприятий и организаций сферы туризма и других отраслей, компактно расположенных на определенной территории, заинтересованных в обслуживании посетителей, производстве услуг и товаров для удовлетворения их потребностей. Синергия взаимодействия участников К.т. приводит к повышению эффективности функционирования системы в целом и её отдельных элементов, способствует укреплению конкурентоспособности территории. Управление деятельностью К.т. осуществляется на принципах саморегулирования: стратегия развития, планы внедрения инноваций, продвижения на рынок – принимаются только при условии достижения консенсуса всеми участниками кластера. Неформальное общение между участниками К.т. обеспечивает свободный выход и вступление в него.

Клиент (client), физическое или юридическое лицо, с которым предприятие состоит в каких-либо отношениях: заказчик, покупатель, продавец, посредник или приобретатель услуг. В туризме К. – это турист или туристская фирма, являющиеся для гостиницы, ресторана, транспортной организации, туроператора и т.д. потребителями производимых и продаваемых услуг.

Климат (climate), обобщённая характеристика условий погоды конкретного региона, страны или местности, основанная на многолетних наблюдениях за метеорологическими показателями основных его элементов. К. конкретного региона или местности влияет на развитие в нём туризма. См. *Континентальный климат.*

Климатический курорт (climatic resort), лечебно-оздоровительное учреждение, расположенное в уникальном природном месте, основным достоинством которого являются

благоприятные для отдыхающих и больных климатические условия. На некоторых курортах, наряду с климатом, применяют и другие природные лечебные факторы: минеральные воды (бальнеологические курорты), лечебные грязи (климатогрязевые), кумыс (климатокумысолечебные) и др.

Климатотерапия (climatotherapy), совокупность методов лечения и профилактики заболеваний организма с использованием дозируемого воздействия климатопогодных факторов и специальных климатопроцедур на организм человека. К. широко используется в санаториях и домах отдыха. См. *Климатический курорт*.

Клининг (cleaning), слово заимствовано из английского языка и произошло от англ. clean – убирать, наводить чистоту. Соответственно, К. – это предоставление услуг профессиональной уборки. Очень часто используется небольшими отелями, привлекающими для уборки номеров специализированные фирмы, персонал которых убирает отель на аутсорсинге. К услугам клининговых компаний также прибегают и крупные туристские отели в периоды максимальной загрузки, когда собственный персонал не успевает проводить необходимые мероприятия по уборке номеров и общественных мест.

Клиринг (clearing), специальная система безналичных расчётов между государствами, компаниями, предприятиями за поставленные, проданные друг другу товары, ценные бумаги и оказанные услуги, осуществляемые путём взаимного зачёта, исходя из условий баланса платежей. Различают следующие виды К.: банковский, между предприятиями, между государствами (двусторонний и многосторонний). Клиринговые учреждения по форме собственности делятся на частные и государственные. В России клиринговое учреждение создается на основе любой формы собственности, предусмотренной законодательством Российской Федерации, и осуществляет свою деятельность на коммерческой основе. В туризме К. применяется как система взаимозачёта между турфирмами за оказанные услуги.

Клуб отдыха (leisure club), коммерческая или некоммерческая организация, созданная с целью предоставления членам К.о. права проведения отдыха в находящихся у неё в собственности, в хозяйственном ведении, в долгосрочной аренде, на ином праве средствах размещения, питания и развлечений, являющаяся составной частью туристской индустрии.

Клуб туристский (tourist club), в советский период представлял собой общественный туристский орган, объединявший любителей походов и путешествий по месту работы, учебы, постоянного жительства; проводил учебно-методическую работу с туристами и общественными туристскими кадрами. В СССР в системе профсоюзного туризма функционировало более тысячи К.т. во всех регионах страны. Первые клубы любителей путешествий стали появляться в России в конце XIX – начале XX вв. (Крымско-Кавказский горный клуб – в 1905 г., в 1895 г. – Русский туринг-клуб, преобразованный затем в Российское общество туристов, а в 1928 г. – в Общество пролетарского туризма).

Клубный отдых (club holiday). 1. Отдых в принадлежащих какому-либо клубу средствах размещения и питания на условиях и в сроки,

определяемые администрацией клуба. К.о. в режиме реального времени – отдых, продолжительность проведения которого зависит от количества принадлежащих члену клуба баллов, кредитных очков или иных применяемых клубом единиц измерения, определяющих также и выбор средств размещения. 2. Вид отдыха в принадлежащих какому-либо клубу средствах размещения и питания, являющихся частью туристского комплекса, находящегося в хозяйственном ведении клуба и оборудованном для предоставления различных услуг на условиях и в сроки, определяемые договором на К.о. и уставом клуба.

Клубный отель (club hotel), неформальная классификация средства размещения, представляющего собой гостиницу с большой территорией и богатой инфраструктурой. К.о., как правило, является заведением высокой категории, имеющим большое количество номеров люкс, кино-концертные залы, библиотеки, интернет-комнаты, салоны, бассейны, СПА и велнес, помещения для занятий спортом, рестораны, бары, кабинеты, банкетные и переговорные залы и т.д. В К.о. всегда имеются специальные залы и другие помещения для клубной деятельности и проведения мероприятий, а также бесплатная автостоянка для членов и гостей клуба.

Ключ от номера (room key), металлический или пластиковый ключ от двери номера в гостинице выдаётся туристу при заезде в отель. Тип ключа зависит от системы замков: механические или электронные. Во многих отелях используются три вида ключей от номеров: аварийные (запасные) ключи, ключи-отмычки и индивидуальные ключи. Дежурный администратор обязан напоминать гостям о необходимости сдавать ключи при выезде. Стойка для ключей хорошо охраняется, она находится в вестибюле при выходе из отеля.

Ключевое хозяйство (key board). См. *Хозяйство ключевое.*

Код-шеринг (code-sharing), соглашение о совместной коммерческой эксплуатации авиарейса двумя и более авиакомпаниями, одна из которых является оператором, а остальные – маркетинговыми партнерами. Рейс компании-оператора при этом может либо обозначаться обычным образом (с указанием только компании-оператора), либо использовать обозначение совместным двойным кодом сторон. Рейсы компаний-партнеров всегда обозначаются двойным кодом. К.-ш. позволяет сделать сквозное бронирование стыковочных рейсов, использовать единую систему продажи билетов, применять единую тарифную политику, а также, при необходимости, объединять рейсы двух и более авиакомпаний для увеличения коммерческой загрузки конкретного рейса.

Кодекс туриста (Code tourist), международный документ, принятый в 1985 г. на Генеральной ассамблее ЮНВТО в г. София (Болгария). Тогда же одновременно были приняты Хартия туризма и Кодекс туриста. В 1999 г. на Генеральной ассамблее ЮНВТО в г. Сантьяго (Чили) состоялось принятие Глобального этического кодекса туризма. Данные документы являются признанными в сфере мирового туризма и считаются опорой, наряду с другими международными документами, для создания и функционирования государственной правовой системы регулирования туризма большинства стран. К.т. представляет собой

документ, который является совокупностью норм и правил поведения туриста во время туристского путешествия. В основе поведения туриста в период временного пребывания на территории, отличной от места его постоянного проживания, должно лежать уважение к другому народу (со всей совокупностью принадлежащих этому народу особенностей, касающихся обычаев, религии, традиций и культуры) и толерантность (терпимость). Туристы должны своим поведением способствовать взаимопониманию и налаживанию дружеских отношений между народами как на национальном, так и на международном уровне и таким образом содействовать сохранению мира на планете. См. *Хартия туризма. Глобальный этический кодекс туризма*.

Койко-место (bed place), 1. площадь в гостиничном многоместном номере со спальным местом, предназначенная для пользования одним человеком; 2. место в спальном вагоне железнодорожного поезда, в общей каюте морского или речного судна; 3. общепринятая единица статистического учёта продолжительности проживания или нахождения посетителей и пассажиров в средстве размещения или в транспортном средстве.

Коктейль-бар (cocktail bar), предприятие общественного питания, задачей которого является организация быстрого питания и отдыха посетителей. К.-б. часто представляют собой заведения клубного типа. См. *Бар*.

Количество мест в гостинице (number of places in the hotel). См. *Вместимость гостиницы*.

Коллективный туризм (collective tourism). См. *Групповое путешествие*.

Коллективные средства размещения (collective accommodation facilities), к ним относятся все типы гостиниц и их аналоги, специализированные заведения и другие, предоставляющие услуги для проживания туристов и путешественников.

Кольцевой маршрут (circular route), поездка туристов по маршруту, который начинается и заканчивается в одном и том же месте. См. *Туристский маршрут*.

Коляска конная (carriage horse), повозка прогулочная, запрягаемая одной или несколькими лошадьми. В настоящее время К.к. широко используются как средство передвижения туристов по историческим центрам городов, в дворцовых парках и загородных поместьях.

Командировка (business trip). См. *Трудовые поездки*.

Комбинат питания (power plant), крупное структурное подразделение в гостинице (в случае, если средство размещения предоставляет услуги по организации питания), второе по значимости после жилого фонда. Название К.п. обычно бывает: «комбинат питания», «служба питания», “Food and Beverage” (F&B), от англ. «питание и напитки». К.п. является важным источником прибыли отеля. Структура должностей в К.п. зависит от размеров гостиницы и её категории. К.п. включает: кухню («холодный», «горячий» и кондитерский цеха), рестораны, бары, служебный кафетерий, службу обслуживания в номерах, службу мини-баров, банкетную службу. В гостиницах существует множество форм обслуживания, предлагаемых К.п.: рестораны с изысканной кухней, кафе с круглосуточным обслуживанием и др. Продажа

алкогольных напитков обычно производится отдельно от приготовления еды и её реализации.

Комбинированный тур (combined tour), туристская поездка, в которой используются два и более вида транспорта в пределах одной страны. Некоторые специалисты считают, что К.т. представляют собой путешествия по нескольким странам на различных видах транспорта.

Комендантский час (special hours), установленные властями ограничения по времени пребывания граждан на улицах населённого пункта в связи с какими-либо чрезвычайными обстоятельствами (стихийные бедствия, техногенные катастрофы, военные действия, общественные беспорядки, проявления терроризма и т.д.)

Комиссионное вознаграждение (commission), денежная выплата, осуществляемая производителем каких-либо услуг турфирме или туроператором турагенту за посредничество в реализации услуг. Обычно выражается в процентном отношении к цене проданных услуг. К.в. является основным источником доходов турагентств.

Комната для завтрака (breakfast room), помещение в гостинице, оборудованное для приёма пищи, где в утренние часы организуется питание для проживающих гостей. Как правило, завтраки входят в стоимость проживания, поэтому становятся обязательной услугой в гостинице. К.з. обычно устраивается в небольших отелях, в которых по техническим причинам невозможно организовать полноценное кафе или ресторан.

Комната для лыж (room for skis), специально оборудованное помещение в гостиницах на зимних и горнолыжных курортах для хранения лыж и сушки лыжных ботинок.

Компания туристская (company tourist), коммерческое предприятие, являющееся юридическим лицом и осуществляющее деятельность в сфере туризма на основании разрешительных, заявительных или лицензионных документов. К.т. занимается коммерческой деятельностью по продаже туристских услуг и организации туристских путешествий. К.т. бывают двух видов: операторские и агентские.

Компас (compass), прибор для ориентирования на местности путём определения направления относительно сторон света (север, юг, запад, восток). Обычно используется туристами в сочетании с *картой*.

Компенсация ущерба в туризме (compensation in tourism), возмещение ущерба деньгами или предоставлением других услуг туристской фирмой, транспортным предприятием, гостиницей и т.д. потребителю туристской услуги, вследствие её ненадлежащего исполнения или неправомерного отказа в обслуживании.

Компетенция туристская (competence of tourist), владение кругом профессиональных вопросов, знаний и навыков, которыми обладает специалист в сфере туризма. К.т. включает профессиональные познания и определённый опыт, позволяющие специалисту работать в туристской отрасли. К.т. определяется также как совокупность знаний, ответственности и личностных характеристик человека, обеспечивающих эффективность его трудовой деятельности в сфере туризма.

Комплекс туристский (tourist complex), представляет собой хозяйственную систему, функцией которой является предоставление услуг путешествий, экскурсий, отдыха, лечения, развлечений и др. Способ комбинирования указанных услуг определяется набором факторов производства, ресурсной базой и собственной инфраструктурой.

Комплексный тариф в туризме (all inclusive price), цена туристского продукта, включающая стоимость всех услуг, указанных в туристском пакете: размещение, транспорт, питание, культурная программа, оздоровительные процедуры и т.д. К.т.т. называется среди туристов как тариф «всё включено».

Комплексный тур (comprehensive tour), туристская поездка, в состав которой могут входить различные виды туризма и разнородные услуги размещения, транспорта, питания и культурной программы.

Комплект туристских документов (set of tourist documents), набор обязательных документов, включающий ваучер, транспортные билеты и др., которые выдаёт туристская фирма туристам накануне начала их поездки. См. *Турпакет*.

Компьютерная система бронирования (computer reservation system), система бронирования транспортных услуг, мест в гостиницах и билетов в театры, на концерты, спортивные соревнования и т.п. с помощью Интернета, которой пользуются туристские фирмы и сами туристы, самостоятельно организующие свои путешествия.

Конвертация валюты (currency conversion), пересчёт и обмен одной иностранной валюты в другую по действующему на это время банковскому курсу. В туризме также часто используют термин *обмен валюты*.

Конгресс (congress), название различных собраний, конференций, съездов, фестивалей, участники которых собираются с профессиональными, политическими, дипломатическими, культурно-просветительскими, туристскими, научными, религиозными, общественными и другими целями.

Конгресс-отели (congress hotels), неформальная классификация средств размещения, специализирующихся на обслуживании различного рода мероприятий: конгрессов, конференций, симпозиумов, фестивалей, выставок и т.д. Помимо размещения и питания, К.-о. предоставляют специальные помещения, выставочные площади и различное оборудование (аудиовизуальная аппаратура, экраны, приспособления для демонстрации плакатов и пр.). Кроме того, К.-о. могут предоставлять участникам мероприятий дополнительные услуги (спортивные центры, СПА и т.д.). Как правило, К.-о. велики по площади и обособлены. К.-о. обычно выставляют организаторам мероприятий единую таксу, включающую проживание питание, аренду помещений и оборудования, а также стоимость участия в мероприятиях.

Конгрессный туризм (congress tourism), поездка, главной целью которой является участие туриста в конгрессе; представляет собой подвид научного, делового и культурно-просветительского туризма. К.т. связан с тематическими научными путешествиями и экскурсиями, которые обычно устраиваются после проведения какого-либо крупного

международного научного форума (конгресса, съезда, саммита, симпозиума или конференции). В настоящее время К.т. получил широкое распространение. См. *Научный туризм*.

Кондиционер (air conditioning), электротехническое устройство для поддержания оптимальных климатических условий в архитектурных сооружениях, транспортных средствах, ресторанах и т.д. К. является обязательной услугой в гостиницах, на транспорте и в ресторанах, расположенных в странах и регионах с жарким климатом.

Кондоминиум-отель (condominium-hotel; кондо – отель, от лат. con (cum) – вместе и dominium – владение, т.е. совместное владение), неформальная классификация средства размещения, являющегося гостиницей-совладением, представляет собой вид *таймшера*. Различие между К.-о. и таймшер-отелем лежит в механизме владения собственностью. К.-о. состоит из жилых единиц, реализуемых индивидуальным собственникам, которые, как владельцы недвижимости, имеют возможность получать доход от сдачи этой собственности в аренду. Номерной блок и/или номер с территорией К.-о. имеет ежегодно одного владельца, который занимает его определённое время. Владелец, приобретший кондоминиум, заранее информирует управляющую компанию, в какое время года он хочет занять свою собственность. В остальное время года управляющая компания может свободно сдавать эту собственность в аренду, прибыль от которой распределяется на основании договора. См. *Таймшер. Таймшер-отели*.

Конечный потребитель туристского продукта (ultimate consumer of the tourist product), им является турист. В 1963 г. по решению Конференции ООН по международному туризму в Риме турист был определён в качестве конечного потребителя туристского продукта и туристских услуг.

Конечный туристский продукт (final tourist product), представляет собой комплекс услуг в сфере туризма, созданных и оформленных соответствующим образом туристской фирмой или любой другой организацией, занимающейся созданием К.т.п. Стоимость услуг, потреблённых самой турфирмой, не является К.т.п.

Конец маршрута (end of the route), место и время оказания туристу последней туристской услуги, предусмотренной договором о туристском обслуживании. См. *Туристский маршрут*.

Конкур (show jumping), конные соревнования по преодолению препятствий в определенном порядке и определенной сложности и высоты, проходящие на конкурном поле. К. является наиболее зрелищным видом конного спорта, который всегда привлекает большое число зрителей, в том числе туристов.

Конкурентоспособность туристской компании (competitiveness of tourist companies), способность производить и реализовывать на туристском рынке пользующуюся спросом услугу или товар. К.т.к. определяется преимуществами по отношению к другим субъектам туристского рынка, которые проявляются в процессе предложения своей услуги или товара. Повышение конкурентоспособности предполагает разработку ряда экономических и социальных целей, таких как: повышение качества услуг, достижение лидерства

на рынке, овладение определенной долей рынка, освоение новых сегментов туристского рынка и др.

Конные скачки (horse racing), вид соревнований и состязаний верховых лошадей с наездниками на ипподроме с целью определения самых выносливых, скоростных и сильных представителей какой-либо породы лошадей. К.с. не имеют никакого отношения к классическому пониманию конного спорта. Внимание судей в подобных испытаниях обращено только к действиям самой лошади, её умению сохранять темп, ее выносливости. Всадник или, как его принято называть на скачках, жокей не должен мешать животному проявить себя с лучшей стороны. Благодаря своей зрелищности и драматизму скачки пользуются большой популярностью и в наше время, поэтому К.с. неизменно привлекают множество туристов.

Конный туризм (horse tourism). 1. Путешествие на лошадях или в конном экипаже. 2. Международный вид спорта и активного отдыха. В К.т. входят пять дисциплин:
- конно-полевые выезды, небольшие полевые прогулки в лесу или в полях за пределами конюшни продолжительностью от 1 часа до 3 дней, с ночевкой в специально оборудованных помещениях или палатках;
- конные маршруты (походы, путешествия), продолжительные путешествия (от 4 дней и более) вне конюшни, как правило, осуществляемые туристской группой;
- соревнования по технике конного туризма в Российской Федерации;
- соревнования по технике конного туризма в упряжках;
- соревнования по рабочей выездке, связанные с навыками верховой езды, связанной с работой со скотом, его перегоном и сортировкой.

Конные маршруты по продолжительности могут быть от одного часа до нескольких дней. Конные маршруты от 1 часа до 1 дня с возвращением на конюшню называются конно-полевыми выездами. Маршруты от 4 дней называются походами. К.т. также могут называться походы на пони, верблюдах, ослах, оленях, яках, слонах и других животных.

Конный экипаж (horse-drawn carriage). См. *Коляска конная. Карета.*

Коновалов Игорь Алексеевич (1937-2015), советский и российский деятель туризма, председатель Государственного комитета СССР по иностранному туризму (Госкоминтурист) в 1990-1991 гг. К. окончил МГИМО МИД СССР, работал в Министерстве внешней торговли СССР, торгпредом СССР в Танзании и Канаде, в аппарате ЦК КПСС. К. был председателем ВАО «Интурист» и заместителем председателя Госкоминтуриста. В 1990-1991 гг. исполнял обязанности председателя Госкоминтуриста, возглавлял его ликвидационную комиссию. К. внёс большой вклад в развитие въездного туризма в СССР. В 1991 г. основал и возглавил ОАО «Интурист холдинг компания», которое объединяло КБ «Интурбанк», «Интуртранс», «Интурсервис», «Интурсистему», ряд гостиниц и предприятий, зарубежные фирмы и представительства бывшего Госкоминтуриста СССР. В 1995 г. К. был избран президентом Национальной туристской ассоциации.

Консалтинг в туризме (consulting in tourism), консультационные услуги по широкому кругу вопросов организации туристских поездок, исследованию и прогнозированию развития туристского рынка, решению возни-

кающих у туристов проблем, в том числе конфликтных ситуаций с турфирмами, гостиницами и перевозчиками.

Консорциум туристских фирм (consortium of tourist companies), длительное или краткосрочное объединение нескольких компаний с целью совместного осуществления конкретного проекта по реализации туристского продукта на согласованных условиях проведения маркетинговых операций, что подразумевает долевое участие в расходах на общую рекламу, анализ рынка, аренду транспортных средств и т.д. Понятие произошло от латинского слова "consortium" – соучастие, сообщество.

Консульский сбор (consular fee), оплата услуги консульства страны, куда намеревается выехать турист, по рассмотрению его заявления на выдачу въездной визы. Размер стоимости въездной визы зависит от характера поездки, сроков и периодичности. В случае отказа в получении визы К.с. не возвращается. К.с. может взиматься также и за другие услуги, которые предоставляет консульство. К.с. получает консульское учреждение с иностранных лиц, в том числе туристов.

Консульство (consulate), дипломатическое представительство одного государства на территории другого государства (с согласия последнего) для выполнения определённых функций, связанных с выдачей виз, а также паспортов, нотариально заверенных документов, справок и т.д. Существуют следующие виды К.: генеральное консульство, почётное консульство, консульство, вице-консульство, консульское агентство. При посольствах существуют консульские отделы. К. возглавляет консул.

Консьерж (concierge), сотрудник отеля и одноименная гостиничная служба (в России и других странах может называться службой информации, информбюро и т.д.), предоставляет гостям услуги по бронированию авиационных, железнодорожных, театральных билетов, помогает заказать такси, организует экскурсионное обслуживание и специальные мероприятия. Служба К. входит в структуру жилого фонда.

Континентальный завтрак (continental breakfast), утренний завтрак, который включает: молоко, кофе, чай, соки, выпечку, масло, джемы, мёд, сыр, варёное яйцо, кукурузные хлопья или мюсли, паштет, ветчину или колбасу. К.з. распространены в гостиницах по всему миру. К.з. может состоять из разных продуктов питания, но обязательно будут поданы горячие напитки и выпечка. Термин К.з. британского происхождения.

Континентальный климат (continental climate), тип климата, характеризующийся стабильно жарким летом, стабильно морозной зимой, умеренным и малым количеством осадков. К.к. формируется в результате преобладающего воздействия на атмосферу крупных массивов суши. Этот тип климата характерен для внутренних регионов материков. К.к. является господствующим на значительной части территории России, Украины, Казахстана, Узбекистана, Монголии и внутренних регионов Китая, США и Канады. Материком с наибольшим распространением К.к. является Евразия. К.к. приводит к образованию степей и пустынь, т.к. большая часть влаги морей и океанов не доходит до внутриконтинентальных регионов. Между морским и континентальным климатом

существуют постепенные переходы: например, климат Западной Европы преимущественно морской, Европейской части России – умеренно континентальный, Восточной Сибири – резко континентальный. См. *Климат*.

Контрабанда (smuggling), незаконное перемещение через государственную границу товаров, валюты, ценностей и иных предметов с нарушением таможенного законодательства. Незнание туристом таможенного законодательства не освобождает его от ответственности.

Контракт на управление (management contract), письменное соглашение, заключаемое между владельцем какого-либо предприятия индустрии гостеприимства (гостиницы, ресторана, автокомбината, туристской фирмы) и менеджером или компанией, специализирующейся в управлении соответствующими типами предприятий.

Контроллинг (controlling), комплексная система поддержки управления организацией, направленная на координацию взаимодействия систем менеджмента и контроля их эффективности. К. обеспечивает информационно-аналитическую поддержку процессов принятия решений при управлении организацией, в том числе туристской фирмой, гостиницей, рестораном, транспортной компанией и т.д. К. включает в себя управление рисками, обширную систему информационного снабжения предприятия, систему оповещения путём управления системой ключевых показателей, управление системой реализации стратегического, тактического и оперативного планирования и систему менеджмента качества.

Контроль паспортный (control of passport), проверка пограничной службой паспортов и других въездных документов у туристов и других лиц, пересекающих государственную границу, и наличия соответствующего разрешения на въезд (визы), если оно требуется.

Контроль таможенный (customs), процедуры контроля за перемещением через государственную границу грузов и предметов с целью выявления и задержания тех из них, которые не соответствуют нормам, установленным национальным таможенным законодательством.

Контрольно-пропускной пункт (checkpoint), 1. обозначенный на карте и оборудованный на маршруте пункт, для проверки факта его прохождения туристами или спортсменами, организуемый с различными целями, в том числе для их безопасности; 2. место на дороге, где дорожная полиция контролирует транспортные средства.

Контрольный срок (target date), заранее установленное определённое время прохождения того или иного пункта туристского маршрута или этапа соревнований. Отсутствие сообщения от туристской группы, находящейся на маршруте, по окончании К.с. является основанием для начала поисково-спасательных работ.

Конференц-зал (meeting room), специально оборудованное большое помещение в гостинице, культурном центре, научной организации и т.д. для проведения собраний, конференций, симпозиумов и других массовых мероприятий.

Конференция (conference), собрание физических лиц, специалистов, учё-

ных, экспертов, членов разных организаций, групп населения, дипломатов, представляющих различные государства, для обсуждения одной или нескольких заранее сформулированных тем. См. *Конгрессный туризм*.

Конференция туристская (conference tourism), 1. собрание бизнесменов или их представителей для обсуждения и решения вопросов по координации и регулированию туристской деятельности, которое проводится часто в рамках туристских выставок и ярмарок; 2. собрание учёных и специалистов по научно-методическим, образовательным и правовым вопросам развития туристской сферы.

Конфиденциальный тариф (confidential tariff). См. *Тариф конфиденциальный*.

Концепты туризма (concepts of tourism), в туризме выделяется семь концептуальных точек зрения, т.е. К.т., на сущность и содержание туристской деятельности.
1. Концепция менеджмента: туризм осуществляется, как правило, туристскими организациями по туристским маршрутам. Существуют многочисленные виды и формы туризма: внутренний, международный, самодеятельный, организованный, ближний, дальний, познавательный, водный, горный, автомобильный, пешеходный, спортивный и т.д.
2. Концепт, развивающий экономическую константу «турист»: временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – граждане) с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.
3. Миграционный аспект: временный выезд людей с постоянного места жительства в целях вакационных, оздоровительных, познавательных или профессионально-деловых без занятий оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания.
4. Деятельность лиц, которые путешествуют и пребывают в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного полного года, с целью отдыха, деловыми, образовательными и прочими целями.
5. Деятельностный подход: путешествия, походы, спортивные или рекреационные мероприятия и другие формы активного отдыха.
6. Рыночное толкование концепта: «Туризм как процесс состоит из спроса (турист), предложения (туристская индустрия) и туристского продукта, на который направлен интерес туриста».
7. Индустриальный подход: человек путешествует с незапамятных времен, в то время как туризм, социально-экономический феномен, в большей степени ассоциируется с индустриальным периодом жизни человечества и отличается от путешествий и качественно, и количественно. Путешествие является лишь элементом туризма и часто не самым важным.

Концепция туризма (tourism concept), совокупность научно-теретических взглядов на современное состояние и прогноз основных моделей развития туризма в конкретном регионе или государстве. См. *Концепты туризма*.

Концерт (concert), публичное исполнение музыкальных, хореографических, оперных, эстрадных и других

номеров по определённой, заранее составленной программе. К. выдающихся исполнителей и известных оркестров привлекают большое число туристов из разных стран.

Концертный зал (concert hall), зрительный зал для проведения концертов, специально оборудованный и построенный как отдельное здание или в составе крупных комплексных сооружений (выставочных и торговых комплексов, культурных центров и т.д.).

Конъюнктура туристского рынка (conjuncture of the tourist market), совокупность складывающихся на туристском рынке на определённый момент времени цен и экономических условий, при которых осуществляется процесс реализации услуг. К.т.р. определяется экономическими показателями, характеризующими состояние туристского рынка: соотношением спроса и предложения, уровнем цен, ёмкостью рынка, платёжеспособностью туристов, качеством туристских продуктов и др.

Копия ваучера (copy of the voucher), второй, третий и т.д. экземпляр ваучера или договора на туристское обслуживание, подтверждающего оплату поездки и различных услуг. К.в. обязательно находится у туриста на руках, а оригинал находится в турфирме для внутреннего контроля и учёта. См. *Ваучер*.

Корабль (ship). См. *Пассажирский корабль*.

Корабль с прозрачным дном (ship with a transparent bottom), специализированное плавательное средство (корабль, катер, яхта и т.д.) с прозрачным дном для наблюдения подводного мира. К.п.д. используется для туристских и экскурсионных прогулок в акватории коралловых рифов тропических островов в южных широтах Мирового океана.

Короткий день торговли (short trading day), дни, когда в разных странах торговые предприятия работают укороченное время – например, в субботу.

Короткий международный круиз (short international cruise), маршрут морского круиза протяженностью до 600 миль от порта выхода и до порта назначения.

Корпоративная карта (corporate card), кредитная банковская карта, предоставляющая владельцу те же услуги, что и другие платёжные карты, но его счета по К.к. оплачивает компания-спонсор или корпорация, где он работает.

Корпоративный отдых (corporate rest), туристские поездки, совершаемые сотрудниками одной фирмы, организации или корпорации с целью отдыха и развлечений. Разновидность *тимбилдинга*. К.о. оплачивается и организуется самими участниками или корпорацией целиком или частично. Цели К.о.:
- решение деловых вопросов в относительно неформальной обстановке, что способствует более продуктивному ведению диалога;
- поощрение определённых сотрудников компании, поскольку выездные корпоративные мероприятия обязательно содержат в своей программе развлекательные и увеселительные элементы;
- сплочение рабочего коллектива, создание эффективной команды;
- повышение мотивации сотрудников компании;
- формирование доверительных отно шений с подчинёнными, а также

долговременных контактов с партнёрами по бизнесу.

Корпоративный тариф (corporate rate). См. *Тариф корпоративный.*

Корпоративный туризм (corporate tourism), вид туризма, который представляет собой поездки, совершаемые сотрудниками одной фирмы, организации или корпорации для отдыха и развлечений, а также с культурно-познавательными, оздоровительными, экологическими и другими целями. К.т. оплачивается и организуется самими участниками или корпорацией целиком или частично. Иногда корпорация нанимает туристскую фирму или специализированную организацию для проведения и подготовки такого путешествия.

Коррида (bullfighting), старинная форма боя быка и человека (матадора), традиционное испанское зрелище, практикующееся также в Португалии, Франции и странах Южной Америки. К. происходит на специальных аренах, в присутствии большого числа зрителей, в том числе туристов, которых привлекает действие на арене, описанное во множестве книг и показанное во многих фильмах.

Коршунов Павел Семёнович (1902-1947), председатель Правления ВАО «Интурист» в 1938-1939 гг. Трудовую деятельность начал в Симферополе, потом служил в Красной армии. После службы работал в сельском хозяйстве, был назначен заместителем наркома земледелия Крымской автономной республики. В конце 1920-х гг. К. перевели в Москву, в Наркомзем. В это время К. работал инструктором ВЦИК. В 1937 г. К. по рекомендации М.И. Калинина был направлен на работу в ВАО «Интурист» – вначале заместителем председателя, а затем и председателем в 1938 г. С 1941 г. и в дальнейшие военные годы К. работал на военном заводе, участник обороны Москвы. Скоропостижно умер в возрасте 49 лет.

Космический отель (space hotel), неформальная классификация средства размещения, представляющего собой орбитальную космическую станцию, предназначенную для проживания космонавтов-туристов и обслуживающего персонала индустрии космического туризма. Разработки К.о. ведутся в частных компаниях «Бигелоу Аэроспейс» и “Orbital Technologies” («Орбитальные технологии», Россия). Запуски готовых проектов планируются в ближайшие годы.

Космический туризм (space tourism), вид туризма, возникший в 1990-х гг., представляет собой полёты на космических кораблях в познавательных, развлекательных и научно-исследовательских целях, оплачиваемых из частных средств. В 1990-1991 гг. в космос полетели первые коммерческие космонавты – Тоёхиро Акияма (Япония) и Хелен Шарман (Великобритания), которые совершили полёты на советскую орбитальную станцию «Мир» на космических кораблях Союз ТМ-11/Союз ТМ-10 и Союз ТМ-12/Союз ТМ-11 по финансируемым негосударственным проектам телекомпании TBS и «Джуно» (консорциум британских компаний). Началом К.т. считается полёт американского бизнесмена итальянского происхождения Денниса Тито на борту российского корабля «Союз» на Международную космическую станцию в 2001 г. В настоящее время единственной используемой с целью К.т. является Международная космическая станция (МКС). Полёты к российскому сегменту

МКС осуществляются при помощи российских космических кораблей «Союз». Организацией полётов космических туристов занимаются Роскосмос и Space Adventures.

Костёр (bonfire), обязательный элемент организации лагерной стоянки, традиционно К. разводится в лагере, где ночует группа туристов. К. служит для приготовления пищи, обогрева, сушки одежды, снаряжения и обуви, освещения и сигнализации. После окончания стоянки или ночёвки туристы тщательно тушат К., заливая его водой или забрасывая землёй.

Коттедж (cottage), 1. средство размещения состоятельных туристов, одноквартирный загородный особняк, обычно двухэтажный; 2. жилой дом повышенной комфортности в пригороде или посёлке.

Кофейня (coffee shop), небольшое предприятие общественного питания, в котором подаются кофе, чай, вода, выпечка, сладости, бутерброды и т.д. К., как правило, это недорогое заведение быстрого обслуживания.

Кофе-машина (coffee machine), электрический аппарат для варки кофе. Автоматические К.-м. популярны у туристов в аэропортах, вокзалах и т.д., которые пользуются ими, чтобы не стоять в очередях в стационарные кафе и буфеты.

Кочевой туризм (nomadic tourism), подвид спортивного туризма, который предполагает постоянное передвижение (пешком, на лыжах, велосипедах, в автомобилях, самолетах и т.д.). Прогресс в области транспорта и малоподвижный образ жизни большинства горожан способствуют повышению значимости кочевого туризма по сравнению со стационарным. Всё больше проявляется склонность туристов к «потреблению пространства». К.т. может осуществляться с использованием собственных физических усилий (активный – пеший, лыжный, водный безмоторный, альпинизм и др.), с помощью транспортных средств (автомобильный, автобусный, авиационный, железнодорожный, теплоходный, конный, воздухоплавание, космический и др.), может быть комбинированным.

Коэффициент загрузки (load factor), процентное соотношение вместимости средств размещения, транспортных средств, объектов питания и числа туристов, оплативших стоимость услуг.

Коэффициент загрузки гостиницы (load factor of the hotel). См. *Уровень заполняемости гостиницы.*

Коэффициент загрузки коллективного средства размещения (utilization of collective accommodation facilities). См. *Уровень заполняемости гостиницы.*

Коэффициент использования гостиничного фонда (utilization of hotel rooms). См. *Загрузка (загруженность) гостиницы.*

Краеведение (local history, local studies), 1. образовательная, культурно-просветительская и памятнико-охранная деятельность, связанная с обучением, сбором и накоплением фактических знаний о конкретной местности и/или регионе; 2. комплексное изучение и исследование истории, культуры, природы, географии, экономики, литературы, топонимики, языка и быта жителей определенной территории; 3. научная деятельность, связанная с выявле-

нием и систематизацией сведений о культурных и природных объектах, социальной жизни и экономической деятельности жителей конкретной сельской местности, района, города. К. тесно связано с туристской деятельностью школьников, студентов и молодёжи, а также является эффективной формой образовательной и воспитательной деятельности.

Краеведческий музей (local history museum), местный музей, в котором представлены экспонаты и сведения об истории, культуре, природе, географии, населении, экономике конкретной сельской местности, района, города.

Краснов П.Е., председатель правления ВАО «Интурист» в 1941-1945 гг.

Кредитная карта (credit card), банковская платёжная карта, предназначенная для совершения финансовых операций, расчёты по которым осуществляются исключительно за счёт денежных средств, предоставленных банком клиенту в пределах установленного лимита расходов в соответствии с условиями кредитного договора. Банк устанавливает лимит исходя из платёжеспособности клиента. К.к. широко используются туристами во время их путешествий.

Кремль (kremlin), фортификационное сооружение, представляющее собой средневековую крепость, которая строилась в центре древнерусских городов, обносилась крепостными стенами и валами с башнями и воротами. К. представлял собой город в городе, в котором располагался комплекс оборонительных, дворцовых, церковных, торговых и жилых архитектурных сооружений. К. в Древнерусском государстве до XIV в. назывался «детинец». В некоторых российских городах сохранились К. или их фрагменты, которые являются объектами культурного наследия и пользуются заслуженным интересом у туристов и экскурсантов.

Крепкие спиртные напитки (strong alcoholic drinks), спиртные напитки со сравнительно высоким содержанием алкоголя. Как правило, К.с.н. считаются напитки с содержанием алкоголя не менее 20% объёма готовой продукции. К К.с.н. относятся: водка, коньяк, виски, ром, текила и т.д. В некоторых государствах потребление К.с.н. ограничено местным законодательством и религиозными традициями. Туристы, посещая такие государства, при потреблении К.с.н. должны придерживаться местных правил и традиций.

Крепость (fortress), фортификационное сооружение, отдельно стоящий укреплённый оборонительный пункт. К. создавались с Античных времён до Новейшего времени включительно. К. может быть как одиночное оборонительное строение, так и комплекс сооружений. Как правило, К. – это обнесённая крепостной стеной территория, где находится постоянный гарнизон, с большим запасом продовольствия, воды и вооружения, необходимыми для пребывания в долговременной осаде. Лишь с изобретением новых видов вооружения и применением новой тактики ведения боя значение К. как основных оборонительных пунктов ослабла. Многие К. сохранились до сих пор и являются объектами архитектурного и военно-исторического наследия, в некоторых из них расположены музеи. К. привлекают внимание многочисленных туристов.

Кресло (chair), комфортабельное мягкое мебельное изделие для сиде-

ния одного человека, со спинкой, с подлокотниками или без них. Существует несколько видов К.: кресло-кровать, кресло-трансформер, оттоманка, кресло-качалка, офисное кресло, массажное кресло и т.д. К. используются для обстановки гостиничных номеров, фойе, вестибюлей, кабинетов и переговорных комнат.

Кресло-кровать (chair bed), мебельное изделие, представляющее собой раскладное кресло, которое в разложенном виде принимает форму кровати. Используется в средствах размещения как дополнительное спальное место, в том числе для детей.

Кресло спальное (chair sleeping), мебельное изделие специальной конструкции, которое ставят в салоне самолёта, вагоне поезда, в автобусе, имеющее механизм, позволяющий его раскладывать в положение, близкое к горизонтальному, чтобы пассажир имел возможность отдохнуть в состоянии лежа.

Кровать (bed), мебельное изделие, предназначенное для сна при расположении человека лёжа. В жилых помещениях К. обычно располагается в спальне, где она составляет основу данной функциональной зоны жилища. К. является обязательной частью обстановки гостиничного номера, с матрасом и постельными принадлежностями.

Кровать «королевского» размера (king (queen) size bed), двуспальная кровать, по длине и ширине значительно превышающая обычные стандарты. К.к.р. может иметь конструктивные особенности – например, оформлена балдахином, установлена на возвышении и т.д. К.к.р. (king size) по длине и ширине превышает кровать размера «королевы» (queen size). Такими кроватями в гостиницах оснащаются номера для ВИП-персон, высоких людей, новобрачных пар, гостей, предпочитающих особый спальный комфорт.

Кроки. См. *Абрис*.

Кроссовки (sneakers), лёгкая спортивная обувь для ходьбы или бега, пользуется большой популярностью у туристов, совершающих длительные пешие походы и прогулки.

Круговое путешествие (circular journey), поездка по маршруту, начинающемуся и заканчивающемуся в одном и том же пункте, без повторения промежуточных пунктов. Путешествия по маршруту, включающему посещение нескольких государств, могут распадаться на отдельные круговые маршруты в каждой посещаемой стране. Транспортные компании, стремясь привлечь к себе максимальное число путешественников, обычно предоставляют льготные условия перевозки по круговому маршруту.

Круговой тариф (circular rate), стоимость билета по круговому маршруту, когда авиационный полёт начинается и заканчивается в одном и том же пункте, при этом включает три и более отдельных полёта.

Круговой транспортёр в аэропорту (circular conveyor belt at airport), движущаяся по кругу транспортёрная лента, используемая для подачи багажа пассажирам, прибывшим в аэропорт.

Круговой маршрут (circular route). См. *Круговое путешествие*.

Кругосветное путешествие (trip around the world), специальный тер-

мин, подразумевающий путешествие вокруг земного шара на любом виде транспорта. Маршрут К.п. в системе отсчёта связан с Землёй и однократно огибает земную ось, после чего завершается в исходной точке. Обычно под К.п. понимают такое путешествие, при котором путешественник не только пересекает все меридианы, но и обходит (объезжает, облетает, проплывает через океаны) Землю по большому кругу. Во время К.п. путешественник посещает много стран, но на короткое время. Первое К.п. совершили в 1519-1522 гг. участники испанской экспедиции на пяти кораблях, которыми командовал адмирал Фернан Магеллан, погибший во время путешествия. После его смерти экспедицию возглавил капитан Хуан Себастьян дель Кано, вернувшийся назад на одном корабле. Первое К.п. русских мореплавателей во главе с Иваном Фёдоровичем Крузенштерном и Юрием Фёдоровичем Лисянским было совершено в 1803-1806 гг. В 2002 г. американский путешественник Стив Фоссет совершил первое кругосветное путешествие на воздушном шаре, преодолев ок. 35 тыс. км за 13 дней и 8 часов.

Кругосветный туризм (world tourism). См. *Кругосветное путешествие*.

Круиз (cruise), 1. морское туристское путешествие обычно по замкнутому кругу, с радиальными поездками на автобусах из портов во внутренние районы разных стран; 2. речная туристская поездка на теплоходе, используемом как средство перевозки, размещения, питания, развлечений и т.д., включающая в программу береговое обслуживание; 3. вид пассажирского транспортного водного средства, используемого в туризме.

Круиз с безналичной торговлей (cruise with non-cash trade), путешествие на круизном корабле, на котором все товары и услуги пассажир оплачивает кредитной картой, приобретая её в начале круиза под залог определённой суммы, а окончательный расчёт происходит в конце поездки.

Круиз вокруг света (cruise around the world), путешествие на большом морском корабле, который во время плавания пересекает все меридианы Земли за 100 дней, иногда более этого времени, и идёт по определённому маршруту.

Круиз речной (cruise the river), туристское путешествие по рекам, озёрам и каналам на мелкосидящем пассажирском судне или катере по определённому маршруту.

Круизная компания (cruise company), туристская фирма, специализирующаяся на организации морских и речных круизов и продающая путёвки на определённые корабли и маршруты.

Круизная путёвка (cruise trip), вид туристского договора об участии туриста в круизном путешествии, не включающий, как правило, авиационный перелёт в город, где в порту находится корабль, а также посткруизную программу и возвращение домой. К.п. устанавливает права и обязанности туриста и круизной компании, а также объём её ответственности.

Круизное путешествие (cruise travel), морское или речное туристское путешествие на комфортабельном пассажирском корабле по определённому маршруту с непродолжительными заходами в порты разных стран, где

туристы выходят на берег с целью посещения и осмотра достопримечательностей, участия в мероприятиях, отдыха и развлечений.

Круизные документы (cruise documents), комплект документов, который получает пассажир перед отправлением в круиз от круизной компании, включающий круизную путёвку, посадочный билет, буклет с информацией о корабле и маршруте путешествия; возможно, как дополнительная опция, – авиабилет, а также др.

Круизный корабль (cruise ship), комфортабельное пассажирское судно морского или речного класса, используемое для осуществления многодневных туристских путешествий по морям и океанам, рекам и озёрам, идущее по определённому маршруту.

Круизный пассажир (cruise passenger), турист, участвующий в круизном путешествии на морском или речном корабле.

Круизный поезд (cruise train), пассажирский железнодорожный состав, перевозящий туристов по определённому маршруту, с целью посещения достопримечательностей в местах остановки поезда. К.п., как правило, возвращается в место своего отправления.

Круизный регион (cruise region), известные и популярные направления круизных путешествий, привлекательные для туристов, среди них: Средиземное, Чёрное, Балтийское, Северное, Карибское, Южно-Китайское и другие моря.

Круизный рынок (cruise market), составная часть международного или национального туристского рынка по продаже услуг круизных путешествий. К.р. определяется наличием потенциальных платёжеспособных участников круизных путешествий.

Круизный терминал (cruise terminal), специальное место в порту, где находятся различные объекты портовой инфраструктуры, проводится посадка и высадка круизных пассажиров. В К.т. организуется и проводится пограничный, таможенный и санитарный контроль.

Круизный туризм (cruise tourism), подвид морского и речного туризма, представляющий собой организацию и осуществление туристских путешествий по океанам, морям, озёрам, рекам и каналам. В зависимости от климата в разных круизных регионах, К.т. может иметь сезонный или круглогодичный характер. К.т. является дорогим, но при этом быстро растущим сегментом туристского рынка.

Крупномасштабная карта (large-scale map), топографическая карта масштаба 1:100 000 и крупнее. Используется специалистами в сфере туризма и транспортного обслуживания при планировании туристских поездок, создании новых маршрутов и т.д.

Крыленко Николай Васильевич (1885-1938), известный советский военный, государственный и партийный деятель, организатор туризма и альпинизма в СССР. К. был Верховным главнокомандующим Красной армии в 1917-1918 гг., членом ЦКК ВКП(б) (1927-1934), генеральным прокурором, наркомом юстиции РСФСР (1931-1936) и СССР (1936-1938). К. – ученый, автор более 80 научных работ. К. был выдающимся путешественником, исследователем

Памира, организатором массового туристско-альпинистского движения в стране. Он организовал и руководил в 1928-1934 гг. Обществом пролетарского туризма и экскурсий (ОПТЭ). В 1934 г. ему было присвоено звание «Заслуженный мастер альпинизма». В 1934 г. К. возглавил большую экспедицию на Памир – «Памирский поход военных альпинистов». В ходе этой экспедиции В. Абалаков, И. Лукин и Н. Чернуха первыми из советских альпинистов поднялись на пик Ленина (7134 м). В 1936 г. К. руководил второй Памирской экспедицией Красной армии на пик Ленина, которая достигла высоты 6800 м. В январе 1937 г. К. был избран первым председателем Федерации альпинизма СССР (секции альпинизма при Всесоюзном комитете по делам физкультуры и спорта при СНК СССР). В январе 1938 г. на Пленуме ЦК ВКП(б) К. подвергся критике, формально за то, что тратил слишком много времени на альпинизм, «когда другие работают». Вскоре после этого К. был снят со всех постов, исключён из ВКП(б) и 1 февраля 1938 г. арестован. Его обвинили в создании контрреволюционной организации среди туристов и альпинистов. 29 июля 1938 г. К. расстреляли в Москве на полигоне НКВД «Коммунарка». Реабилитирован за отсутствием состава преступления 10.08. 1955 г.

Куверт (table setting), способ сервировки стола в ресторане или кафе на одну персону (накрытие стола скатертью, подача столовых приборов, стеклянной посуды, тарелок и салфеток). Для особо почётного гостя К. накрывается в отдельном кабинете. Понятие К. также может использоваться в качестве учётной единицы при планировании работы предприятия питания и оценки результатов его деятельности.

Кулинарное искусство (art of cookery). 1. Высокое и профессиональное умение делать пищу вкусной, особенным образом приготавливая её, смешивая различные ингредиенты, используя приправы и т.д. 2. Стиль приготовления и определённый ассортимент блюд, которые готовятся с соблюдением обычаев рецептуры и технологий, свойственных национальным традициям разных народов. К.и. в разных странах имеет свои традиции и особенности в приготовлении и потреблении пищи – например, русская, европейская, индийская, китайская и другие виды национальных кухонь.

Культовое вино (cult wine), 1. как правило, так называют вино ограниченного выпуска по количеству бутылок или бочек; 2. вино, имеющее большое число поклонников, готовых платить за него любые деньги.

Культура обслуживания (service culture), система норм профессионального поведения, устанавливаемая в процессе общей деятельности всех работников и руководства туристского, гостиничного, транспортного и ресторанного предприятия, утверждающая, что главной целью является оказание потребителю качественных услуг.

Культурное наследие (cultural heritage), представляет собой:
- выдающиеся объекты и ценности, созданные прошлыми поколениями, выдержавшие испытание временем, выявленные, сохраняемые и используемые в социокультурных и духовных процессах, передающиеся последующим поколениям как общественное достояние;
- систему сохраняемых и поддерживаемых государством объектов и ценностей материального и нема-

териального культурного наследия; материальное наследие, в свою очередь, состоит из движимых и недвижимых объектов, неразрывно связанных с природным окружением, и подразделяется на следующие категории: общегосударственного, регионального и местного значения;
- один из важнейших стратегических национальных ресурсов, определяющих в настоящее время государственное, культурное, духовное, экономическое, туристское и общественное развитие стран и народов;
- фундаментальное научное понятие, составляющее социокультурное, интеллектуальное и духовное основание современного общества;
- уникальный феномен, устанавливающий особое место каждого государства среди других мировых культур и цивилизаций, определяющий самобытность народов.

Культурное наследие материальное (cultural heritage material), включают в свой состав движимые и недвижимые объекты, подразделяющиеся на категории общегосударственного, регионального и местного значения, имеющие выдающуюся универсальную ценность с точки зрения истории, искусства, науки, религии, являющиеся объектами туристского показа и представляющие собой:
- памятники архитектуры, гражданские и административные здания, инженерные и научно-технические сооружения, религиозные, военно-морские, промышленные, сельскохозяйственные и другие объекты;
- археологические памятники, элементы или структуры археологического характера, надписи, пещерные жилища и группы элементов археологии;
- территории и места, связанные с историческими событиями и жизнью выдающихся людей, поля сражений и военных событий;
- мемориальные сооружения, кладбища;
- монументы и монументальные комплексы;
- объекты религиозного наследия;
- культурные ценности, в том числе произведения изобразительного, прикладного и народного искусства, ювелирные изделия, документы, книги, фотографии, музыкальные инструменты и др.;
- ансамбли, т.е. группы изолированных или объединенных архитектурных строений в единстве и/или связи с пейзажем;
- исторические поселения и центры городов с культурно-исторической застройкой и планировкой, в том числе с фрагментами традиционной планировки;
- объекты промышленного и сельскохозяйственного наследия;
- объекты морского, речного, озёрного и подводного наследия;
- особо охраняемые историко-культурные территории, в том числе достопримечательные места, включая уникальные исторические, культурные и природные ландшафты.

Культурное наследие нематериальное (cultural heritage intangible), представляет собой совокупность присущих различным этническим, социальным и религиозным группам людей духовных, интеллектуальных и нравственно-этических ценностей, являющихся отражением культурной и национальной самобытности общества и охватывающих образ жизни, традиции и формы их выражения, включая язык, знания, нормы и правила поведения, верования, обряды, обычаи, празднества, фольклор, технологии изготовления предметов народного декоративно-прикладного искусства, музыкальных инструментов, предметов быта, народные художественные каноны и др., реализую-

щиеся в исторически сложившихся сюжетах, образах и стилистике их воплощения. Объектами нематериального культурного наследия народов мира являются: языки и диалекты, семейные, национальные и региональные традиции, знания и навыки, традиционные ремесла и технологии, обычаи и верования, фольклор, этнические уклады жизни, научные и образовательные системы, представления об устройстве мира народов, народностей, этнических групп, литературное, музыкальное, хореографическое, театральное, кинематографическое наследие, система подготовки творческих кадров и др.

Культурно-познавательный туризм (cultural tourism), вид туризма, представляющий собой путешествия с целью посещения и ознакомления с объектами материального и нематериального культурного наследия, а также объектами современной культуры и событиями культурной жизни разных народов; вид культурно-массовых и развлекательных мероприятий. К.-п.т. является одним из самых популярных и массовых видов современного туризма.

Культурные ценности (cultural values), представляют собой совокупность уникального материального и нематериального наследия, возникшего в результате деятельности народов мира в различные исторические эпохи, имеющего специальную типологию и отражающего результат социокультурной деятельности людей. К.ц. понимаются как общепризнанные духовно-нравственные, этические и эстетические нормы, сформированные в культуре народов мира, которые определяют образцы и стандарты организации общественной жизни и оказывают влияние на выбор людей между возможными поведенческими альтернативами. Туристы должны с уважением относится к К.ц. народов страны посещения. Как правило, материальные К.ц. запрещены к вывозу из страны, где они находятся.

Культурный центр (cultural center). 1. Город или крупное поселение, где исторически концентрируются объекты культурного наследия, музеи, библиотеки, архивы, театры, научные и образовательные заведения, современные развлекательные учреждения, в том числе концертные залы, дискотеки, цирки и т.д. 2. Архитектурное сооружение и/или комплекс, в котором расположены организации и объединения людей творческих профессий, связанных с распространением различных форм современной культуры и искусства, проведением выставок, фестивалей, праздников, концертов и т.д. К.ц. традиционно привлекают множество местных и иностранных туристов.

Купаж (blend). 1. Процесс смешивания в определённом соотношении различных видов и сортов алкогольных напитков в одном для улучшения его качества, вывода нового сорта, обеспечения типичности напитка и выпуска однородных по органолептическим характеристикам партий. К. наиболее часто применяется при производстве вина, коньяка, виски. 2. Процесс смешивания нескольких видов натуральных соков с целью улучшения вкуса и аромата. Смешение соков применяется также для их осветления. Купажироваться могут соки разных видов, а также одного вида, но разных сортов. Смешиваются как готовые соки, так и сырьё, из которых они готовятся.

Купажирование (blending). См. *Купаж*.

Купе (coupe), отдельное помещение в железнодорожном вагоне, имеющее дверь и рассчитанное на одного-двух-четырёх-шесть человек. В К. могут быть спальные и сидячие места. К. бывают двухкомнатные, с туалетом и душем (ванной). В некоторых поездах повышенной комфортности встречаются купе-квартиры, состоящие из трех комнат (спальня, душ и туалет, кабинет).

Купейный вагон (compartment car), железнодорожный вагон, имеющий отдельные купе, с закрывающимися дверями, где размещаются от одного до четырёх пассажиров.

Купонная книжка (coupon book), устаревшее понятие; К.к. – сброшюрованные в обложку талоны или купоны, выдаваемые туристской фирмой или гостиницей туристу для получения им различных услуг во время путешествия (размещение, питание, экскурсий и т.д.)

Курзал (kursaal), специальное закрытое или открытое помещение на курорте, предназначенное для отдыха и проведения культурно-развлекательных мероприятий. В К. обычно размещаются киноконцертный зал, лекторий, библиотека, помещения для игр, организуются выставки, вечера отдыха, театральные представления, проводятся музыкальные вечера и т.д.

Курорт (spa, resort). 1. Освоенная и используемая в лечебно-профилактических целях особо охраняемая природная территория, располагающая природно-лечебными ресурсами и необходимыми для их эксплуатации зданиями и сооружениями, включая объекты инфраструктуры, а также медицинским и специально подготовленным техническим персоналом. 2. Гостиница или гостиничный комплекс, расположенный в курортной зоне, где отдыхающие проживают, а лечебные и оздоровительные услуги получают в специализированных медицинских учреждениях. См. *Курортная гостиница*.

Курортная гостиница (resort hotel), неформальная классификация средства размещения, отличительным признаком которого является наличие специальных условий для отдыха, спортивных занятий и оздоровления, а также особое местонахождение, в зависимости от которого определяется специфика обслуживания. К.г. могут располагаться на летних, круглогодичных и зимних курортах. Предлагаемые ими услуги – широкий ассортимент еды и напитков, а также различного рода дополнительные услуги и развлечения. Основной проблемой многих К.г. является сезонный фактор, который оказывает негативное влияние на загрузку материальной базы. Кроме того, возникают проблемы, связанные с наймом и сохранением квалифицированного персонала. Многие из К.г. в несезонный период закрываются, другие пытаются выйти на новые рынки – например, участвуя в мероприятиях событийного туризма, – третьи уделяют большое внимание обслуживанию деловых туристов.

Курортная зона (area resort). См. *Зона курортная*.

Курортография (balneography), составная часть науки курортологии, представляющая сбой описание местоположения и природных условий курортов и курортных местностей с характеристикой их лечебных факторов, бальнеотерапевтических, климатотерапевтических и других условий для лечения и отдыха.

Курортология (balneology). 1. Наука о природных лечебных факторах, их воздействии на организм и методах использования в лечебно-профилактических целях. К. является разделом медицины, изучающей лечебные свойства природных факторов, механизмы и пути их действия на организм человека, в целях восстановления (медицинской реабилитации) здоровья человека. Виды К.: бальнеология, бальнеотерапия и бальнеотехника, учение о лечебных грязях (грязелечение), курортная климатология медицинская (биоклиматология человека), курортография и климатотерапия (аэро-гелио-талассотерапия). К. включает также вопросы организации, планировки и строительства курортов. 2. К. является основой для планировки и строительства курортов, организации санаторно-курортного лечения, что стимулирует развитие медицинского и оздоровительного туризма. К. использует в качестве размещения коллективные специализированные заведения: санатории, пансионаты, курортные гостиницы, в которых в качестве основных выступают медицинские и оздоровительные услуги. См. *СПА-индустрия. Велнес*.

Курсы туристские учебные (tourism training courses), 1. организованное краткосрочное специальное обучение сотрудников туроператорской компании и сопровождающих групп по различным туристским маршрутам; 2. курсы обучения иностранному языку для туристов, выезжающих за границу, и др.

Курц В.Л., председатель правления ГАО и ВАО «Интурист» в 1931-1937 гг.

Кутузов Д.И., председатель правления ГАО «Интурист» в 1930 г.

Кухня (cuisine). См. *Кулинарное искусство*.

Кухня (kitchen), специальное помещение, оборудованное для приготовления и хранения пищи в ресторане, гостинице, частном доме и т.д.

Кухня русская (russian cuisine), историческая традиционная кухня русского народа представляет собой сложившуюся систему приготовления пищи, но при этом различные регионы имеют свои характерные особенности, связанные с традициями и пищевыми предпочтениями местного населения. Современная К.р. заметно изменилась за последние 100 лет, в связи с массовой урбанизацией и многими социальными изменениями в обществе. Однако основа К.р. сохранилась до настоящего времени. Климатические особенности России обусловили многие характерные особенности традиционной К.р.: разнообразие горячих супов и каш, квашений, мочений и солений, грибных, мясных блюд и тушёной (варёной) дичи, рыбы, пирогов и пирожков, томлёных, тушёных, варёных и печёных блюд. Историческими русскими напитками являются: сбитень, квасы, меда, морсы. К ритуальным блюдам относятся: курник, кутья, блины, куличи, пасха, яичница, холодник и овсяный кисель. Традиционным десертом К.р. являются: печёные яблоки, груши, сливы, варенье, мёд, калачи, пряники и толчёные ягоды. Рестораны К.р. представлены во всех регионах Российской Федерации и за рубежом, где они пользуются неизменным успехом, в том числе у туристов.

Л

Лагерь для автофургонов (camp RV, caravan park), специально оборудованное место, иногда огороженное, с водопроводом (колодцем) и туалетами, предназначенное для стоянки автофургонов, жилых автоприцепов и автомобилей. Зачастую Л.а. оборудован местами для приготовления и приёма пищи туристами.

Лагерь альпинистский (mountaineering camp). См. *Альпинистский лагерь*.

Лагерь международный (camp international), место детского и молодёжного отдыха в городской или сельской местности, где в стационарных или походных условиях отдыхают без родителей дети и молодёжь из разных стран и регионов. В Л.м. молодые туристы знакомятся с культурой, историей, традициями и языками других стран и народов, а также занимаются спортом, играми и путешествиями.

Лагерь молодёжный (youth camp), специально оборудованное место отдыха для юношей и девушек в сельской местности, где молодёжь отдыхает и развлекается в летний или зимний период, как правило, на каникулах. Л.м. могут иметь специализацию: туризм, спорт, наука, волонтёрская деятельность и т.д.

Лагерь отдыха (holiday camp), туристский комплекс, включающий лёгкие жилые постройки, домики для размещения отдыхающих, а также общий ресторан, кафе и различные сооружения для отдыха и спортивных занятий проживающих в лагере людей. Л.о. может также называться туристской деревней. Л.о. обычно функционируют в весенний и летний период.

Лагерь пионерский (pioneer camp), устаревшее понятие, воспитательное и оздоровительное учреждение в СССР, предназначенное для отдыха членов Всесоюзной пионерской организации имени В.И. Ленина и школьников (от 7 до 15 лет), организуемое на время школьных каникул профсоюзными, комсомольскими, образовательными, медицинскими, хозяйственными организациями, колхозами, совхозами, комитетами по физической культуре и спорту и т.д. В Л.п. дети организовывались во временные пионерские дружины и отряды, работали различные детские самодеятельные коллективы по интересам, проводилась военно-спортивная игра «Зарница». Некоторые Л.п. принимали детей круглогодично. Состав вожатых в Л.п. лагерей формировался из студентов, членов ВЛКСМ. Л.п. были нескольких типов: городские, загородные, санаторные, оздоровительные, туристские, военно-спортивные, пионерского и комсомольского актива и др. После распада Советского Союза Л.п. стали именоваться: «детский оздоровительный лагерь», «детский центр», «детский оздоровительный центр».

Лагерь туристский (tourist camp), специально оборудованное место, где создаётся палаточный лагерь, – в лесу, на берегу моря, озера или реки. Основной задачей Л.т. является проведение походов, привитие или совершенствование туристских навыков, проведение туристских соревнований, познавательная деятельность по изучению родного края. Лагеря, организованные с иными

целями (спортивные, военно-спортивные, оздоровительные, трудовые и пр.) туристскими не являются. Л.т. может располагаться в палаточном городке в полевых условиях или в арендуемых помещениях в сельской местности. Для организации Л.т. необходимо получить разрешение от местных органов власти на использование участка земли и согласовать с местными органами санэпиднадзора возможность использования питьевой воды. Если Л.т. организуется за пределами населённого пункта, то маршруты походов, состав участников и руководителей походных групп необходимо согласовать с маршрутно-квалификационной комиссией. Приказом по учреждению, организующему лагерь, назначаются начальник лагеря, его заместитель, педагогические и вспомогательные работники лагеря.

Лайнер морской (liner marine), крупный, быстроходный и комфортабельный пассажирский корабль, совершающий рейсы по расписанию между определёнными портами на внутренних или международных морских линиях.

Лайнер воздушный (liner air), многоместный скоростной пассажирский самолёт, совершающий перевозки на средние и дальние расстояния.

Ландо (landau), четырёхместная широкая карета с открывающимся верхом, запрягаемая лошадьми. В некоторых зарубежных и российских городах поездки в ландо используются для экскурсионного обслуживания туристов. См. *Карета*.

Ландшафт (landscape), конкретная территория, однородная по своему происхождению, истории развития и неделимая по зональным и азональным признакам. Л. в научном понимании представляет однородный территориальный комплекс, сложившийся в свойственных только для него условиях, которые включают в себя единую основу: геологический фундамент, рельеф, гидрографические особенности, почвенный покров, климатические условия и единый биоценоз. Л., изменённые хозяйственной или иной деятельностью человека, подразделяются на культурные и природно-антропогенные. Культурный Л. формируется в результате сознательной, целенаправленной деятельности человека для удовлетворения тех или иных практических потребностей. Природно-антропогенные Л. представляют собой комплексы, которые, возникнув однажды под влиянием человеческой деятельности, в дальнейшем развиваются самостоятельно. Л. являются аттрактивными объектами, привлекающими множество туристов.

Ландшафт культурный (cultural landscape), часть территории, местность, включающая присущие ей природные и антропогенные компоненты, обладающая характерными чертами, внешними и наделёнными признаками и смыслами. Л.к. формируется в результате деятельности человека для удовлетворения тех или иных практических потребностей, имеет научную и средоохранную ценности, является ресурсом для развития природосберегающих форм туризма и ориентирован на сохранение и использование как целостного культурно-природного комплекса. Л.к. часто выступает в роли основного туристско-рекреационного ресурса в каком-либо районе или области.

Ландшафт природный (natural landscape), часть территории земной

поверхности, местность, которая не подверглась изменению в результате хозяйственной и иной деятельности, и характеризуется сочетанием определенных типов рельефа, почв, растительности, водных объектов, обладающая характерными чертами и признаками. Л.п. имеет научную и средоохранную ценности, является ресурсом для развития природосберегающих форм туризма и ориентирован на сохранение и использование природного комплекса. Л.п. часто является основным туристско-рекреационным ресурсом для приключенческого и спортивного туризма в каком-либо районе или области.

Ландшафтный парк (landscape park), представляет собой природные и природно-антропогенные комплексы и объекты, имеющие значительную экологическую, эстетическую и историко-культурную ценность, и предназначены для использования в природоохранных, туристских, культурно-просветительских, оздоровительных и рекреационных целях. Л.п. воспроизводят естественный ландшафт и являются направлением в садово-парковом искусстве, которое впервые сложилось в XVIII в. в Великобритании. Л.п., как правило, являются объектами туристского показа.

Ланч (lunch), приём пищи в полдень или в середине дня. В зависимости от страны Л. варьируется по количеству блюд и их калорийности. Туристы должны понимать разницу между Л. и обедом, которая заключается в том, что обед подаётся позднее и его блюда более сытные.

Ланч пакет (lunch package), термопакет с пищей для обеда, сохраняет еду горячей или холодной, свежей и полезной. Л.п. используют туристы в дороге, когда на маршруте нет возможности поесть в стационарном пункте общественного питания.

Левант (Levant). 1. Общее название стран восточной части Средиземного моря: Сирия, Ливан, Израиль, Иордания, Палестина, Египет, Турция и др. 2. название восточного ветра, одного из самых известных ветров западного региона Средиземноморья, который зарождается в центральной части Средиземного моря. Л. набирает наибольшую силу, когда приходит в узкое горлышко Гибралтара. Именно по причине Л. моряки издавна считали Гибралтар опасным и труднопроходимым местом. С другой стороны, именно Л. часто помогал с давних времен морякам выходить в Атлантику. Л. вызывает пасмурную и дождливую погоду.

Левостороннее движение (drive on the left), способ организации дорожного движения, при котором транспортные средства обязаны двигаться по левой стороне проезжей части. При встречном разъезде в условиях Л.д. автомобили должны быть обращены друг к другу правыми сторонами. С учётом данного способа организации дорожного движения конструируется транспорт и разрабатывается система средств регулирования. Л.д. становится определяющим при решении вопросов начала движения автомобилей и маневрирования, определения очередности проезда перекрестков, обгонов и т.д.

Левый борт (left side), левая сторона по ходу движения или носовой части судна, самолёта и т.д. См. *Правый борт*.

Легенда карты (map legend), список или таблица условных знаков и пояснений на географической карте,

раскрывающие её содержание. Л.к. в разных странах не унифицированы, но стандартизированы и обязательны к применению на топографических и других картах.

Ледник (glacier), масса наземного льда, преимущественно атмосферного происхождения, испытывающая вязкопластическое течение под действием силы тяжести и принявшая форму потока, системы потоков, купола (щита) или плавучей плиты. Осмотр и нахождение на ледниках требует специальной подготовки, снаряжения и осуществляется, как правило, в научно-исследовательских целях. См. *Научный туризм*.

Ледокол (icebreaker), самоходное специализированное служебно-вспомогательное судно, прокладывающее путь транспортным судам в замерзающих морях путем разрушения ледяного покрова и служащее для поддержания навигации. К ледокольным операциям относятся: проводка судов во льдах, преодоление ледовых перемычек, прокладка канала, буксировка, околка, выполнение спасательных работ. Л. используются в целях научного туризма. В настоящее время стали популярны туристские морские путешествия на Л.

Ледоруб (ice pick), спортивный инвентарь, применяемый альпинистами и горными туристами для передвижения по ледовым, снежным и осыпным склонам, организации страховки и самостраховки на этих видах рельефа. Л. состоит из головки, штычка и рукоятки. Головка Л. имеет также клюв и лопатку. Для удобства использования к Л. пристегивается темляк – петля, которая надевается на руку или пристегивается к самостраховке. Л. также используется на бивачных работах.

Ленточная канатная дорога (ribbon cable car), вид канатной дороги, являющийся безопорным подъёмником, который представляет собой ленточный конвейер, т.е. движущуюся гибкую ленту, с помощью которой лыжники перемещаются как на конвейере. Л.к.д. имеют большую скорость и производительность по сравнению с подобного типа подъёмниками. См. *Канатные дороги*.

Ледяной отель (ice hotel), неформальная классификация средства размещения, представляющего собой гостиницу, построенную из ледяных блоков, с мебелью, изготовленной изо льда или дерева. Л.о. популярны в Северной Европе как аттрактивные элементы туристских программ.

Лесопарк (forest park), лесной массив рядом или в населённом пункте, используемый в рекреационных целях, а также для проведения туристских мероприятий.

Лестница (staircase), ряд ступеней для спуска и подъёма человека пешком, обычно ограждаются перилами в зданиях и на местности. В некоторых городах и горных местностях Л. являются достопримечательностями и объектами туристского показа. В малоэтажных зданиях гостиниц лестницы являются основным путём передвижения гостей между этажами.

Летнее время (summer time), в некоторых странах летом вводится поясное время, переведённое на один час вперёд с целью более рационального использования светлой части суток. Туристам во время путешествий необходимо учитывать Л.в. в стране пребывания, прежде всего, чтобы не опаздывать на транспорт или мероприятия.

Летнее расписание (summer schedule). См. *Расписание летнее*.

Летние каникулы (summer vacation), длительный период у учащихся средних и высших учебных заведений, свободный от занятий и используемый для туризма, отдыха, спорта, развлечений и дополнительных занятий различными дисциплинами.

Летний туризм (summer tourism), вид туризма, представляющий собой путешествия с любыми целями в летнее время года, как правило, во время летних каникул и отпусков. Летний период наиболее благоприятен для отдыха и совершения туристских путешествий. Л.т. является высоким сезоном и характеризуется действием наиболее высоких тарифов на туристские, транспортные и гостиничные услуги. Посещение туристской местности в летнее время года некоторые специалисты называют «зелёным туризмом», имеющим экологическую направленность.

Лечебно-оздоровительная местность (therapeutic area), территория, обладающая природными и лечебными ресурсами, а также пригодная для организации лечения, оздоровления и профилактики заболеваний, в том числе отдыха местного населения и туристов.

Лечебно-оздоровительный туризм (health tourism). См. *Оздоровительный туризм*. *Медицинский туризм*.

Лечебный туризм (health tourism). См. *Медицинский туризм*.

Лизинг (leasing), вид финансовых услуг, форма кредитования при приобретении основных фондов предприятиями или дорогих товаров физическими лицами. Л. представляет собой оформленный специальными договорами процесс передачи в аренду (долгосрочную и среднесрочную) средств производства, техники, зданий и сооружений на условиях возвратности, срочности и платности с возможностью их продажи с учётом ранее выплаченных за аренду сумм. В туристской деятельности договор о Л. может распространяться на аренду самолетов, автобусов, кораблей и т.д.

Ликвидация предприятия (liquidation of an enterprise), прекращение деятельности юридического лица, в том числе туристской фирмы, транспортной и гостиничной организации и т.д., в Российской Федерации осуществляется путём внесения соответствующей записи в Единый государственный реестр юридических лиц. Ликвидация юридического лица влечёт утрату им гражданской правоспособности. Ликвидация юридического лица также рассматривается как юридическая процедура, процесс, порядок осуществления которой определён законодательством РФ.

Лимит ответственности страховщика (limit of liability of the insurer), максимально возможная ответственность страховщика, вытекающая из договора страхования и фиксирующаяся в страховом полисе.

Лимузин (limousine), легковой автомобиль высшего представительского класса, названный так по закрытому и удлинённому кузову с жёсткой крышей и остеклённой перегородкой между передним и остальными сиденьями, имеющий две или четыре двери, а также два или четыре, иногда более, боковых окон с каждой стороны. Название Л. произошло от французского слова ”limousine” – названия исторической провинции Лимузен.

Лимузин сервис (limousine service), предоставление услуги и организация перевозки туристов при трансферах, экскурсиях, загородных поездках в большом комфортабельном легковом автомобиле с удлинённым кузовом.

Линия расположения гостиниц (line location), размещение гостиниц вдоль берега моря, озера, реки и т.д. Правила гостиничных ассоциаций большинства стран мира определяет следующую классификацию Л.р.г.:
1-я линия – средства размещения расположены непосредственно на берегу моря, расстояние от дверей отеля до ближайшего пляжа не более 100-150 м, между отелем и пляжем не может быть ни променада, ни дороги, ни барьеров, ни тем более других отелей. Как правило, гостиницы 1-й линии имеют свои собственные пляжи, посещение которых бесплатно для гостей этих гостиниц. Обычно это отели 4 звезды и 5 звезд, хотя встречаются 3 звезды;
2-я линия – между пляжем и средством размещения расположен променад (прогулочная аллея вдоль побережья) или обычная дорога. Расстояние до ближайшего пляжа не более 200 м (напрямую). Между морем и пляжем по-прежнему не должно быть других отелей. Большинство гостиниц второй линии имеют собственные пляжи, некоторые приглашают своих гостей на ближайший общественный пляж (гостиницы уровня 3*);
3-я, 4-я и 5-я линии – городские гостиницы, расстояние до пляжей более 300 м. Среди подобного типа отелей есть заведения высокого уровня – 4* и 5*. В этом случае для гостей предусмотрен специальный транспорт до пляжей. В зависимости от уровня тура, им можно пользоваться без ограничений или за символическую плату. Собственные пляжи для отелей 3-й линии – редкость. Чаще всего здесь предлагают клиентам отдохнуть рядом с отличным бассейном как с морской, так и пресной водой. Стоимость отдыха в отелях городского типа, далеких от пляжей, существенно ниже, чем в гостиницах на берегу моря.
В разных странах могут быть свои особенности при определении параметров Л.р.г., поэтому при бронировании гостиницы туристу необходимо выяснить её расположение по отношению к морю, реке, озеру и т.д.

Линия автобусная (coach service), автобусные пассажирские перевозки между определёнными населёнными пунктами, осуществляемые автобусной компанией на основе постоянного расписания. Различают внутренние и международные Л.а. Международные Л.а. могут проходить по нескольким странам и обслуживаться несколькими автобусными компаниями. Л.а. активно пользуются туристы-индивидуалы, а также путешествующие в составе групп.

Линия морская (steamship line), морские пассажирские перевозки на кораблях между определёнными портами, осуществляемые морскими пассажирскими компаниями на основе постоянного расписания. Существуют внутренние (каботажные) и международные Л.м.

Линия регулярная (scheduled service), пассажирская линия, обслуживаемая одним из обычных видов транспорта (авиационный, железнодорожный, морской, речной, автомобильный), перевозящего пассажиров на основе постоянного расписания и объявленных тарифов.

Линия трансполярная (polar route),

линия регулярных пассажирских авиаперевозок из Европы в Северную Америку или Японию через Северный полюс. Коммерческая эксплуатация Л.т. началась с середины 60-х гг. XX в.

Лист бронирования (booking list), список принятых и подтверждённых заявок на бронирование туристских, паломнических или транспортных услуг: места в туристской группе, в гостинице, на авиарейсе и т.д.

Лист ожидания (waiting list), список лиц, ожидающих освобождения мест в туристской группе, в гостинице, на транспортных средствах в результате отказа пассажиров или клиентов от уже произведенного бронирования. Л.о. составляется в тех случаях, когда все места на запрошенные даты полностью забронированы. Заявки с Л.о. удовлетворяются в порядке очереди только в случае отказа кого-то из клиентов от ранее подтверждённой ему брони.

Листовка рекламная (leaflet advertising), напечатанный на бумаге листок с текстом и художественным оформлением, рекламирующий туристские услуги. Л.р. используются в качестве оперативной рекламы в целях привлечения внимания потенциальных покупателей к злободневным вопросам продажи конкретных туристских услуг. В настоящее время используются редко, как правило, во время проведения конкретных акций или на туристских выставках.

Листок информационный (piece of information), напечатанное на бумаге листовое, как правило, разовое издание объёмом не более 4 страниц, содержание которого составляет информация: о туристской поездке, разъяснение к договору, ваучеру, программе маршрута, краткое изложение правил пересечения границы, о возможных угрозах жизни или здоровью путешественника и т.д. Смысл Л.и. как документа не столько в донесении до туриста знаний об условиях предстоящей поездки, сколько получение гарантий того, что турист ознакомлен со всей информацией о туре (это подтверждается подписью туриста под информационным листком), что не даст ему в дальнейшем обвинить менеджера туроператора в неполном донесении информации. См. *Памятка туриста*.

Литературные памятники (literary monuments). См. *Памятники литературные*.

Лифтёр (lifter, elevator operator), сотрудник средства размещения, который обслуживает лифт, а также несёт ответственность за соблюдение всех правил пользования подъёмником.

Лица с ограниченными физическими возможностями (handicapped people, disabled people), люди, имеющие врождённые или приобретённые физические недостатки и поэтому нуждающиеся в особых условиях использования туристских услуг. Многие гостиницы создают у себя номера для инвалидов, лестничные марши (пандусы) для передвижения в инвалидных колясках, специальные места в ресторанах. При этом на видных местах устанавливаются соответствующие указатели-пиктограммы.

Лицензиат (licensee), юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющее лицензию на осуществление конкретного вида деятельности. В российском туризме (до 2007 г.) – турагентской и туроператорской деятельности.

Лицензионные требования и условия (licensing requirements and conditions), совокупность установленных положениями о лицензировании конкретных видов деятельности требований и условий, выполнение которых лицензиатом обязательно при осуществлении лицензируемого вида деятельности. Так, например, при лицензировании *туроператорской деятельности* в Российской Федерации до 2007 г. было необходимо соблюдение следующих требований и условий: а) наличие в штате туроператора не менее 7 работников, осуществляющих туроператорскую деятельность; б) наличие у туроператора не менее 30% работников, имеющих высшее, среднее специальное или дополнительное образование в области туризма либо стаж работы в туризме не менее 5 лет, а также наличие у руководителя туроператора высшего, среднего специального или дополнительного образования и стажа работы в области туризма не менее 5 лет; в) наличие сертификата соответствия туристских услуг требованиям безопасности; г) повышение не реже 1 раза в 3 года квалификации работников; д) оказание туристских услуг только после заключения с клиентом договора, соответствующего требованиям законодательства Российской Федерации, и др. С 2007 г. в России лицензирование турагентской и туроператорской деятельности было отменено.

Лицензирование (licensing), 1. предоставление, выдача официального разрешения – *лицензии* – на осуществление какой-либо деятельности; 2. юридическое право на осуществление какой-либо деятельности. См. *Лицензия.*

Лицензирование в туризме (licensing in tourism), система предоставления государственными органами *лицензий* на осуществление *турагентской и туроператорской деятельности.* В Российской Федерации подобная практика существовала в 1993-2007 гг. В настоящее время туристская деятельность в России не подлежит лицензированию.

Лицензируемые виды деятельности (licensed activities), в соответствии с Федеральным законом от 04.05. 2011 г. № 99-ФЗ (ред. от 29.07. 2017 г.) «О лицензировании отдельных видов деятельности» туристская деятельность не включена в перечень видов деятельности, на которые требуются лицензии. Лицензированию подлежат (ст. 12) виды деятельности, связанные с туризмом. К ним относятся: деятельность по перевозке пассажиров внутренним водным транспортом, морским транспортом, воздушным транспортом, автомобильным транспортом, оборудованным для перевозки более восьми человек, железнодорожным транспортом; а также деятельность по сохранению объектов культурного наследия народов Российской Федерации и образовательная деятельность.

Лицензия (licence), специальный документ, выдаваемый государственными органами юридическому или физическому лицу на осуществление конкретного вида деятельности в течение определённого срока при обязательном соблюдении установленных требований и условий. Получение Л. может быть связано с внесением специального денежного взноса в государственное ведомство, которое его выдаёт.

Лицензия на охоту (hunting license), специальное разрешение, выдаваемое владельцем охотхозяйства на про-

ведение охоты на его территории и получение охотничьих трофеев. Л.о. обычно выдаётся за определённую плату на каждый трофей в соответствии с установленными расценками. Расценки различаются в зависимости от вида и качества трофея.

Лицензия на право продажи алкогольных напитков (liquor licence), специальное разрешение, выдаваемое государственными органами предприятиям общественного питания: ресторанам, кафе, барам и т.п. на продажу спиртных напитков при строгом соблюдении установленных требований.

Лицензия на турагентскую деятельность (travel agents licence), лицензия, выдаваемая на право осуществления турагентской деятельности в соответствии с установленными требованиями и условиями.

Лицо физическое (individual), гражданин (иностранный гражданин, лицо без гражданства) как субъект гражданского права, в отличие от *юридического лица*, являющегося коллективным образованием. Л.ф. может быть зарегистрировано в установленном законом порядке в статусе индивидуального предпринимателя для осуществления предпринимательской, в т.ч. туристской, деятельности без образования юридического лица. Термин Л.ф. используется в различных отраслях законодательства.

Лицо юридическое (entity), зарегистрированная в установленном законом порядке организация, фирма, компания, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Л.ю. должно иметь самостоятельный финансовый баланс.

Лобби-бар (lobby bar), часть вестибюля гостиницы, представляющая собой зону с барной стойкой, где туристы встречаются друг с другом, отдыхают, ожидая заселения в номера, могут выпить напитки и легко поесть.

Логистика (logistics), система управления и проектирования информационными, материальными и людскими потоками на основе их оптимизации по времени и затратам.

Логистика транспортная (logistics transportation), система по организации доставки, а именно – по перемещению каких-либо материальных предметов, веществ и т.д. из одной точки в другую по оптимальному маршруту. Одно из основополагающих направлений науки об управлении информационными и материальными потоками в процессе движения товаров. Оптимальным считается маршрут, по которому возможно доставить логистический объект в кратчайшие сроки (или предусмотренные сроки) с минимальными затратами, а также с минимальным вредом для объекта доставки. Вредом для объекта доставки считается негативное воздействие на логистический объект как со стороны внешних факторов (условия перевозки), так и со стороны временного фактора при доставке объектов, подпадающих под данную категорию.

Логистика туристская (logistics tourism). 1. Системная деятельность, связанная с планированием, контролем и управлением операциями,

совершаемыми туристской фирмой в процессе формирования тура, доведения готовой продукции до туриста в соответствии с интересами и запросами последнего, а также рациональная организация разработки нового туристского продукта. 2. Организация формирования, продвижения, сбыта и потребления туристского продукта на основе оптимизации по целям и функциям туристской поездки, времени и затратам.

Логотип (logotype), 1. комбинация фирменного названия, знака, адреса, телефонов и некоторых других кратких сведений о фирме, используемая на почтовых бланках, конвертах и других корпоративных документах конкретной компании; 2. фирменный блок, графическая композиция, состоящая из товарного знака в сочетании с фирменным названием организации, предприятия, фирмы, в том числе туристской.

Ложа театральная (lodge theatre), обособленное, в виде небольшого внутреннего балкона, помещение в зрительном зале, предназначенное для нескольких зрителей. Л.т., как правило, расположены по сторонам и сзади партера, на ярусах, а также по боковым сторонам просцениума или примыкают к оркестровой яме (такие ложи носят название «бенуар»). Характеризуется недостаточным обзором сцены; иногда используется для осветительной аппаратуры.

Лонг дринк (long drink), большие порции слабоалкогольных или безалкогольных напитков, подаваемых в высоких толстых стаканах посетителям бара, кафе, ресторана для долгого питья небольшими глотками или через соломинку.

Лыжи (ski), известные с древних времён приспособления для перемещения (хождения, бега, катания) человека по снегу. Представляют собой два длинных или коротких деревянных или пластиковых полоза с заострёнными и загнутыми носами. Л. крепятся к ногам с помощью креплений, в настоящее время для использования лыж в большинстве случаев необходимы специальные лыжные ботинки. На Л. перемещаются, используя их способность скользить по снегу.

Лыжи беговые (cross-country skies), лыжи для катания по пересеченной местности по проторенной лыжне. Катание на Л.б. служит одним из популярных и массовых развлечений в зимних туристских центрах, на горнолыжных курортах.

Лыжи водные (water skies), специальные лыжи для скольжения по водной поверхности на буксире за моторным катером. Катание на Л.в. является популярным массовым развлечением туристов и отдыхающих в центрах водного спорта, а также находящихся на отдыхе у моря, озера, реки и других крупных водоёмов.

Лыжник (skier), спортсмен или любитель лыжного спорта, катающийся на лыжах.

Лыжный отдых (skiing holiday), проведение свободного времени в зимний период в катании на лыжах, участии в лыжных походах и соревнованиях.

Лыжный поход (ski trip), туристское путешествие на лыжах, может быть однодневным или многодневным.

Лыжный сезон (ski season), зимний период года, во время которого можно заниматься *лыжным туриз-*

мом, горнолыжным спортом и просто катанием на лыжах. Продолжительность Л.с. зависит от климатических особенностей той или иной страны, а также от высоты лыжных трасс и массы выпавшего снега в горной местности.

Лыжный туризм (ski touring), вид спортивного туризма, являющегося также видом спорта. Л.т. основан на передвижении на лыжах. Л.т. развивается в странах, имеющих устойчивый снежный покров в зимнее время. Спортивные туристские путешествия организуют туристские клубы, группы самодеятельного туризма, образовательные учреждения.

Льготный тариф (discount rate). См. *Тариф льготный*.

Любительский туризм (amateur tourism). См. *Самостоятельный туризм*.

Люди с ограниченными возможностями (people with disabilities). См. *Лица с ограниченными физическими возможностями*.

Люкс (suite), многокомнатный номер в средстве размещения площадью не менее 35 кв. м, состоящий минимум из двух жилых комнат (гостиной и спальни), рассчитанный на проживание 1-2 человек. Также Л. может включать: прихожую, кабинет, комнату для переговоров, столовую, игровую комнату, зимний сад, тренажёрный зал, два или несколько туалетов и ванных комнат, баню, комнату для хранения багажа.

Люкс-апартамент (deluxe suite), представляет собой комфортный *пентхаус*, занимающий один или два этажа, на самом последнем этаже крупного небоскреба, а также отдельную виллу, особняк в парке или на побережье. Основным отличием Л.-а. считается наличие большого количества дополнительных услуг. Л.-а. состоят из просторной гостинной, столовой, кабинета, двух и более спальных комнат, двух и более ванных, мини-бассейна, бани, спортивно-тренажёрного зала, игровой комнаты, комнаты-гардероба и т.д. Л.-а. относятся к классу люкс также из-за наиболее выгодного расположения и дорогой отделки помещений.

М

Магазин беспошлинной торговли (duty-free shop), место, где производится розничная торговля товарами для иностранных граждан за валюту по ценам, освобожденным от местных налогов и пошлин. Как правило, М.б.т. размещаются в аэропортах и вокзалах международных пассажирских линий в свободной зоне. В некоторых странах М.б.т. располагаются также в торговой части города. Продажа товаров иностранцам производится в М.б.т. по предъявлению иностранного паспорта или других удостоверений личности, а также транспортного билета.

Магазин сувениров (souvenir shop), торговая точка или отдел в торговом центре, специализирующийся на продаже разнообразных товаров сувенирного характера: изделий народных ремёсел, печатных красочных изданий, открыток, сувениров и других предметов, напоминающих иностранным туристам о местах путешествия. М.с. размещаются обычно в местах, наиболее посещаемых туристами: в гостиницах, на вокзалах, в торговых центрах, в местах проведения экскурсий.

Мажордом (majordomo, butler), дворецкий, старший лакей, управляющий в богатых домах и высокоразрядных гостиницах, в обязанности которого входит оказание гостям знаков особого внимания.

Максимальная вместимость апартамента (maximum occupancy of the apartment), наибольшее число гостей, способных разместиться с комфортом в одном апартаменте.

Максимальная комфортность апартамента (maximum comfort of the apartment), полная доступность всех услуг и удобств для определённого числа гостей, проживающих в апартаменте, с условием, что в каждой спальне могут быть размещены не более двух взрослых туристов.

Максимальная температура (maximum temperature), наивысшее значение температуры воздуха, которая наблюдается в конкретном пункте, стране или регионе в определённое время года. Информация о М.т. учитывается туристами при принятии решения о туристской поездке.

Малые города (small towns). См. *Исторические города и поселения.*

Малые средства размещения (small accommodation facilities), неформальная классификация помещений, оборудованных для предоставления услуг размещения с номерным фондом не более 50 номеров. М.с.р. используются различными организациями с правами юридических лиц, а также индивидуальными предпринимателями и физическими лицами для предоставления услуг размещения. К М.с.р. относятся:
- малые гостиницы с номерным фондом от 16 до 50 номеров;
- мини-отели с номерным фондом от 5 до 15 номеров;
- меблированные комнаты на одном из этажей жилого дома;
- гостевые комнаты в частном доме и т.д.

Количество и качество услуг, предоставляемых в М.с.р., определяется национальным законодательством страны пребывания. В Российской Федерации с 2011 г. действует национальный стандарт «Услуги малых средств размещения», ГОСТ

Р 54606-2011. См. *Средства размещения. Меблированные комнаты.*

Мандир (mandir), индуистский храм, место поклонения для последователей индуизма. Слово «М.» происходит от санскр. слова «обиталище», «жилище», т.е. Дом Бога. М. может представлять собой отдельное здание или часть какого-то здания. Основной отличительной чертой М. является присутствие мурти, представляющего собой статую или изображение определённой формы Бога, Дэвы или святого, которому/ которым и посвящён храм. В Южной Индии сохранились древние М., построенные несколько тысяч лет тому назад. М. привлекают к себе большое число паломников и туристов.

Манильская Декларация о мировом туризме (Manila Declaration on world tourism), международный документ, в котором закреплены новые концепции в сфере туризма. Всемирная конференция по туризму, при участии 107 делегаций государств и 91 делегации наблюдателей, проходившая в Маниле (Филиппины) с 27 сентября по 10 октября 1980 г., приняла М.Д.м.т. В документе провозглашено право гражданина на отдых, свободу путешествий и туризма в качестве важнейшего элемента развития человеческой личности. М.Д.м.т. подписана и признана Российской Федерацией. На четвертой сессии Генеральной ассамблеи ЮНВТО в 1980 г. были приняты план действий и стратегия в отношении практического осуществления М.Д.м.т., включающие:
- право на отдых;
- национальный туризм;
- туризм как фактор международной солидарности;
- новые направления туристских потоков;
- окружающую среду, природные ресурсы, а также культурное и историческое наследие;
- организацию туризма под эгидой государства или коммерческого ассоциативного частного сектора.

На практическом уровне осуществление плана действий возлагается на национальные туристские администрации (министерства, правительственные учреждения), национальные законодательные органы, ассоциации предпринимателей, туристские предприятия, СМИ и т.д.

На основе общих руководящих принципов необходимо добиваться:
- общего признания права на отдых и досуг для всех слоёв населения, и в частности, права на оплачиваемый отпуск для кормильцев;
- постепенного улучшения использования свободного времени;
- улучшения транспортных условий, например, путём понижения тарифов или каких-либо других стимулов для отдыхающих, молодых людей, престарелых или инвалидов со средним и низким уровнем заработка;
- защиты и сохранения окружающей среды, экологической структуры и природного, исторического и культурного наследия страны;
- привлечения к туризму внимания со стороны общественности и правительственных кругов;
- принятия финансовых и технических мер, имеющих своей целью увеличение покупательной способности граждан.

Среди различных принципов М.Д.м.т. особо важное значение имеет свобода туристских путешествий, возможная только в случае, если во всём мире будут мир и более стабильный экономический порядок. Свобода туристских путешествий включает:
1. свободу передвижения в пределах национальной территории;
2. разрешение для туристов въезжать на национальную территорию и покидать её;

3. свободный выбор туристских направлений, видов путешествий и организаций;
4. разрешение иностранным туристам обменивать оставшуюся у них национальную валюту при отъезде на основании соответствующих правил.
В М.Д.м.т. рассматривается экономическая составляющая туризма. Документ признает туризм одной из основных отраслей мировой экономической деятельности. Развитие внутреннего туризма положительно сказывается на внутренней экономике страны, поскольку балансирует её, что должно способствовать деятельности государств по поощрению соответствующих капиталовложений. Особое внимание в документе уделяется социальному туризму, рассматриваемому как цель, к которой должно стремиться общество, путём поддержки молодёжного туризма, поездок лиц преклонного возраста и инвалидов. В М.Д.м.т. отмечено, что туризм имеет влияние на сферу занятости в государствах, поскольку способствует созданию новых рабочих мест. В документе также отмечается международное значение туризма как фактора, содействующего взаимопониманию между народами.

Манифест пассажирский (passenger manifest), список пассажиров круизного судна, находящегося в заграничном плавании. М.п. составляется организаторами круиза и заранее рассылается иммиграционным властям в портах захода круизного судна на предмет безвизового схода пассажиров на берег для однодневных экскурсий. М.п. составляется в алфавитном порядке в транскрипции английского языка или государственного языка страны пребывания с указанием паспортных данных всех пассажиров. См. *Круиз.*

Маржа (margin), финансовый термин, применяемый в банковской, биржевой, торговой, страховой, туристской и других финансово-экономических видах деятельности, для обозначения разницы между процентными ставками, курсами ценных бумаг, ценами на товары и услуги, другими финансовыми показателями. Например, разница между рыночной стоимостью товара или услуги и фактически вырученной суммой за его реализацию.

Маржа прибыли (profit margin), показатель прибыльности предприятия, в том числе туристских фирм; отношение прибыли к объёму реализованных услуг, продукции или капиталу.

Марка почтовая (stamp), бумажный знак оплаты почтовых сборов с рисунком и обозначением цены, который наклеивается на конверт или открытку. Каждое государство выпускает собственные почтовые марки. Иностранные туристы часто в коллекционных целях приобретают марки стран, которые они посещают.

Марка торговая (trade mark, brand), принятое организацией, фирмой или производственной компанией графическое, буквенное или иное обозначение, служащее для отличия её товаров или услуг от товаров или услуг других фирм.

Маркетинг (marketing), система специальных мероприятий по изучению рынка и активному воздействию на потребительский спрос с целью расширения продажи производимых товаров, услуг и увеличения прибыли. М. в туризме направлен на разработку новых, более эффективных видов туристских и экскурсионных услуг, их продажу с целью получе-

ния прибыли на основе повышения качества туристского продукта и учёта процессов, которые протекают на национальном и мировом туристских рынках. Использование средств и технологий М. позволяет более рационально использовать ресурсы туристских фирмы, в том числе и финансовые, для продвижения и реализации турпродукта.

Маркетинг в гостеприимстве (marketing in hospitality), система организации экономической деятельности средств размещения, основанная на изучении спроса на гостиничные услуги на туристском рынке. М.г. связан с особенностями гостиничного продукта. Гостиничными услугами пользуются самые разные группы потребителей, со своими индивидуальными предпочтениями и пожеланиями, разным уровнем доходов. Гостями одной и той же гостиницы могут являться совершенно разные люди (бизнесмены, гастролирующие артисты или путешествующие туристы) с различными мотивами и целями. Управляющая компания выбирает наиболее эффективные пути по привлечению клиентов в гостиницу с учётом различных объективных и субъективных обстоятельств, складывающихся на туристском рынке, а также современных рекламных и информационных технологий. Прежде всего, это гибкая ценовая политика, учитывающая сложившийся спрос на гостиничные услуги в конкретном регионе и интересы самой гостиницы. Учитывая особенности различных групп потребителей, администрация гостиницы старается организовать свою работу так, чтобы соответствовать потребностям как можно большего числа групп клиентов. Также гостиница может специализироваться только на одной группе клиентов и стараться предложить более выгодные условия, чем конкуренты. Маркетинговые программы и планы, как правило, разрабатываются и утверждаются в крупных гостиницах ежегодно. Крупные гостиничные цепи разрабатывают стратегию маркетинга с учётом особенностей регионов и стран, где располагаются их гостиницы. Верно выбранная маркетинговая стратегия помогает создавать положительный имидж средствам размещения, противостоять экономическим колебаниям рынка и разного рода внешним воздействиям.

Маркетинг в туризме (marketing in tourism), предусматривает исследование туристского рынка и услуг, а также их продажи с учётом платёжеспособности потребителей и целей рентабельной деятельности туристских фирм, с целью расширения объёма продаж туристского продукта.

Маркетинговая служба (marketing department), специальное структурное подразделение предприятия, организации, в том числе туристской фирмы или гостиницы, действующее на основе принципов и методов маркетинга. В структуре М.с. обычно имеется подразделение, занимающееся рекламной деятельностью.

Маркированные тропы (marked trails), горные альпийские тропы, оборудованные указателями направлений движения для туристов, совершающих пешее путешествие. Указатели делятся на основные и промежуточные. Основные указатели изготовляются, как правило, на щитах и крепятся на высоких стойках, чтобы их было видно. Они указывают направления движения, названия географических мест и туристской инфраструктуры. Основные указатели бывают различных форм, расцветок и размеров. Про-

межуточные указатели маркируют пешеходные маршруты в промежутках между основными. Промежуточные указатели производятся краской на почве, как правило, на камнях и естественных природных возвышениях. См. *Альпийские тропы*.

Маркировка маршрута (marking of the route), разметка туристского маршрута на карте или плане с применением условных знаков, имеющих цель информировать туристов о местах привалов, ночлега, естественных препятствий, опасных участках по пути следования, а также о культурных и природных объектах наследия, достопримечательностях, водоёмах, дорогах, ближайших медицинских пунктах и др.

Марочный капитал (brand capital), суммарный объём затрат, вложенных в создание и продвижение бренда, в том числе в туристской сфере. См. *Бренд*.

Маршрут (itinerary). 1. Путь следования туриста, обозначаемый перечнем всех географических пунктов и мест, последовательно посещаемых им во время путешествия. Исходной и конечной точками М. служат пункты начала и окончания путешествий. В понятие М. также входят транспортные коммуникации, используемые туристом для передвижения между пунктами остановок. 2. Направление движения объекта, относительно определённых географических ориентиров и координат, с указанием основных пунктов. Содержит начальный пункт старта и конечный. Обычно заранее намечается перед началом перемещения.

Маршрут выходного дня (route of the weekend), путь следования с экскурсионными или туристскими целями, походы или экскурсии, предназначенные для осуществления в выходные дни конца рабочей недели.

Маршрут туристский (tourist route), путь перемещения туристов, определяющий последовательное посещение культурно-исторических и природных объектов, а также других мест – например, мест остановок на привал. М.т. может разрабатываться туристской компанией или самостоятельно туристами. В случае прохождения по маршруту, организованному турфирмой, участники обеспечиваются услугами проводника, экскурсионными, а также иными услугами – например, транспортными. По направлению М.т. разделяют на: линейные, кольцевые, радиальные. На М.т. туристы могут передвигаться пешим или конным порядком, а также на велосипеде, автомобиле, автобусом, водными средствами передвижения и др. По времени проведения М.т. делятся на: круглогодичные, сезонные и разовые. На М.т. могут выходить как группа туристов, так и один участник.

Маршрутная карта (route map), часть карты или плана, показывающая только небольшой фрагмент территории, по которой проходит маршрут туриста или туристской группы.

Маршрутный лист (route sheet), основной путевой документ туристской группы, в котором отражены: численность и состав группы, распределение обязанностей, календарные сроки и район похода, а также маршрут движения с разбивкой по участкам, их протяжённость, даты прохождения и способы передвижения. К М.л. прикладывается схема маршрута, по которому следует туристская группа.

Маскарад (masquerade), костюмированный праздник, бал, народное гулянье с характерными (национальными, историческими, фантастическими) костюмами и масками. М. возникли в Италии, а оттуда распространились по другим странам. М. является составной и традиционной частью карнавалов. М. получили распространение в праздничной культуре России в начале XVIII столетия, в эпоху правления царя Петра I Алексеевича. В настоящее время М. в разных странах стали частью индустрии развлечений, привлекая множество туристов. См. *Карнавал*.

Масленица (сырная седмица) (cheese-fare week), неделя, предшествующая Великому посту. В течение М. уже нельзя употреблять в пищу мясо и мясные продукты. Как западноевропейский (латиноамериканский) карнавал, так и русская М. – наследие язычества. Традиционно в период М. проводятся праздники в России и других странах, где проживает преимущественно христианское население. Эти праздники привлекают большое число туристов, в том числе из-за рубежа.

Масса прибыли (profit mass), общая величина прибыли, получаемой компанией, фирмой за определённый период времени по результатам деятельности в целом или по результатам отдельной сделки.

Массовик-затейник (master of ceremonies), артист или сотрудник специальной фирмы, организующий культурные и развлекательные мероприятия в местах массового отдыха и туризма. М.-з. участвуют в различных праздниках: корпоративных вечерах, юбилеях фирм, детских мероприятиях и т.д. Они очень востребованы в лотереях, презентациях, рекламных акциях, а также в туристском бизнесе, на отечественных и зарубежных курортах, в домах отдыха и т.д. В туризме обязанности М.-з. особенно разнообразны: от проведения различных шоу, вечеров и дискотек до организации детских праздников и спортивных занятий (аэробика, плавание, футбол и др.).

Массовое паломничество (mass pilgrimage). См. *Паломничество*.

Массовый конвейерный туризм (conveyor mass tourism), подвид массового туризма, как правило, группового, людей среднего достатка, которые совершали поездки по популярным направлениям и маршрутам с использованием относительно низких цен на услуги. М.к.т. предполагал относительный примитивизм и однообразность потребностей и мотивации туристов и, соответственно, обезличенный, конвейерный характер предоставляемых услуг. М.к.т. развивался: между двумя Мировыми войнами, а также в 1920-1930 гг. и 1950-1980 гг., после чего стал трансформироваться в массовый дифференцированный туризм, что объясняется повышением уровня жизни и изменением потребностей туристов. См. *Дифференцированный туризм*.

Массовый туризм (mass tourism), вид туризма и понятие, отражающее процесс демократизации и глобального расширения туристского движения, которое стало феноменом XX в. Понятие «М.т.» было введено и использовалось как альтернатива аристократическому туризму XIX в. М.т. противопоставлялся дорогостоящим направлениям туризма XX в., ориентированным на избранную публику. М.т. представлялся примером для развивающихся стран, где доступ к туристским возможностям

местного населения был ограничен из-за низкого уровня жизни. Появление М.т. связано прежде всего с появлением новых видов транспорта, которые стали использоваться для перевозки больших групп туристов. В первой половине XX в. это крупные морские и океанские корабли, поезда с мощными паровозами и затем дизельными локомотивами. Первые гостиничные цепи, бюро путешествий и туристские агентства, которые организовывали туристские поездки и реализовывали путёвки потребителям, также способствовали развитию М.т. в тот период. В первой половине XX в. СССР, Франция, Великобритания, Германия и США стимулировали массовый отдых и спортивные виды туризм. Во второй половине XX в. в туристскую индустрию вошла авиация, что позволило за короткий промежуток времени перевозить на большие расстояния значительные массы туристов. В тот период во многих странах были построены современные дороги, по которым смогли ездить большие автобусы. Получили мощное развитие международные гостиничные сети различного уровня. М.т. характеризуется открытостью для всех групп населения. В настоящее время М.т. представляет собой коллективные туристские поездки по наиболее популярным направлениям и маршрутам, массово организуемые в высокий сезон.

Масштаб (scale), 1. отношение расстояния на карте к реальному расстоянию на местности (численный, именованный, графический); 2. отношение размера изображения к размеру изображаемого объекта; 3. отношение двух линейных размеров.

Материальное культурное наследие (cultural heritage material). См. *Культурное наследие материальное*.

Материально-техническая база туризма (material-technical base of tourism). См. *Инфраструктура туристская*.

Машина для очистки обуви (shoe cleaner), автоматическое устройство, представляющее собой круглую волосяную щётку, автоматически приводимую во вращение электромотором и используемую для бесплатной чистки обуви посетителей в общественных местах, в том числе у входа в вестибюль гостиницы, ресторана и т.д.

Маятниковая канатная дорога (pendulum cableway), вид канатной дороги, представляющий собой подъёмник, который является разновидностью гондольных (кабинных) подъёмников. Кабины М.к.д. двигаются навстречу друг другу по несущим канатам, а движение их обеспечивает тяговый канат. М.к.д. используют часто при сложных рельефах местности. См. *Канатные дороги*.

Маяк (lighthouse), архитектурное сооружение башенного типа, оборудованное светооптическими, электронными и другими системами, а также средствами сигнализации. Как правило, М. устанавливают на возвышенных местах, на побережье, у входа в бухты и порты, на мысах, скалах, в устьях рек и т.д. М. служат ориентиром для судов в море и самолётов при заходе на посадку. М. известны с античных времён и являются объектами туристского интереса и посещения.

Меблированные комнаты (lodging house), неформальная классификация средств размещения гостиничного типа, в которых сдаются внаём

постоянным и иным клиентам недорогие комнаты с обстановкой, как правило, без питания.

Медицина путешествий (travel medicine), междисциплинарная медицинская специальность, которая охватывает аспекты инфекционных болезней у путешественников, тропической медицины, медицины пустынь, проблем вакцинации, здравоохранения, десинхронизация, влияния изменений климата на ход внутренних болезней у тех, кто путешествует, и т.д. М.п. также является направлением в медицинской науке, изучающим вопросы эпидемиологии, профилактики и лечения туристов, путешествующих внутри страны или за рубежом. Предметом М.п. являются:
- изучение спектра болезней, характерных для разных регионов мира;
- установление регионального спектра инфекционной заболеваемости, особенностей течения, осложнений, последствий инфекционных болезней;
- изучение физиологических аспектов акклиматизации;
- изучение проблемы десинхронозов;
- разработка методов профилактики болезней путешественников, в том числе программ иммунизации.

Медицинская подготовка к путешествию (medical preparation for travel), проводится заранее, для этого путешественники и туристы должны за несколько месяцев до отъезда выяснить многие обстоятельства. Прежде всего, какие существуют медицинские риски, связанные с их конкретным туристским маршрутом, включая необходимость проведения вакцинации, принятия неспецифических профилактических мер. Важно иметь информацию о вспышках болезней, имеющих место в той или иной стране, а также об общей санитарной ситуации в стране и возможностях её медицинских ресурсов. Людям с неблагоприятным акушерско-гинекологическим и стоматологическим анамнезом рекомендуется пройти тщательный осмотр соответствующими специалистами, особенно в случае вероятного длительного путешествия в развивающиеся страны. Также необходимо получить следующую информацию: ожидаемый маршрут, условия проживания (в том числе, в городской или сельской местности), состояние личного здоровья и лекарства первой необходимости, которые должны быть в личной аптечке туриста.

Медицинская помощь (medical care). См. *Помощь медицинская.*

Медицинский туризм (medical tourism), подвид оздоровительного туризма, представляющий собой туристские поездки, главной целью которых является получение высококвалифицированной медицинской помощи и услуг за пределами места проживания туриста. Как правило, такая поездка совмещается с отдыхом и посещением объектов показа. См. *Оздоровительный туризм.*

Медицинское обслуживание (medical care), представляет собой:
- организационно-медицинскую деятельность, обеспечивающую проведение медицинских осмотров населения, профилактических и оздоровительных мероприятий;
- санитарно-просветительскую работу, включающую консультирование по вопросам физического развития, укрепления и сохранения здоровья людей, в том числе туристов;
- взаимодействие с учреждениями здравоохранения по вопросам оказания медицинской помощи.

Медицинское страхование (health insurance), форма социальной защиты интересов населения, в том числе туристов, по охране здоровья, выражающаяся в гарантии оплаты, при возникновении страхового случая, медицинской помощи за счёт накопленных или внесённых страховщиком средств. Для организации туристской поездки турист должен заключить со страховой компанией договор на компенсацию его расходов на лечение, в случае заболевания во время путешествия. Количество и качество медицинских услуг по страховому договору зависит от величины денежных средств, внесённых туристом в страховую компанию.

Медовый месяц (honeymoon), первый месяц супружеской жизни молодожёнов, который часто используют для свадебного путешествия. Некоторые туристские фирмы специализируются на организации свадебных путешествий, а гостиницы имеют специальные улучшенные номера для молодожёнов. См. *Свадебное путешествие*.

Междугородний транспорт (long-distance transport), авиационный, железнодорожный, автомобильный и другие виды транспорта, используемые для перевозки пассажиров, в том числе туристов, между городами и другими населёнными пунктами.

Международная ассоциация воздушного транспорта – ИАТА (International Air Transport Association – IATA), международная неправительственная организация авиаперевозчиков (авиакомпаний), основана в апреле 1945 г. в Гаване (Куба); является наследницей «старой» IATA (International Air Traffic Association), основанной в Гааге в 1919 г. и ограниченной в основном Европейским регионом. Во время своего основания современная ИАТА насчитывала 57 членов из 31 государства, главным образом из Европы и Северной Америки. Сегодня более 270 членов ИАТА представляют более 140 государств из всех частей мира. Влияние и деятельность ИАТА распространились на весь мир, что нашло отражение в её Уставе и более точном определении её целей. Целями деятельности ИАТА являются:
- содействие безопасному, регулярному и экономичному воздушному транспорту на благо людей всего мира;
- поощрение коммерческой деятельности на воздушном транспорте и исследование связанных с этим проблем;
- обеспечение средств для сотрудничества среди предпринимателей в сфере воздушного транспорта, прямо или косвенно вовлечённых в обслуживание международного воздушного транспорта;
- сотрудничество с ICAO и другими международными организациями.
Деятельность ИАТА наиболее значима в вопросах международного экономического регулирования. ИАТА стремится к сотрудничеству и тесным взаимоотношениям со многими международными организациями, среди которых: Международная организация гражданской авиации (ICAO), Всемирная организация торговли (World Trade Organization – WTO), Всемирная туристская организация (World Tourism Organization – UNWTO) и др.

Международная ассоциация гостиниц и ресторанов – IH&RA (International Association of hotels and restaurants), международная профессиональная организация, представляющая индустрию гостеприимства. М.а.г.р. основана в 1946 г. и является

преемницей Международной ассоциации владельцев гостиниц, учрежденной в 1869 г. и преобразованной в 1921 г. в Международный гостиничный союз. Секретариат и штаб-квартира М.а.г.р. расположены в Париже (Франция). М.а.г.р. официально признана ООН, её членами являются национальные ассоциации более 100 стран, которые включают около 300 тыс. гостиниц и 8 млн. ресторанов по всему миру. Уставом М.а.г.р. определены следующие основные цели:
- объединение национальных гостиничных ассоциаций всех стран, а также отдельных гостиниц и ресторанов, занимающихся обслуживанием иностранных туристов;
- защита личных и профессиональных интересов владельцев гостиниц и ресторанов;
- развитие гостиничной индустрии, изучение вопросов свободы передвижения, управления гостиничной индустрией, международных финансовых расчётов, страхования, обеспечения рабочей силой и т.д.;
- издание информационных и рекламных материалов;
- информирование членов ассоциации о гостиницах, ресторанах и туристских фирмах.

Международная ассоциация экспертов по туризму – АИЕСТ (International Association of experts in tourism), международная профессиональная организация в сфере туризма, объединяющая как индивидуальных членов – лиц, осуществляющих научную и экспертную деятельность в сфере туризма, так и ассоциированных членов – организации и учреждения, заинтересованные в деятельности АИЕСТ. Организация имеет научный характер и своей целью ставит поддержку научной деятельности членов АИЕСТ, обеспечивая обмен документацией и опытом, поддерживая деятельность туристских научных учреждений и центров по подготовке кадров в сфере туризма. Секретариат АИЕСТ находится в Берне (Швейцария).

Международная гостиничная ассоциация – МГА (International hotel Association), международная профессиональная организация в сфере туризма и гостеприимства, создана в 1946 г. Основной задачей МГА является защита интересов её членов в международных правительственных и неправительственных организациях. С этой целью ведутся регулярные исследования в области международного законодательства, в области маркетинга, много внимания уделяется проблемам строительства гостиниц, их классификации, эффективности капитальных вложений. Особым вкладом в развитие международного туризма и гостиничного хозяйства было принятие Международных гостиничных правил в 1981 г. В большинстве стран мира гостиничные цепи и отдельные гостиницы для защиты профессиональных, отраслевых и экономических интересов образовали на добровольной основе национальные гостиничные ассоциации. Классифицировать гостиницы достаточно сложно из-за их большого разнообразия. Уровень комфорта – это главнейший и решающий фактор, влияющий на определение класса гостиницы. В каждом отдельном государстве к пониманию уровня комфорта как критерия классификации подходят по-разному. Именно это обстоятельство, а также ряд факторов, обусловленных культурно-историческими и национальными традициями государств, препятствует введению в мире единой классификации гостиниц. Это обусловлено тем, что разработка системы

категоризации средств размещения относится к числу наиболее сложных проблем туристской отрасли и гостиничного хозяйства.

Международная гостиничная Конвенция касательно заключения контрактов с владельцами гостиниц и турагентами (International hotel Convention concerning contracts with hotel owners and travel agents), международный документ, принятый 15 июля 1979 г. Конвенция применяется по отношению к гостиничным контрактам международного характера, заключенным между владельцами гостиниц и туристскими агентами, чьё местонахождение или местонахождение их предприятий зарегистрировано в каких-либо государствах. Конвенция призвана регулировать подписание и исполнение гостиничных контрактов, которые заключают турагенты и владельцы гостиниц, взявшие на себя обязательства соблюдать правила Конвенции или использующие их в своей повседневной практике при заключении договоров. Конвенция регулирует два вида гостиничных контрактов по продаже гостиничных услуг: индивидуальным клиентам и группе клиентов. В документе определены этапы и правила заключения гостиничного контракта по каждому виду контракта, а также условия и основания бронирования гостиничных услуг.

Международная Конвенция по контракту на путешествие (International Convention on the contract of travel), международный документ, принятый в Брюсселе (Бельгия) 23.04.1970 г. на международной конференции. В документе дано понятие двух видов договоров – с организатором путешествия и посредником при организации путешествия. В Конвенции определены также: контракт на организацию путешествия и контракт с посредником на организацию путешествия. Этот контракт, в котором организатор путешествия выступает от своего имени и обязуется предоставить путешественнику совокупность комбинированных услуг, относящихся к обеспечению путешественника на маршруте или в месте пребывания. Организатор путешествия обязан выдать документ на путешествие, заверенный его подписью и печатью. Организатор путешествия может полностью или частично расторгнуть контракт в том случае, если до истечения срока действия контракта проявляются обстоятельства исключительного характера, о которых организатор путешествия не мог знать в момент заключения контракта и которые, будь они известны на тот момент, давали бы ему законные основания не заключать данный контракт. Организатор путешествия несёт ответственность как за свои собственные действия, так и за действия своих представителей, выполняющих его поручения. Организатор путешествия несёт ответственность за любой ущерб, причиненный туристу в результате полного или частичного невыполнения своих обязательств, вытекающих из условий контракта и данной Конвенции. Организатор путешествия отвечает как за свои действия и упущения, так и за действия и упущения служащих и третьих лиц, которым он поручил исполнение своих обязанностей. Конвенция является для государств, её ратифицировавших, основой при рассмотрении споров по вопросам нарушения условий заключенных контрактов (ваучеров) между туроператорами, турагентствами и агентами, с одной стороны, и туристами и международными путешественниками – с другой.

Международная общественная туристская академия – МТА (International public tourist academy – МТА), международная общественная организация, осуществляющая свою деятельность в тесном взаимодействии с предприятиями и учреждениями сферы туризма и рекреации, органами представительной и исполнительной власти России, субъектов РФ, Союзного государства России и Белоруссии, стран СНГ, а также стран дальнего зарубежья. МТА образована в 2005 г. на основании положений Закона РФ «Об общественных объединениях». В соответствии с требованиями Минюста России, в 2008 г. Академия зарегистрирована как субъект международной деятельности. Штаб-квартира находится в г. Москве, Российская Федерация. Членом МТА могут быть российские, иностранные граждане и общественные объединения, являющиеся юридическими лицами, разделяющие цели организации, признающие положения Устава МТА, регулярно уплачивающие ежегодные членские взносы и принимающие участие в её работе. В составе МТА работают региональные отделения: в Варне, Санкт-Петербурге, Орле, Смоленске и Твери. Основные цели и задачи:
- консолидация и координация деятельности действительных членов Академии для научно-обоснованного продвижения принципов Глобального этического кодекса туризма и Концепции устойчивого развития туризма на международном, национальном, региональном и местном уровнях;
- установление прямых международных контактов и связей с иностранными научными, учебными организациями и общественными формированиями в сфере туризма;
- определение приоритетных направлений фундаментальных, прикладных и междисциплинарных научных исследований в сфере туризма и рекреации;
- объединение усилий учёных и практиков, работающих в сфере туризма и смежных областях, для разработки целевых комплексных программ и проектов развития туризма и рекреации с учетом имеющегося отечественного и зарубежного опыта.
Основные направления деятельности:
- научно-исследовательская и информационно-аналитическая деятельность по проблемам туризма и рекреации;
- разработка предложений к проектам законодательных и иных нормативных актов, регламентирующих туристскую и рекреационную деятельность;
- сотрудничество с национальными и международными научными, учебными организациями и учреждениями в сфере туризма;
- участие в разработке стандартов качества туристского обслуживания;
- осуществление и организация независимой экспертизы планов, программ и проектов развития в сфере туризма, рекреации;
- разработка практических рекомендаций правового, экономического, экологического, физико-географического обоснования программ развития существующих видов и форм туризма;
- внедрение инноваций, эффективных технологий в туризме, гостиничном обслуживании, деловом администрировании, информатике;
- изучение, обобщение и распространение сведений о достижениях мировой и отечественной науки и практики, применимых в туристкой сфере;
- организация международных, национальных, региональных научно-практических конференций, семинаров;
- участие в разработке учебных планов и программ, подготовке, перепод-

готовке, повышении квалификации кадров в области туризма и гостиничного бизнеса;
- осуществление рекламной и информационно-издательской деятельности.

Международная организация профессионального обучения в сфере туризма – АМФОРТ (International organization of professional training in the field of tourism), международная профессиональная организация в сфере туризма, создана в 1969 г. с целью совершенствования методов профессиональной туристской подготовки, упорядочения и стандартизации программ, внедрения в обучение технических средств. Членами АМФОРТ являются исследовательские центры и учебные заведения, официальные туристские организации и предприятия, специалисты по туризму. По инициативе АМФОРТ выпущено международное удостоверение специалиста по туризму. Секретариат АМФОРТ размещается в Мадриде (Испания).

Международная туристская выставка (international tourist exhibition), большая многоотраслевая выставка или ярмарка туристских, гостиничных услуг, программ, маршрутов и предложений, связанных с организацией путешествий. На М.т.в. рекламируются туристские возможности различных регионов, стран и объектов, копаний и организаций, работающих в туристской сфере. Во время проведения М.т.в. заключаются коммерческие договора и сделки между участниками и гостями выставки, а также проходят научные туристские конференции, форумы и фестивали.

Международная федерация писателей и журналистов, пишущих о туризме – ФИЖЕТ (International Federation of journalists and tourism writers), международная профессиональная организация в сфере туризма, создана в 1954 г., её членами являются национальные объединения журналистов и писателей из разных стран, которые занимаются вопросами туризма. Существует также категория индивидуальных членов ФИЖЕТ. Целью ФИЖЕТ является пропаганда принципов международного туризма, налаживание дружеских деловых контактов между журналистами и писателями, защита их профессиональных интересов.

Международная федерация кемпингов и караванинга – ФИКК (International Federation of camping and caravanning), международная профессиональная организация в сфере туризма, членами которой являются национальные федерации и ассоциации кемпингов и караванинга из разных стран. При ФИКК существуют Центр туристской информации и несколько специализированных комиссий. Секретариат ФИКК размещается в Брюсселе (Бельгия).

Международные права авиаперевозчика (international law of the air carrier), международные принципы организации воздушных пассажирских полётов, закреплённые в международных документах. М.п.а. закрепляют права и условия свободного полёта самолётов над территорией или акваторией, которые находятся под юрисдикцией других государств.

Международный посетитель (international visitor), турист, совершающий поездку по стране, не являющийся её постоянным жителем и не занимающийся оплачиваемой деятельностью.

Международный путешественник (international traveler), посетитель, путешествующий с любыми целями в какую-либо страну, не являющуюся страной обычного места жительства и находящуюся за пределами основной среды обитания данного лица на неограниченный срок, и осуществляющий по меньшей мере одну ночёвку в каком-либо средстве размещения в посещаемой стране. М.п. может заниматься оплачиваемой деятельностью в период своего пребывания в другой стране.

Международный союз официальных туристских организаций – МСОТО (International Union of official tourism organizations). См. *ЮНВТО*.

Международный стандарт (international standard), образец или эталон, принятый в любой сфере деятельности, в том числе в туризме, для исполнения несколькими странами, международной организацией, гостиничной цепью, авиационными перевозчиками и т.д.

Международный транспорт (international transport). См. *Транспорт международный*.

Международный туризм (international tourism), вид туризма, представляющего собой посещение любого государства гражданами других стран с туристскими целями. М.т. включает въездной и выездной туризм, т.е. деятельность посетителей, постоянно проживающих в какой-либо стране и выезжающих за её пределы в рамках туристских поездок, а также деятельность посетителей, не проживающих в какой-либо стране во время въездных туристских путешествий. М.т. является одним из наиболее динамичных и высокодоходных секторов мирового хозяйства.

Международный турист (international tourist), посетитель, путешествующий в туристских целях в какую-либо страну, не являющуюся страной обычного места жительства и находящуюся за пределами основной среды обитания данного туриста, на срок не менее 24 часов и не превышающий 12 месяцев подряд. Цели поездки М.т. могут быть любыми, кроме занятия деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемой стране, а также он должен осуществить, по меньшей мере, одну ночёвку в каком-либо средстве размещения.

Международный туристский альянс (International Alliance of tourism – AIT), международная туристская организация, действительными членами которой являются национальные автомобильные ассоциации и туристские клубы, объединяющие индивидуальных членов, или национальные федерации. Организация создана в 1919 г. с целью развития всех видов международного туризма и автотуризма. Основную деятельность осуществляют три постоянные комиссии: Комиссия по выработке политики, Транспортная комиссия и Таможенная комиссия.

Межконтинентальный туризм (intercontinental tourism), вид туризма, представляющий собой туристские путешествия с любыми целями за пределы континента проживания туриста или с одного континента на другой и обратно. В период совершения М.т. путешественники посещают одну или сразу нескольких стран. Следует отметить, что М.т. является одним из наиболее дорогих видов туризма. Появлению М.т. способствовали следующие факторы:
- рост доходов населения во многих странах;

- сокращение рабочего времени и увеличение свободного времени;
- расширение использования авиатранспорта для туристских поездок;
- развитие средств коммуникации и информационных технологий;
- ослабление ограничений на ввоз и вывоз валюты во многих странах;
- упрощение пограничных и туристских формальностей.

Межрегиональный туризм (interregional tourism), вид туризма, представляющий собой туристские путешествия с любыми целями за пределы региона проживания туриста или из одного региона в другой и обратно. В период совершения М.т. путешественники посещают одну или сразу нескольких стран.

Межсезонье (middle season). См. *Переходный сезон.*

Мемориал (memorial), 1. памятное место или кладбище, монумент или комплекс памятников с траурной площадью и парковой зоной в честь павших героев, полководцев, выдающихся деятелей и событий; 2. спортивные соревнования в честь выдающихся спортсменов; 3. наименование организаций, занимающихся мемориальной деятельностью, а также розыском погибших воинов и документов периода военных действий. В период проведения мемориальных мероприятий или памятных спортивных соревнований в города и поселения прибывает большое число людей, которым необходимо предоставить проживание в средствах размещения и питание. См. *Ностальгический туризм.*

Менеджер (manager), управляющий (руководитель) компанией или её подразделением, который осуществляет руководство работниками и организует их деятельность. См. *Управляющий гостиницей.*

Менеджмент (management), управление, вид управленческой деятельности, представляющий совокупность принципов, форм, методов приёмов и средств управления организацией и её персоналом.

Менеджмент отеля (hotel management). См. *Управление гостиницей.*

Менеджмент туристской фирмы (management of tourist company). См. *Управление туристской фирмой.*

Меню (menu), перечень блюд для завтрака, обеда, ужина с указанием их названий, веса, ингредиентов и цен, предлагаемых посетителям ресторанов, кафе, баров и других предприятий общественного питания. Содержание М. печатается на специальных фирменных листах, расположенных в папках, предлагаемых посетителям при приёме от них заказа. Часто стойка с М. располагается при входе в ресторан.

Мёртвый сезон (off season, dead season), сезон отсутствия или низкого спроса на туристские, гостиничные и транспортные услуги. В М.с. происходит снижение деловой активности на туристском рынке страны или региона, для которого характерны самые низкие цены на туристские продукты и услуги. М.с. в некоторых странах зависит от погодных и климатических условий, а также от национальных особенностей организации каникул в учебных заведениях. См. *Сезонный туризм.*

Места общего пользования (common areas). См. *Помещения общего пользования.*

Местная авиалиния (local airline). См. *Местный авиаперевозчик*.

Местная валюта (local currency), финансовая система и денежная единица страны пребывания туриста.

Местная кухня (local cuisine). См. *Национальная кухня*.

Местное время (local time), определяется для данного места на Земле. М.в. зависит от географической долготы места и одинаково для всех пунктов, расположенных на одном меридиане. Туристы должны перевести свои часы на М.в., чтобы синхронизировать своё путешествие со временем страны пребывания. См. *Летнее время*.

Местный авиаперевозчик (local carrier), авиакомпания, занимающаяся доставкой пассажиров, в том числе туристов, из небольших аэровокзалов по местным авиалиниям к крупным аэропортам для последующей пересадки на международные линии.

Местный климат (local climate), климатические особенности сравнительно небольших территорий: курорта, города, заповедника, района и т.д.

Местный налог (local tax), представляет собой налоговые сборы, взимаемые местными органами власти и поступающие в местный бюджет.

Местный праздник (local holiday), праздничные мероприятия, которые проходят в конкретной территории: городе, сельском поселении и т.д. М.п., как правило, имеют традиционный характер и связаны с какими-либо историческими, религиозными и социокультурными событиями, происходившими на этой территории.

Местный транспорт (local transport), транспортные средства, используемые для перевозок местного населения по небольшой территории. М.т. может быть современным и традиционным.

Местный туризм (local tourism), подвид культурно-просветительского туризма, целью которого являются поездки по территории родного края для знакомства с объектами культурного и природного наследия своего района или области. М.т. в России, как правило, развивается благодаря деятельности местных и региональных краеведческих музеев, а также краеведческих общественных организаций и краеведов-энтузиастов.

Место (seat), сидение, стул, кресло в самолёте, автобусе, поезде, ресторане и других средствах обслуживания, используется как единица учёта их вместимости, а также при бронировании и оценке загрузки.

Место багажа (piece of luggage), одна единица багажа пассажира, сданного перевозчику под его ответственность для доставки в пункт следования туриста.

Место для пикника (picnic area), специально отведённые и оборудованные места для отдыха и приёма пищи местными жителями и туристами в охраняемых лесах, горной местности, национальных парках и т.д.

Место назначения основное (destination main), конечный пункт туристской поездки, посещение которого лежало в основе принятия решения об осуществлении путешествия.

Место постоянного проживания (place of permanent residence), географический пункт (город, сельское

поселение и т.д.), где турист, посетитель, путешественник проживает постоянно. М.п.п. определяется, как правило, местом нахождения основного жилья или постоянной регистрации, которое указывается в паспорте и других официальных документах.

Место регистрации пассажиров (checking counter), специально оборудованная стойка в аэровокзале, у которой производится регистрация пассажиров и их багажа на авиарейсы по объявлению диспетчера в установленное перед вылетом время.

Место сбора для посадки в автобус (pickup point), место в городе или другом населённом пункте, в котором в определённое время назначен сбор туристов для посадки в автобус при поездках на экскурсию, трансферах, для посещения магазинов, гулянья в парках и т.п.

Место свободное (vacant seat), незанятое место в гостинице, ресторане, на транспорте, которое в данный момент может быть продано или забронировано по заявке любого клиента.

Место спальное (place sleeping), полка в пассажирском железнодорожном вагоне, которую пассажир занимает целиком и может использовать для отдыха и сна в пути. В зависимости от классности вагона спальные места могут быть жёсткими и мягкими, нижними и верхними, купированными.

Место у окна (window seat), кресло в салоне самолёта, в железнодорожном вагоне или в автобусе, находящееся рядом с окном.

Место у прохода (aisle seat), кресло в салоне самолёта, в железнодорожном вагоне или в автобусе, находящееся рядом с проходом.

Метрдотель (head waiter), администратор, распорядитель в торговом зале ресторана, кафе и других предприятий общественного питания. В обязанности М. входят: руководство работой официантов, службой охраны по вопросам прохода в помещение, встреча гостей и предоставление им мест за столиками, контроль кассы и уровня обслуживания клиентов, планирование доходов от продажи блюд, организация взаимодействия с кухней и поварами.

Мечеть (mosque), религиозное архитектурное сооружение в исламе, где совершаются богослужения и произносятся проповеди. М. на араб. яз. «масджид» – «место поклонения». М. представляет собой отдельно стоящее здание с куполом-гамбизом, некоторые М. имеют внутренний двор. К М. пристраиваются башни-минареты числом от 1 до 9 (число минаретов должно быть меньше, чем в мечети аль-Харам). Молитвенный зал лишен изображений, но на стенах могут быть начертаны строки из Корана на арабском языке. Стена, обращённая к Мекке, отмечена пустой нишей, михрабом, в которой молится имам. Справа от михраба расположена кафедра-минбар, с которой проповедник имам произносит проповеди верующим во время пятничной и праздничной молитвы. При М., как правило, работают школы-медресе. Для мусульман М. являются святым местом и к некоторым из них совершаются паломничества. М., построенные в древности, привлекают внимание туристов своей архитектурой и оформлением.

Миграция туристская (migration tourist), использование туристской

поездки с целью покинуть навсегда постоянное место жительства в своей стране.

Микроавтобус (minibus), небольшой автобус, имеющий салон на 8-12 сидячих мест. Используется для проведения экскурсий, трансферов и перевозки по маршрутам малой протяжённости небольших туристских групп.

Микроклимат (microclimate). 1. Особенности климата на небольших пространствах, обусловленные особенностями местности. Изучение и наблюдение за М. имеет важное практическое значение в туристской деятельности, в том числе при организации поездок для осмотра достопримечательностей, проведения мероприятий на открытом воздухе и т.д. 2. Организация комфортного М. в помещениях является важной задачей администраторов гостиниц и ресторанов в регионах с жарким или холодным климатом.

Мини-бар (minibar), небольшой холодильный шкаф, устанавливаемый в жилых номерах гостиниц 4 звезды и 5 звезд, заполняемый различными безалкогольными и алкогольными напитками в мелком разливе, которыми туристы, проживающие в номере, могут пользоваться по своему усмотрению, оплачивая выпитые напитки после их потребления. Также в М.-б. могут помещаться продукты: шоколад, чипсы, орехи и т.д. Цены на напитки и продукты должны быть указаны в специальном меню в каждом номере. Заполнением и контролем использования М.-б. занимается специальная служба в гостинице, связанная с рестораном и номерным фондом.

Минимальная температура (minimum temperature), наименьшее значение температуры воздуха, наблюдавшееся в данном пункте, районе или регионе за конкретный период времени.

Мировой туризм (world tourism), комплексное понятие, включающее в свой состав все системы индустрии туризма, а также все направления и виды туристской деятельности и путешествий на Земле. Под М.т. часто понимают только его экономическую составляющую, поскольку за последние 50 лет туристская деятельность резко возросла и достигла мирового масштаба, превратившись в один из самых быстро развивающихся сегментов мировой экономики.

Миссия туризма (mission of the tourism), целеполагание туристской деятельности, определяющее назначение и условия необходимости развития туристских дестинаций и диктующее перечень функциональных направлений и видов туризма. Исходя из различных целей туристской деятельности, выделяют три основные группы, которые вкупе определяют М.т.:
- педагогическая (образовательная, воспитательная, развивающая, адаптивно-интеграционная, гуманитарная);
- социально-культурная (познавательно-информационная, рекреационная, коммуникативная, реабилитационная);
- социально-экономическая (организационно-хозяйственная, финансовая, воспроизводящая).

Многократная виза (multiple entry visa).См. *Виза многократная*.

Мобильный телефон (mobile telephone). См. *Сотовый телефон*.

Молитвенная комната (prayer room), помещение, предназначенное для

совершения частной или общественной молитвы и расположенное на вокзале, в аэропорту и т.д. В православной часовне могут читаться акафисты, утренние и вечерние молитвы, служиться молебны и панихиды, совершаться различные требы.

Молодёжная гостиница (youth hotel), неформальная классификация средства размещения, которое предназначено, в первую очередь, для проживания молодёжи. М.г. обычно представляет собой хостел, в котором за невысокую плату проживают молодые люди, как правило, студенты. М.г. предоставляют услуги размещения и питания: проживание в многоместных номерах; питание с ограниченным выбором блюд и/или необходимое оборудование для самостоятельного приготовления пищи; возможно также предоставление дополнительных услуг, включая развлекательные и образовательные программы. См. *Хостел*.

Молодёжное общежитие (youth hostel), средство размещения с минимальными удобствами. Комнаты в М.о. рассчитаны на проживание нескольких человек, иногда с двухъярусными кроватями. Ванна (душ), умывальник, туалет общего пользования находятся на этаже. Места в М.о. продаются по весьма низким ценам, поэтому широко используются в *молодёжном туризме*.

Молодёжный туризм (youth tourism), вид туризма и туристской деятельности юношества и подростков, реализуемый как в рамках национальных границ, так и на региональном, и мировом уровнях. М.т. характерен для развитого социального общества как стиль жизни молодых людей. Считается, что у молодых людей до 25-30 лет, пока они в начале своего жизненного пути, не завели семью и детей, больше возможностей для путешествий, перемены мест и образа жизни, они должны посмотреть мир и познакомиться с жизнью других народов. Это поможет им выбрать правильный путь в жизни и сформировать свои собственные жизненные принципы. Именно в путешествиях расширяется видение мира, формируется кругозор молодого человека. В общении с друзьями по путешествию происходит совершенствование физического и морального облика туриста, становление его личности, его гражданской позиции. Особенно это касается студентов, которые имеют относительно продолжительные каникулы для отдыха и путешествий в зимнее и летнее время. Кроме того, некоторые студенческие группы осуществляют путешествия в сопровождении преподавателей в форме учебных практик. Организацией льготного режима для путешествий молодёжи занимаются международные молодёжные организации. Например, Международная организация молодых путешественников (Federation of International Youth Travel Organisation), созданная в 1951 г. со штаб-квартирой в Копенгагене, функционирует под эгидой ЮНЕСКО.

Монастырь (monastery), религиозная община монахов или монахинь, имеющая единый устав, а также комплекс богослужебных, жилых, хозяйственных построек, ей принадлежащих. М. существуют в различных религиях: христианстве, буддизме, индуизме и т.д. В Православной Церкви М. представляют собой церковное учреждение, в котором проживает и осуществляет свою деятельность мужская или женская община, состоящая из православных христиан, добровольно избравших монашеский образ

жизни для духовного и нравственного совершенствования и совместного исповедания православной веры. Решение вопроса об открытии М. принадлежит высшей церковной власти по представлению епархиального архиерея. Непосредственное руководство М. осуществляет настоятель (настоятельница) или наместник. М. может иметь подворья. Епархиальный М. находится под наблюдением и каноническим управлением епархиального архиерея. Ставропигиальный М. находится под начальственным наблюдением и каноническим управлением Предстоятеля Церкви или Священного Синода. М. являются святыми местами для верующих людей и местом совершения паломничества. Многие древние М., имеющие на своей территории памятники архитектурного наследия, являются объектами показа для туристов и экскурсантов.

Монреальская Декларация по туризму (Montreal Declaration on tourism), международный документ, принятый в Монреале (Канада) Генеральной ассамблеей Международного бюро социального туризма 12 сентября 1996 г. под общим названием «К гуманному и социальному видению туризма». М.Д.т. определила, что главной целью социального туризма является обеспечение доступности туристского отдыха для всех социальных слоев. Декларация установила критерии для определения социального туризма.

Монументальный памятник (monument). См. *Памятник монументальный*.

Морепродукты (seafood), съедобные морские животные и растительные продукты, используемые для приготовления специальных блюд в ресторанах, пользующиеся большим спросом у туристов.

Морская болезнь (seasickness), кинетоз или болезнь движения, ощущение тошноты и «укачивания» из-за монотонных колебаний (впервые люди столкнулись с этим феноменом при морских путешествиях, откуда и название). М.б. может появляться не только на водном транспорте, но и в автомобиле, автобусе, поезде, самолёте, притом сила проявления болезни зависит от силы укачивания, и чаще всего в настоящее время туристы с М.б. сталкиваются при езде в автомобилях и автобусах.

Морская компания (marine company), юридическое лицо, занимающееся коммерческими перевозками пассажиров, в том числе туристов, и грузов на морских судах.

Морское путешествие (sea voyage), путешествие по морю на морском судне с туристскими целями.

Морской вокзал (ocean terminal), пассажирский терминал в морском порту, специально оборудованный для приёма иностранных и местных туристов, а также обслуживающий пассажиров, отправляющихся или прибывающих на морских судах.

Морской заповедник (marine reserve), часть морской акватории и подводной территории, которая законодательным образом защищена от рыбалки, экономической и любой другой деятельности человека в течение длительного периода с целью охраны морского биоразнообразия, важных экологических процессов и генетических ресурсов как одна из мер по предупреждению ухудшения состояния окружающей среды в морской экосистеме. Крупные морские

заповедники существуют в Австралии, Новой Зеландии, США, Канаде, Китае, России (Дальневосточный морской заповедник). Доступ туристов в М.з. регулируется законодательством конкретной страны.

Морской каякинг (sea kayaking). См. *Водный туризм*.

Морской курорт (seaside resort), местности, населённые пункты и города с оздоровительными комплексами, расположенными в непосредственной близости от береговой линии моря или океана, основным видом отдыха на которых является пляжный отдых. М.к. используются для лечения некоторых болезней и восстановления работоспособности организма.

Морской паром (sea ferry), большие суда, плавание которых в одну сторону может длиться несколько часов; они совершают регулярные рейсы между морскими портами, в том числе расположенными на островах. М.п. могут иметь многоярусные автомобильные палубы, на которых во время перехода размещаются автомобили разных классов. Они надежно крепятся на случай качки. Широко используются паромы, которые сконструированы специально для перевозки железнодорожных вагонов. Заезд на такой М.п. осуществляется через стыкующийся с паромом специальный мост и аппарели судна. М.п. часто являются единственным видом транспорта для местных жителей и туристов для достижения островов или отдалённых мет.

Морской транспорт (marine transport), вид водного транспорта, занятый перевозкой грузов и пассажиров, в том числе туристов. К морскому транспорту относится любое судно, способное передвигаться по водной поверхности морей, океанов и прилегающих акваторий.

Морской туризм (marine tourism), вид туризма и туристской деятельности, представляет собой временное путешествие отечественных и зарубежных туристов из места постоянного жительства на период от 24 часов до 6 месяцев подряд на судах морского и океанского класса в различных целях: культурно-познавательных, научных, профессионально-деловых, отдыха, оздоровительных и иных – без занятия деятельностью, связанной с получением дохода. После окончания морской туристской поездки турист возвращается к месту начала путешествия, как правило, в определённое время. М.т. осуществляется на больших круизных океанских и морских кораблях, а также на паромных и линейных судах, яхтах и т.д.

Москитная сетка (mosquito net), чехол из мелкоячеистой сетки для защиты человека от комаров и мошки. М.с. используются во время путешествий в регионах, где распространены комары и мошки, защищая лица туристов и их палатки.

Мост (bridge), архитектурно-инженерное сооружение для перехода или переезда через реку, залив, углубление в земле (овраг, каньон), дорогу, железнодорожные пути или другое поперечное препятствие. М. являются в разных странах объектами туристского показа. См. *Раздвижной мост*.

Мотель (motel), неформальная классификация средства размещения, которое располагается вблизи оживленных автомагистралей, как правило, в пригороде. Это малые или

средние предприятия (до 400 мест), предлагающие размещение (реже питание) и места для парковки. За счёт ограниченного ассортимента услуг М. предлагают невысокие цены. Характерен средний уровень обслуживания при небольшой численности персонала. Клиентами М. являются разные категории туристов, в основном туристы, путешествующие на личном автотранспорте, и водители междугороднего сообщения.

Мотивация туристская (motivation tourism), побуждение, на основании которого турист принимает решение о туристской поездке, и влияющее на его поведение при выборе туристского продукта на рынке. Мотивы человека формируют цели его поездки, что напрямую связано с выбором географического места и необходимых туристских услуг для её осуществления. М.т. также во многом связана с финансовыми возможностями туриста, состоянием здоровья, возрастом, образовательным уровнем, профессиональными и жизненными интересами.

Мототуризм (motorcycle tours), подвид спортивного и молодёжного туризма, осуществляемого на различных мотоциклах (байках). М. отличается нефиксированным маршрутом, имеет несколько уровней сложности, основной упор делается на получение ощущений, а не званий и разрядов. М. это опасный вид спорта, поэтому подходит не для всех возрастов. Начало развития и продвижения по России М. было положено в 1920-х гг. в Москве, именно тогда появились первые в нашей стране клубы мотоциклистов, совершающие туристские путешествия на мотоциклах и мопедах по собственной инициативе. В дальнейшем, в самом конце 1930-х гг., внутри Центрального автомотоклуба организовался отдел автомототуристов, который помогал мотолюбителям. В конце 1950-х гг. возобновилось производство мототехники, советская промышленность начала серийно выпускать гражданские мотоциклы, мопеды и мотороллеры. Центральный клуб мототуристов был учрежден в 1966 г. Он занимался организацией мотопутешествий, разработками маршрутов, обеспечением туристов ночлегом в гостиницах. Особенно такая организация чётко прослеживается с 1970-х гг. Туристам была представлена полная свобода путешествий и отдыха. В 1990-х гг. М. пришёл в упадок, хотя спортсмены-одиночки продолжали свои путешествия на мотоциклах. В 2011 г. была организована Комиссия М. Мотоциклетной Федерации России. В 2011-2013 гг. была проведена перепись всех спортсменов-мототуристов, были внедрены удостоверения спортсмена-мототуриста России, а также введена таблица оценки маршрутов. В 2013 г. была создана Федерация мототуризма России. Задача Федерации состоит в росте и развитии въездного и внутреннего М. в России. Эта организация очень тесно взаимодействует с Ростуризмом, Мотоциклетной федерацией России и Русским географическим обществом.

Музеи (museums). 1. Некоммерческое учреждение культуры, созданное для хранения, изучения и публичного представления музейных предметов и коллекций. М. являются научно-исследовательским, культурно-просветительным и образовательным учреждением, которое осуществляет комплектование, учёт, хранение, исследование и популяризацию предметов истории, культуры и техники, а также природных объектов. Музеи подразделяются:

- по территориальному признаку: республиканские, областные, краевые, районные, городские, сельские;
- по профильным группам и типам: исторические, художественные, литературные, естественнонаучные, технические, архитектурные, комплексные (краеведческие), музеи-заповедники, отраслевые и т.д.;
- по организации деятельности: музеи-заповедники, музеи-усадьбы и т.д.

Государственные, общественные, муниципальные и частные музейные учреждения занимаются собиранием, изучением, хранением и открытым экспонированием предметов для посетителей, в том числе туристов. М. имеют постоянные и оборудованные помещения, где их сотрудники собирают и хранят музейные фонды по различной системе и тематике: политической и естественной истории, материальной и духовной культуре и искусству, различного рода деятельности людей. М. изначально занимались просветительской и популяризаторской деятельностью. До XIX в. М. представляли собой, как правило, разнообразные коллекции различных предметов и произведений искусства. Позже М. стали осуществлять научные, образовательные и общественные функции. М. имеют свою классификацию и типологию. По преобладающему виду коллекций выделяются следующие типы музеев:
- комплексные,
- исторические,
- мемориальные,
- военно-исторические,
- архитектурные,
- художественные,
- литературные,
- театральные,
- музыкальные,
- научно-технические,
- естественнонаучные,
- медицинские,
- отраслевые,
- природоведческие,
- сельскохозяйственные,
- образовательные,
- краеведческие,
- этнокультурные и др.

2. М. представляют собой архитектурные сооружения с особой инфраструктурой для обслуживания посетителей, в том числе туристов.

Музеи в Российской Федерации (museums in the Russian Federation), совокупность всех типов М., расположенных на территории РФ, к которым относятся: архитектурно-ансамблевые, естественнонаучные, исторические, художественные, науки, техники и отраслей народного хозяйства, литературные, театральные, музыкальные, мемориальные, природоведческие, музеи-заповедники, краеведческие и т.д. Перечисленные группы М. в России в свою очередь подразделяются на подгруппы. Все М. в РФ, в зависимости от административно-территориальной принадлежности, делятся на: федеральные, республиканские, краевые, областные, районные, городские и сельские. Музеи, содержащие наиболее ценные коллекции экспонатов, относящихся к всемирному и национальному наследию, как правило, находятся в федеральном управлении. Часть российских музеев включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Вся совокупность музейных предметов и коллекций, находящихся на территории России и состоящих на государственном учёте, относится к Музейному фонду РФ. В настоящее время в России насчитывается 64 М. федерального подчинения. Наиболее крупными из них являются: Русский музей, Третьяковская галерея, Государственный Эрмитаж, музеи Московского Кремля, Музей изобразительных искусств

им. А.С. Пушкина, Государственный музей Востока, Кунсткамера, Государственный исторический музей и др. См. *Музеи*.

Музеи-заповедники в Российской Федерации (museums-reserves in the Russian Federation), вид музея под открытым небом, в состав которого помимо экспозиций входят архитектурные, историко-культурные и природные объекты, важные для сохранения наследия страны или региона. С целью дополнительной защиты государство наделяет такие музеи правовым статусом заповедника, что предусматривает особые режимы сохранения и использования включённых в него территорий и объектов. Многие М.-з. РФ проводят различные музейные праздники, организуют мастерские народных промыслов, исторические реконструкции (например, сражений на Бородинском и Куликовском полях), «экологические тропы», различные фестивали (литературные, музыкальные) и т.п. Эти мероприятия привлекают множество российских и зарубежных туристов. В настоящее время количество музеев-заповедников в России приближается к 100.

Музеи-усадьбы в Российской Федерации (museum-estates in the Russian Federation), группа музеев, относящихся к архитектурному, мемориальному и природному типам, созданная на основе музеефикации комплекса жилых, хозяйственных, парковых и иных построек, составляющих единое целое и принадлежавших, как правило, зажиточным представителям дворян, купцов и иных сословий, а также крупным историческим и культурным российским деятелям. Как правило, М.-у. содержат коллекции экспонатов, представляющие собой комплекс интерьеров, мебели, произведений искусства и личных вещей, принадлежавших бывшим владельцам усадебных комплексов. В настоящее время в России насчитывается более 120 М.-у., некоторые из них имеют федеральное значение и представляют собой объекты культурного и природного наследия Российской Федерации.

Музейная экспозиция (museum exposition), часть музейного собрания, выставленная на обозрение посетителей в соответствии с научным планом и художественной композицией музея.

Музейный туризм (museum tourism), туристские поездки, главной целью которых является посещение музеев и выставочных галерей.

Музейный фонд (museum fund), совокупность всех принадлежащих конкретному музею предметов и коллекций с относящимися к ним научно-вспомогательными материалами, которые в соответствии с установленными правилами поступили на постоянное хранение в М.ф.; они постоянно пополняются и определяют профиль музея.

Мультивиза (multivisa). См. *Виза многократная*.

Мульти-клуб (multi-club), объединение нескольких клубов отдыха, всем членам которых гарантирован доступ к средствам размещения и другим услугам в любом из этих клубов на условиях, определённых уставом М.-к.

Муссон (monsoon), ветер, дующий с определённой регулярностью в разные сезоны года в результате сезонного изменения давления над материком и прилегающим океаном.

Мюзикл (musical), музыкальный и театральный сценический жанр, произведение и представление, сочетающее в себе музыкальное, драматическое, хореографическое и оперное искусства. Несмотря на то, что английский термин «М.» является сокращением от «музыкальной комедии», он может представлять собой также трагедию, фарс или драму. М. является следствием развития американской и европейской оперетты в результате нарушения сложившихся традиций и канонов, расширения различных границ, выразительных средств и эффектности. Помимо оперетты, на М. также оказали большое влияние такие жанры, как комическая опера, водевиль и бурлеск, а также эстрадные музыкальные стили и направления. М. пользуются популярностью и идут годами на театральных площадках в крупнейших городах мира, поэтому их посещение включается во многие туристские программы.

Мягкий туризм (soft tourism), вид туристской деятельности, который не наносит или минимизирует ущерб окружающей природе и социокультурной среде. М.т. представляет собой систему, состоящую из следующих взаимосвязанных элементов: оптимальный отдых туристов, отсутствие или причинение минимального ущерба природной и культурной среде, а также наличие прибыли от туристской деятельности местному населению и турфирме. М.т. называют путешествия, во время которых туристы ведут стиль жизни в соответствии с культурными традициями страны пребывания. Организация М.т. во многом зависит от туристской фирмы, которая направляет туристов в страну пребывания. М.т. является одним из синонимов экологического туризма. См. *Экологический туризм*.

Мясное блюдо (meat dish), группа блюд, приготовленных из разных видов мяса (говядины, свинины, баранины, оленины, конины и т.д.), в ресторанах и других предприятиях общественного питания.

Н

Навигация (navigation). 1. Период времени в году, когда по местным климатическим условиям возможно судоходство. Н. с древних времён является основным разделом судовождения, в котором разрабатываются теоретические обоснования и практические приёмы вождения морских судов. 2. Определение местоположения, скорости и ориентации движущихся объектов, способы проведения морских, воздушных судов и космических летательных аппаратов из одной точки в другую. Эти задачи решаются различными методами и приборами Н. 3. В настоящее время появились новые виды Н.: автомобильная, астрономическая, воздушная, информационная, космическая, радионавигация, туристская и др. См. *Навигация туристская*.

Навигация туристская (navigation tourism), система туристской ориентирующей информации, представляющая собой унифицированные графические пиктограммы, символы и указатели туристской и транспортной инфраструктуры, объектов культурного и природного наследия, пунктов общественного питания, медицинских учреждений, заправочных станций и т.д. В разных странах существует множество различных типов и видов Н.т. Наличие Н.т. является необходимой частью дорожной инфраструктуры во всех туристских центрах мира. Как правило, Н.т. бывает на двух или нескольких языках: государственном, местном и международном.

Нагрузка антропогенная (anthropogenic load), степень воздействия человека на культурную и природную среду, объекты показа, которая приводит к необратимым изменениям их элементов, а иногда всего комплекса. С целью сохранения природной и культурной среды вводятся ограничения на посещение туристами определённых территорий. Ограничения могут вводиться на любые посещения какого-либо объекта или территории на определённый период времени, а также на конкретные виды туризма (пешеходный, автомобильный и др.)

Надбавка (mark up). 1. Дополнительная сумма, иногда прибавляемая посредниками к цене продаваемых товаров или услуг сверх согласованной с их поставщиком стоимости при наличии большого спроса и в целях увеличения своих доходов или незапланированного увеличения стоимости коммунальных, транспортных и других услуг. 2. Дополнительная выплата работникам за особо сложные условия труда или за высокое качество работы.

Надувная лодка (inflatable boat), резиновое речное одноместное или многоместное гребное или моторное судно, обводы которого образованы одним или несколькими надувными баллонами с уключинами для вёсел и приспособлением для крепления мотора.

Надувное спасательное средство (inflatable rescue vehicle), вид спасательного средства, которое хранится в сложенном виде в самолёте или на корабле, готовое в случае необходимости к наполнению воздухом и немедленному использованию.

Наземное обслуживание (ground handling), организация предостав-

ления совокупности услуг: размещения, питания, транспортных, экскурсионных и других, которые организуются для туристов только на земле во время их путешествия на корабле или на самолёте.

Наземный транспорт (land transport), сухопутная перевозка туристов, а также грузов, на наземных видах транспорта: железнодорожном, автомобильном, гужевом и т.д.

Назначение турагента (appointment of agency), предоставление туристскому агентству официального права продавать туристские услуги (туристский продукт) на основе заключенного соглашения с туроператором или другими туристскими предприятиями.

Накомарник (mosquito net). См. *Москитная сетка.*

Наличный расчёт (cash payment), все виды расчётов между юридическими и физическими лицами, осуществляемые наличными деньгами. Размер Н.р. между юридическими лицами ограничен законодательством ряда стран.

Налог (tax), обязательный платёж, производимый юридическими и физическими лицами, в том числе организациями сферы туризма, в пользу государства на основании законодательства.

Налог на добавленную стоимость (value added tax), сумма, добавляемая в размере установленного процента к величине вновь создаваемой стоимости товара или услуги, и выплачиваемая предпринимателем в виде государственного налога во многих странах мира. В конечном итоге НДС оплачивает покупатель, а формально и практически его уплата производится владельцами и производителями товаров и услуг. В России, согласно нормам главы 21 Налогового кодекса РФ, стоимость туристских и экскурсионных путевок облагается НДС в общеустановленном порядке по ставке 20%. От этого вида налогообложения освобождаются только услуги санаторно-курортных и оздоровительных организаций (пансионаты с лечением), имеющих лицензию на осуществление медицинской деятельности, а также организаций, работающих в сфере отдыха и оздоровления детей (в том числе детских оздоровительных лагерей), расположенных на территории России. Организации и предприниматели, работающие на общей системе налогообложения, имеют право на освобождение от НДС, если за 3 предыдущих календарных месяца сумма выручки от реализации без учета НДС не превышает 2 млн. руб. (п.п. 1, 2 ст. 145 НК РФ). В случае реализации туристских путёвок за рубеж, предприятия сферы туризма освобождаются от уплаты НДС в части стоимости услуг, оказываемых за рубежом.

Налог на проживание в гостинице (hotel tax), устанавливается в некоторых регионах и туристских центрах по решению муниципальных властей разных стран в виде небольшой суммы, добавляемой к цене гостиничного номера; этот налог используется для развития туристской инфраструктуры в регионе.

Налогообложение в туризме (taxation in tourism), законодательно установленный порядок взимания государством налогов с предприятий сферы туризма. Налоговая база, с которой взимаются различные виды налогов, в Российской Феде-

рации весьма разнообразна, а порядок исчисления и уплаты налогов настолько сложен, что даже работники налоговых инспекций нередко допускают многочисленные ошибки и нарушения законодательства РФ и инструктивных материалов. В связи с этим, в последние годы получила широкое распространение рассылка разъяснительных писем Госналогслужбы, Министерства финансов и Центрального банка РФ, в которых указывается, как трактовать те или иные положения Налогового кодекса России.

Налогообложение гостиниц (taxation of hotels), законодательно установленный порядок взимания государством налогов с прибыли и чистого дохода с гостиничных организаций, с их имущества и земли, а также налога на добавленную стоимость предоставляемых услуг. Разнообразный набор предоставляемых услуг (проживание, торговля, общественное питание, химчистка, стирка и т.д.) значительно усложняет формирование налоговых баз и ведение налогового учета на предприятиях гостиничного типа.

Напитки (drinks, beverages), алкогольные или безалкогольные напитки, изготовляемые и продаваемые в предприятиях общественного питания в соответствии с имеющейся лицензией.

Напитки безалкогольные (non-alcoholic drinks), прохладительные напитки, не содержащие алкоголя, в том числе, минеральная вода. В некоторых странах большое распространение получили безалкогольные бары, в которых предлагается широкий ассортимент Н.б.

Наплечный рюкзак (shoulder backpack). См. *Рюкзак*.

Направления туризма (tourism directions), крупные туристские комплексы, привлекающие туристов в различные времена года и в соответствии с модными тенденциями, а также личными пристрастиями и состоянием здоровья путешественников.

Направляющая сторона (sending party, outgoing side), юридическое лицо – как правило, туристская фирма, организующая поездку в регион, страну или место пребывания и направляющая туристов в места временного пребывания в соответствии с договором с сопровождением или без сопровождения.

Народное творчество (folk art), традиционное и современное искусство, создаваемое людьми, не имеющими специального образования, и бытующее в повседневной жизни народа: поэзия, музыка, танец, театр, архитектура, изобразительное, декоративно-прикладное искусство и т.д. Выставки и фестивали Н.т. пользуются большой популярностью у внутренних и иностранных туристов.

Народные промыслы (folk handicraft), мелкосерийное и индивидуальное производство предметов быта, одежды, художественных изделий и сувениров, деталей интерьеров и т.д., как правило, создаваемые в домашних условиях работником-кустарём. Изделия Н.п. пользуются большим спросом у туристов. В настоящее время во многих странах получили распространение массовое производство и продажа подделок изделий Н.п.

Население (population), совокупность людей, живущих в определённой местности, стране, регионе. Отношение местного населения к туристам

является ключевым моментом для развития или деградации туристской дестинации.

Населённый пункт (population center, human settlement), место постоянного или временного проживания людей, может представлять собой как один дом, так и большой город. Обязательный признак населённого пункта – постоянное проживание в нём людей из года в год (хотя бы сезонно).

Наскальное изображение (rock art, rock painting), древние (от Палеолита до Нового времени) наскальные рисунки на стенах пещер и на скалах, выполненные краской, резьбой, рельефом, гравировкой и т.д. Н.и. привлекают большое число туристов в местах, где разрешён к ним доступ.

Наследие Всемирное (World heritage). См. *Всемирное наследие*.

Наследие культурное (cultural heritage). См. *Культурное наследие*.

Наследие природное (heritage natural). См. *Природное наследие*.

Настенная фреска (wall mural). См. *Фреска*.

Наступление страхового случая (occurrence of the insurance event). См. *Страховой случай*.

Наука о туризме (science of tourism), комплекс научных дисциплин, направлений исследований и методик, связанных с туристской сферой и базирующихся на теории туризма. Научные исследования в сфере туризма базируются на стыке следующих дисциплин: экономики, права, истории, географии, культурологии, искусствознания, социологии, психологии, этнологии, природоведения, информатики, теории управления, страноведения и ряда других. Предметом научных исследований в туризме является, прежде всего, путешествующий человек вместе с комплексом вопросов и проблем, связанных с его перемещениями и пребыванием в тех местах, которые являются целью его поездки. К предмету туристских исследований относятся также система организации туризма, транспортная и гостиничная индустрия, общественное питание и дополнительная инфраструктура туризма, на которой базируется предоставление второстепенных услуг. Предметом исследований являются также специалисты, которые занимаются профессиональной деятельностью в сфере туризма, их образовательная подготовка и мотивация для работы в системе туристской индустрии. Информационное и экскурсионное обеспечение, безопасность, финансово-экономическая деятельность, юридическая составляющая – все эти и другие важные вопросы являются составной частью комплекса научных исследований в сфере туризма. См. *Теория туризма*.

Научная экспедиция (scientific expedition), путешествие со специально определенной научной целью. Н.э. организовывают академические и отраслевые институты, университеты, специализированные и общественные организации, а также частные лица. Наибольшую известность получили полярные и морские, геологические, археологические и краеведческие, этнографические и фольклорные, экологические и гидрологические экспедиции. Некоторые исследователи выделяют Н.э. как направление научного туризма, а последний – в качестве отдельного вида туризма. См. *Научный туризм*.

Научный парк (scientific park), территория, имеющая форму парка, спланированная для размещения специализированных научных и технологических построек, в которых учёные занимаются исследованиями и инновациями.

Научный туризм (scientific tourism), вид туризма, целью которого является участие в тех или иных научных программах и проектах, как правило, без извлечения учёным, совершающим научное путешествие, материальной выгоды. Это может быть, к примеру, наблюдение за миграциями и изменениями популяции животных, участие в археологических раскопках, этнографических, фольклорных экспедициях и т.д. К Н.т. также относятся поездки для участия в научных конгрессах, конференциях, выставках и т.д. Н.т. широко распространён в России, Европе, США, Китае, Индии и других странах.

Национальная валюта (national currency), денежная система государства, а также денежная единица этой системы. В Российской Федерации Н.в. является рубль. См. *Валюта*.

Национальная кухня (national kitchen), приготовление блюд с соблюдением местных кулинарных традиций и пищевых привычек того или иного народа. Рестораны с Н.к. разных народов и регионов мира являются составной частью индустрии туризма во многих городах и странах.

Национальная политика в сфере туризма (national policy in the sphere of tourism). См. *Политика государственная в сфере туризма*.

Национальная туристская администрация (National tourism administration), государственный орган управления (или несколько органов) какой-либо страны, занимающийся регулированием туристской деятельности и формирующий национальную политику в сфере туризма. Основными функциями Н.т.а. являются: создание туристской правовой базы, осуществление контроля за соблюдением туристского законодательства, координация деятельности различных отраслей в сфере туризма, управление государственными объектами туристской и гостиничной собственности, пропаганда и реклама национального туристского продукта за рубежом, участие в международном сотрудничестве в области туризма, создание и реализация государственных программ и проектов развития туризма и др.

Национальное наследие (national heritage), представляет собой все виды и формы объектов материального и нематериального культурного и природного наследия, расположенные на территории какого-либо государства, которые являются предметом национальной гордости, фактором самосознания и духовности народов каждой страны. Объекты Н.н. являются объектами туристского интереса и показа в любой стране мира.

Национальные парки (national parks), особо охраняемые природные территории федерального значения в России. В границах Н.п. выделяются зоны, в которых природная среда сохраняется в естественном состоянии и запрещается осуществление любой деятельности, и зоны, в которых ограничивается экономическая и иная деятельность в целях сохранения объектов природного и культурного наследия и их использования в рекреационных целях.

Природные ресурсы и недвижимое имущество, расположенные в границах Н.п. и находящиеся в федеральной собственности, изымаются из гражданского оборота, если иное не предусмотрено федеральными законами. В задачи Н.п. входит создание условий для регулируемого туризма и отдыха. Рекреационные зоны Н.п. предназначены для обеспечения и осуществления рекреационной деятельности, развития физической культуры и спорта, а также размещения объектов туристской индустрии, музеев и информационных центров. На территориях Н.п. запрещается любая деятельность, которая может нанести ущерб природным комплексам и объектам растительного и животного мира, культурно-историческим объектам и которая противоречит их целям и задачам.

Национальный атлас (National Atlas), фундаментальный картографический сборник, содержащий карты с разносторонней информацией о культуре и природе, национальном наследии, экономике, населении, административном устройстве, туристской инфраструктуре и т.д. Н.а. создается государственными картографическими учреждениями, носит официальный и даже нормативный характер. Н.а. отражает уровень экономического и культурного развития страны, степень её научного познания и достижений в картографическом производстве; таким образом, это престижное национальное издание является своего рода визитной карточкой государства. Н.а. дополняются подробными текстами, справочными данными, указателями. Их стараются оформить и издать как можно лучше; обычно Н.а. представляет собой капитальный том или даже несколько томов настольного формата, но нередко он издается в виде периодически обновляемых выпусков. Н.а. используются при планировании туристских маршрутов.

Национальный музей (national museum), крупнейшие музейные собрания и коллекции, имеющие общегосударственное значение для конкретной страны и представляющие исторические, художественные и другие культурные ценности высокого уровня, значимые для местного населения и туристов. В Российской Федерации к Н.м. относятся федеральные музеи, в которых хранятся особо ценные коллекции, среди них: Государственный Эрмитаж, музеи Московского Кремля, Русский музей, Третьяковская галерея, Кунсткамера, Государственный исторический музей, Государственный музей Востока и др.

Национальный туризм (national tourism), совокупность деятельности в сфере внутреннего и выездного туризма, т.е. обслуживание туристов из числа жителей своего государства. В странах, где туризм развивается гармонично, присутствует баланс внутреннего и въездного туризма. Н.т. включает внутренний и выездной туризм, т.е. деятельность посетителей, постоянно проживающих в какой-либо стране, в пределах и за пределами этой страны в рамках внутренних и выездных туристских поездок. См. *Внутренний туризм*.

Начало кругового путешествия (beginning of the circular journey), место, в котором начинается и заканчивается поездка. Также часто употребляется термин «кольцевой маршрут».

Начало маршрута (beginning of the route), место и время оказания туристу первой услуги, связанной

с путешествием и указанной в договоре туристского обслуживания.

Начальный меридиан (Prime Meridian), географический термин, представляющий собой единый для всех стран (начальный) нулевой меридиан земного шара, проходящий через главный телескоп Гринвичской обсерватории (Гринвич, административный округ Лондона). Н.м. определён на основании решения Международной меридианной конференции в 1884 г. Момент средней полночи на нулевом меридиане во всём мире принят за начало Всемирных (универсальных) суток, отсчёт которых производится от 0 до 24 часов. В XIX в. в Российской империи за Н.м. был принят Пулковский меридиан. Туристы, пользующиеся географической картой во время совершения путешествий, должны знать расположение Н.м.

Небольшой автобус (small bus, minibus). См. *Микроавтобус*.

Невозвратный билет (non-refundable ticket). См. *Билет без права возврата*.

Невостребованный багаж (unclaimed baggage), вещи пассажира, оставшиеся после выдачи багажа в аэропорту. См. *Багаж*.

Негарантированное бронирование (non-guaranteed booking), вид бронирования, при котором гостиница соглашается держать номер непроданным до определенного часа без предварительной оплаты или задатка. Этот тип бронирования не гарантирует, что гостиница получит оплату за номер в случае неприбытия гостя. Если гость не въезжает в номер до 6 часов вечера, то гостиница имеет право отменить для него бронирование и добавить номер в список комнат, свободных для продажи. Используются следующие методы оплаты: наличный расчёт, кредитная карта (указывается тип карты), дорожные чеки, оплата компанией по безналичному расчёту и т.д. Гостиница может получать запросы на бронирование из различных источников. Существуют следующие способы резервирования мест в гостиницах: факс, телефон, электронная почта, централизованная система бронирования (присоединенная и неприсоединенная). Раньше большая часть бронирования, осуществляемая непосредственно в гостинице, проводилась по заявкам, приходящим по факсу. Факсы, содержащие запрос о бронировании номера, обычно приходят от компаний или турфирм, сотрудничающих с данной гостиницей. В настоящий момент этот способ бронирования практически полностью вытеснен перепиской по электронной почте, позволяющей отправлять сканы заявок на бронирование с цветными подписями уполномоченных лиц и печатями. В подавляющем большинстве турфирм и гостиниц факсимильные аппараты больше не встречаются. Сканированные заявки оформляются на фирменных бланках компании, на которых указаны её основные реквизиты: название, почтовый или юридический адрес, контактный телефон, электронная почта, адрес сайта в Интернете, а также лица, уполномоченные на переписку от лица компании. Это необходимо особенно для тех компаний, с которыми у гостиницы заключены договоры на более низкие цены обслуживания. Только запрос на фирменном бланке может служить основанием для подтверждения контрактной цены на номер в гостинице. В запросе, кроме просьбы забронировать номер для указанного туриста на указанные даты, должна также

присутствовать информация о форме оплаты и другие возможные пожелания. См. *Гарантированное бронирование*.

Негативный отзыв о туристской услуге (negative review of the tourist service), отрицательный отзыв туриста на низкий уровень обслуживания или отсутствие туристской услуги, которая должна была быть представлена по договору. Н.о.т.у. в виде письменной претензии может быть направлен руководству туристской компании или в государственные контрольные органы.

Неделя культурных событий (week of cultural events), период времени от 5 до 7 дней, в течение которых в одном или нескольких населённых пунктах местными органами власти или общинами организуются фольклорные фестивали, выставки, праздники народной песни, танцев и т.д.

Неденежные показатели (non-monetary indicators), данные, представленные при учёте и расчётах в натуральной или иной неденежной форме. Н.п. не должны рассматриваться в качестве второстепенного элемента того или иного вспомогательного счёта в туризме. Н.п. представляют собой весьма важные элементы как в отношении непосредственно отражаемой ими информации, так и в целях проведения надлежащего анализа данных, представленных в денежном выражении.

Недостаток услуги (lack of services), отдельное несоответствие конкретной услуги обязательным требованиям стандарта, условиям туристского договора, а также информации (рекламе), предоставленной исполнителем или продавцом туристского продукта (услуги).

Недостоверная реклама (false advertising). См. *Реклама недостоверная*.

Нежелательный пассажир (unwanted passenger), турист, попавший в «чёрный лист» или «список нежелательных лиц», которые устраивали скандалы, акты вандализма, оказывали сопротивление персоналу, находились в нетрезвом виде в самолёте, подвергая опасности жизнь других пассажиров. Н.п. авиакомпания не предоставляет свои услуги и не продаёт билеты на свои рейсы.

Независимый отель (independent hotel), гостиница, владельцем которой являются частные лица и которая не входит в какую-либо гостиничную сеть.

Незаезд гостя (no-show guest). См. *Неприбытие*.

Незамкнутый круговой маршрут (unclosed circular route), вид маршрута с промежуточным участком, на котором путешественник не пользуется тем видом транспорта, который он использует на всех остальных участках этого маршрута. Схема Н.к.м. авиационного перелёта, при которой пассажир вылетает из пункта отправления в один город и возвращается обратно из другого города, фиксируется в билете. Например, Москва – Екатеринбург и Пермь – Москва.

Незарегистрированный багаж (unchecked baggage), багаж пассажира авиарейса, находящийся во время перевозки в салоне самолёта с согласия перевозчика, имеющий определённый вес и удостоверяемый биркой «В кабину» или «Ручная кладь». См. *Ручная кладь*.

Некоммерческая организация – НКО (non-profit organization), вид общественной организации, которая может быть создана для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных, управленческих и иных целей, направленных на достижение общественных благ. Гражданско-правовое положение НКО определяется федеральным законом Российской Федерации. Российским законодательством признаются те туристские НКО, которые не имеют в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяют полученную прибыль между участниками. Некоммерческие туристские НКО защищают интересы потребителей туристских услуг, регулируют проблемы между компаниями, государством и конечными потребителями. К таким организациям относятся: Российский союз туриндустрии, Российская гостиничная ассоциация, Федерация рестораторов и отельеров, Ассоциация гидов-переводчиков, экскурсоводов и турменеджеров, Международная общественная туристская академия и целый ряд других. Добровольные, самоуправляемые некоммерческие организации, созданные по инициативе граждан на основе общих интересов для реализации совместных целей, относятся к общественным объединениям.

Неконтактные службы (back office), управленческие структуры и занимаемые ими помещения гостиниц, предприятий транспорта, питания и торговли, не имеющие прямых контактов с туристами.

Некрополь (necropolis), специально спланированное и построенное большое кладбище с храмами, часовнями, подземными галереями, склепами, камерами, гробницами и каменными надгробиями, расположенное в центре или на окраине городов. Н. имеют, как правило, площадку для проведения траурных торжественных церемоний.

Нематериальное культурное наследие (Intangible cultural heritage). См. *Культурное наследие нематериальное*.

Неорганизованный туризм (unorganized tourism), самодеятельные поездки путешественников, как правило, организуемые самими туристами без помощи туристских фирм; оплата услуг обычно осуществляется по мере их предоставления. Предварительные заказы гостиничных услуг и билетов на транспорт туристы осуществляют самостоятельно, чаще всего через Интернет. См. *Самостоятельный туризм*.

Неполное подтверждение места (incomplete confirmation), ситуация на сложных авиамаршрутах, когда турист имеет билет без указания рейса, или при пересадке, когда на пересадочном узле неизвестно, имеется ли место для этого пассажира на стыковочный рейс.

Непреодолимая сила (force majeure), форс-мажор, возникновение чрезвычайных и неотвратимых обстоятельств (природных бедствий, военных действий, социальных волнений и т.д.), независящих от туристских организаций и транспортных предприятий причин, которые могут воспрепятствовать выполнению условий туристской поездки, закреплённых в договоре.

Неприбытие (non-arrival), ситуация, когда пассажир, купивший билет на транспортное средство, не является

на регистрацию, или фактическая неявка туриста в средство размещения в запланированный день заезда или аннуляция заказа, сделанная менее чем за 24 часа до даты заезда, указанной в заказе.

Неприсоединённая система бронирования (unattached booking system), специальная система бронирования, которая соединяет независимые средства размещения, не включённые в гостиничные цепи. Эта система позволяет независимым гостиницам использовать многие преимущества неприсоединенных систем бронирования. Наиболее крупные гостиницы заключают контракты с двумя или более центрами систем бронирования. Такие центры работают 24 часа в сутки. В периоды наибольшей загрузки для обработки поступающей информации центры могут нанимать дополнительный штат работников. Центры систем бронирования обмениваются информацией о загрузке гостиниц друг с другом и с гостиницами. См. *Присоединённая система бронирования*.

Нерезидент (non-resident), 1. юридические и физические лица, действующие в одном государстве, но постоянно зарегистрированные и проживающие в другом. 2. Н. страны являются юридические и физические лица, центр доминирующих экономических, правовых и прочих интересов которых находится за пределами её территории. К Н. могут относиться иностранные дипломатические и иные официальные представительства, а также международные организации, их филиалы и представительства. Н. является термином международного финансового и налогового права, а также национальных законодательств большинства государств. См. *Резидент*.

Несезонный тариф (off-season rate). См. *Тариф несезонный*.

Несопровождаемый ребёнок (unaccompanied child), дети до 2 лет могут перевозиться только в сопровождении родителей (опекунов) или совершеннолетнего лица по доверенности; от 2 до 12 лет могут перевозиться без родителей в сопровождении совершеннолетнего лица, либо без сопровождения, но под наблюдением авиаперевозчика, если такая услуга предусмотрена правилами данного перевозчика; дети от 12 до 18 лет могут путешествовать самостоятельно, без сопровождения совершеннолетнего пассажира. На практике понятие «Н.р.» можно условно отнести, прежде всего, к детям в возрасте от 12 до 16 лет (в каждой авиакомпании начальный возраст для перелёта без сопровождения определяется индивидуально) в случае, если сопровождение будет оплачено дополнительно по желанию родителей. В этом случае присмотр за Н.р. будет осуществлять сотрудник авиакомпании.

Несчастный случай (accident), непредвиденное событие, неожиданное стечение обстоятельств, повлёкшее телесное повреждение или смерть людей, в том числе туристов. В страховании Н.с. трактуется как внезапное кратковременное внешнее событие для застрахованного, произошедшее в течение срока действия договора, которое повлекло за собой телесные повреждения (гибель) застрахованного в результате: ДТП, пожара, взрыва, стихийных явлений и т.д. В туристском путешествии существует традиционное деление опасностей, приводящих в Н.с., на две большие группы: 1 группа – опасности, вызванные недостаточной физической, технической и моральь-

ной подготовкой людей, их неправильным поведением и отсутствием лекарств; 2-я группа – опасности, обусловленные сложным рельефом местности, климатическими факторами и техногенными катастрофами. См. *Туристская авария.*

Низкий сезон (low season), наименее популярное время для путешествий в том или ином регионе; как правило, это период действия максимальных скидок.

Никитин Сергей Сергеевич (1915-2002), председатель Государственного комитета СССР по иностранному туризму (Госкоминтуриста СССР) в 1969-1982 гг. С октября 1984 г. по май 1987 г. – посол СССР в Бельгии.

Никифоров Валерий Иванович (1944-2008), известный деятель российского туризма, организатор науки в сфере туризма, в 1989-2008 гг. – председатель Ленинградского областного Совета по туризму, президент АО «Совет по туризму и экскурсиям Санкт–Петербурга». Учился в Ленинградском политехническом институте и успешно окончил гидротехнический факультет по специальности «инженер-строитель». Работал в тресте «Севморгидроспецстрой» прорабом, мастером, в том числе строил набережную и портовые сооружения в Петрозаводске. После службы в армии Н. был назначен инструктором районного комитета КПСС в Ленинграде. После этого был назначен в строительный отдел Ленинградского областного комитета КПСС, где проработал партийным функционером высокого ранга почти 10 лет, к концу работы Н. уже возглавлял строительный отдел. В 1986 г. был назначен на работу секретарем областного комитета профсоюзов. Избирался депутатом районного и Ленинградского областного советов, членом президиума Ленинградского областного Совета профсоюзов. В 1989 г. Н. возглавил Ленинградский областной Совет по туризму – огромную разветвлённую туристскую организацию. В 1992 г. избран президентом АО «Совет по туризму и экскурсиям Санкт-Петербурга». Н. один из основателей и президент Ассоциации работников туристско-экскурсионных предприятий, отелей и ресторанов Санкт-Петербурга, многолетний лидер туристской общественности Санкт-Петербурга. В 1998 г. успешно защитил кандидатскую, а в 2000 г. в МГУ им. М.В. Ломоносова – докторскую диссертацию по экономике туризма. Автор 20 научных трудов и 2 монографий. В 1996-2003 гг. – советник губернатора Санкт-Петербурга по вопросам туризма. В 1993 г. по инициативе Н. была создана Национальная академия туризма. Н. отмечен государственными и общественными наградами, удостоен почётных званий, Почетный академик РАН по строительному комплексу. Профессор, заведующий филиалом кафедры экономики и управления социальной сферой СПбГУЭФ, заведующий кафедрой «Строительство объектов туризма и спорта» в СПбГТУ. Президент Невского благотворительного фонда «Большой спорт – Большой туризм». Во многом благодаря усилиям Н. и его сподвижников Санкт-Петербург по своей привлекательности входит сегодня в число самых популярных городов мира. Благодаря своему опыту и авторитету Н. выступал в качестве эксперта в вопросах развития туриндустрии и формирования имиджа Петербурга, был блестящим организатором спортивных соревнований, оздоровительных и спортивных комплексов, прекрасным педагогом и примером для молодёжи,

интересным собеседником и просто талантливым человеком.

Нововведение (innovation). См. *Инновация*

Новшество (innovation), оформленный результат исследований, разработок или экспериментальных работ по повышению эффективности какой-либо деятельности, в том числе в туризме.

Новодел (remake), объект, представляющий собой научную реконструкцию утраченного архитектурного памятника, выполненного в материалах и размере оригинала.

Номер в средстве размещения (room in accommodation), одна или несколько комнат с мебелью, оборудованием и инвентарем, необходимым для временного проживания.

Номер без ванны (room without bath), комната в гостинице, в которой отсутствует отдельное помещение для ванны и туалета.

Номер для некурящих (non-smoking room), комната в гостинице, в которой запрещено курить табачные изделия. Во многих странах мира в настоящее время запрещено курение не только в номерах, но и во всех без исключения гостиничных помещениях.

Номер для новобрачных (bridal suite), многокомнатный номер в гостиницах высокого уровня с большой и красиво оформленной спальней, в которой находится двуспальная кровать королевского размера. Некоторые гостиницы специализируются на предоставлении услуг для молодожёнов, совершающих свадебные путешествия, поэтому в них, как правило, имеются несколько Н.н.

Номер гостиничный (hotel room), помещение, имеющее одно или несколько мест проживания, специально оборудованное в соответствии с требованиями, предъявляемыми к гостинице данной категории.

Номер гостиничный I категории (hotel room of I category), помещение в отечественных средствах размещения, состоящее из одной жилой комнаты с одной-двумя кроватями, с полным санузлом (ванна-душ, умывальник, унитаз), рассчитанный на проживание 1-2 человек.

Номер гостиничный II категории (hotel room of II category), помещение в отечественных средствах размещения, состоящее из одной жилой комнаты с 1-2 кроватями, с неполным санузлом (умывальник, унитаз, либо один полный санузел в блоке из двух номеров), рассчитанный на проживание 1-2 человек.

Номер гостиничный III категории (hotel room of III category), помещение в отечественных средствах размещения, состоящее из одной жилой комнаты с количеством кроватей по числу проживающих, с неполным санузлом (умывальник, унитаз, либо один полный санузел в блоке из двух номеров), рассчитанный на проживание нескольких человек, с площадью из расчёта на одного проживающего: 6 кв. м. – в здании круглогодичного функционирования, 4,5 кв. м – в зданиях сезонного функционирования.

Номер гостиничный IV категории (hotel room of IV category), помещение в отечественных средствах размещения, состоящее из одной жилой комнаты с количеством кроватей по числу проживающих, с умывальником (туалет и душ в коридоре), рассчитанный на проживание несколь-

ких человек, с площадью из расчёта на одного проживающего: 6 кв. м – в зданиях круглогодичного функционирования, 4,5 кв. м – в зданиях сезонного функционирования.

Номер гостиничный V категории (hotel room of V category), помещение в отечественных средствах размещения, состоящее из одной жилой комнаты с количеством кроватей по числу проживающих, без умывальника (умывальник, туалет и душ – в коридоре), рассчитанный на проживание нескольких человек, с площадью из расчёта на одного проживающего: 6 кв. м – в зданиях круглогодичного функционирования, 4,5 кв. м – в зданиях сезонного функционирования.

Номер люкс (suite). См. *Люкс*.

Номер-пентхаус (penthouse suite), гостиничный номер класса «люкс», занимающий в отеле весь верхний этаж или большую его часть. Н.-п. обычно кроме апартаментов имеет в своём составе: террасу, «зимний сад», бассейн, тренажёрный зал, игровую комнату, танцевальный зал и т.д.

Номер президентский (presidential suite). См. *Президентский номер*.

Номер с балконом (room with balcony), комната в гостинице, как правило, на курорте или в южных странах, с балконом или лоджией, обращённой на море, горы или парковую зону. Н.б. обычно специально оборудуются мебелью для отдыха, загорания и проведения времени на балконе.

Номер с ванной (room with bath), комната в гостинице, в которой оборудовано помещение с ванной или душем, а также туалетом.

Номер с выходом в сад (room with garden access, garden suite), гостиничный номер повышенной комфортности, который имеет отдельный выход в сад или в парковую зону отеля.

Номер с выходом на улицу (room has an exit to the street), гостиничный номер, который имеет отдельный выход на улицу.

Номер с кондиционером (air-conditioned room), гостиничный номер, оборудованный кондиционером, программа которого устанавливается централизованно сотрудниками отеля, или регулируется самим гостем.

Номер с широкой кроватью (room with a wide bed), гостиничный номер, спальня которого оборудована широкой кроватью, которая значительно больше двуспальной.

Номер-студио (studio room), комната в гостинице, оборудованная раскладным диваном, который используется ночью как спальное место.

Номерной фонд (fund of rooms), общее количество номеров в гостинице или в других средствах размещения. В гостинице это количество может варьироваться от нескольких единиц до сотен гостиничных номеров. Существуют специальные типы гостиничных номеров, отличающихся повышенным уровнем комфортности, состоящие из нескольких комнат.

Норма багажа (baggage allowance), максимальный вес или объём багажа, разрешенного авиакомпанией для бесплатной перевозки.

Норма прибыли (rate of profit), отношение объёма годовой прибыли

к авансированному на её получение капиталу или к затратам, понадобившимся для её получения, состоящим из стоимости средств производства, а также других необходимых расходов, включающих заработанную плату работников. Считается, что Н.п. (рентабельность) до 50% вполне приемлема, а свыше 100% – относится к сверхприбыли.

Норма размещения туристов в гостинице (rate of tourist accommodation at the hotel), максимальный уровень заполнения средства размещения в определённый сезон.

Нормативно-правовая база туристской деятельности в Российской Федерации (regulatory framework of tourist activities in the Russian Federation).
Законодательную основу туристской деятельности в России составляют: Гражданский кодекс, Налоговый кодекс, законы «О защите прав потребителей» и «Об основах туристской деятельности», а также ряд других законов, регулирующих перемещение российских и иностранных граждан и лиц без гражданства по территории России и порядок их въезда и выезда, в том числе: пересечение государственной границы, размещение в местах временного пребывания, транспортное, экскурсионное и прочее обслуживание. Нормативные требования устанавливаются постановлениями и распоряжениями Правительства РФ и другими актами исполнительной власти Российской Федерации. К нормативной документации также относятся международные и национальные стандарты, принципы создания и порядок применения которых регламентируются Федеральным законом «О техническом регулировании». При этом следует иметь в виду, что многие ГОСТы, которые утверждаются постановлением Госстандарта России, носят рекомендательный, а не обязательный характер. Кроме этого, к нормативным требованиям при организации туристской деятельности следует отнести технические, экономические и правовые нормативные акты, принимаемые органами исполнительной власти Российской Федерации. Например, строительные нормы и правила (СНиП), санитарные правила и нормы (СанПиН), которые охватывают широкий спектр сфер деятельности человека.

Носильщик (porter), сотрудник специальной службы, занимающийся переноской (перевозкой) багажа туристов на вокзалах, в аэропортах, гостиницах и других предприятиях туристского обслуживания.

Ностальгическое путешествие (nostalgic journey), поездка в места, связанные с памятными событиями в жизни человека, а также страну исторического проживания предков.

Ностальгический туризм (nostalgic tourism), вид туризма, оформился как самостоятельное туристское направление во второй половине XX в., после Второй мировой войны – в связи с возрастанием открытости мира. Возникновение этого направления в России обусловлено распадом СССР и облегчением пересечения государственных границ, возможностью воссоединения семей и стремлением побывать в местах проживания своих предков, или желанием восстановления через много лет своих детских впечатлений о местах бывшего проживания. Так или иначе, группы иностранных туристов из Финляндии и Швеции, Германии и Японии и других стран приезжают

в Россию, чтобы побывать на местах прошедших боёв или былого проживания, чтобы воскресить воспоминания о прошлом.

Ночёвка (overnight), одни полные сутки, проведённые одним туристом на данной территории или в данной стране. Показатель, используемый как статистическая единица в ряде стран для учёта продолжительности пребывания туристов в данной стране.

Ночлег и завтрак (bed and breakfast), принятый в международном туризме стандарт туристского пакета услуг, включающий ежедневное проживание (ночлег) в гостинице или другом согласованном средстве размещения и утренний завтрак. Остальные необходимые услуги могут быть заказаны туристом за отдельную плату.

Ночное обслуживание (night service), предоставление туристам услуг в гостинице в ночное время суток, обязательное для 4-5-звёздочных отелей.

Ночной авиарейс (night flight), авиационная перевозка пассажиров, выполняемая в ночное время; тарифы на такие превозки устанавливаются, как правило, на более низком уровне по сравнению с дневными перевозками.

Ночной дежурный (night porter), сотрудник гостиницы, который несёт дежурство в ночное время; как правило, это сотрудник службы размещения, который производит расчёты с выезжающими туристами, встречает и провожает гостей в ночное время суток. См. *Портье*.

Ночной клуб (night club), место проведения вечернего и ночного отдыха, досуга и развлечений, в котором есть ресторан, бар, танцевальный зал, развлекательное шоу, игротека и т.д.

Ночной туризм (night tourism), направление развлекательного и приключенческого туризма, представляющее собой поездки, которые осуществляются вечером и ночью. Туристы, совершающие такие поездки, любуются ночными видами городов, освещённых специальной подсветкой. Перед ними на специальных площадках открывается панорама площадей, улиц, домов, храмов, дворцов и других достопримечательностей городов. В вечернее и ночное время туристы совершают экскурсии в места активной ночной жизни городов: рестораны, бары, казино, разнообразные ночные зрелища, в том числе выступления местных театров, оркестров и т.д. Ночные экскурсии для туристов организуют туристские фирмы, экскурсионные бюро, музеи, зоопарки, обсерватории и т.д. Многие туристы увлекаются ночными катаниями на освещенных зимних лыжных трассах и катках, другие предпочитают ночные купания в бассейнах и на море, а также любят ночные посещения замков и дворцов.

Нудистский пляж (nudist beach), морской или речной пляж для отдыха людей, проповедующих культ обнажённого тела. Н.п. располагаются чаще всего в специально отведённых местах.

Нулевой меридиан (zero meridian). См. *Начальный меридиан*.

Нулевой этаж (ground floor), в зарубежных странах в жилых домах и гостиницах этаж, расположенный на уровне поверхности земли, называется Н.э. или главный этаж. Главный вход в гостиницу осуществляется

именно на Н.э. Поэтому последующая нумерация этажей идёт от Н.э., т.е. 2-й этаж называется 1-м и т.д. В России нет понятия Н.э., он носит называние 1-го этажа, а если в лифте указан Н.э., то это означает подвальное помещение гостиницы. См. *Первый этаж*.

Няня (nanny). 1. Сотрудник гостиницы или наёмный работник, представляющий услуги гостям средства размещения по присмотру и развлечению детей, когда родителям необходимо отлучиться для деловых встреч, прогулок, посещения магазинов и т.д. Н. приглашают также к больным людям, прибывшим для получения медицинских консультаций и амбулаторного лечения и живущим в гостинице. В настоящее время в практическом туризме обычно используют термин «бэби-ситтер», т.к. бэби-ситтер – это не постоянная няня, а человек, который иногда сидит с ребёнком, играет с ним, но, как правило, не осуществляет уход и кормление. 2. Н. – это женщина, которая нанимается для длительного и комплексного ухода за ребёнком, нередко с функцией проживания в месте нахождения семьи ребёнка.

О

Оазис (oasis), место в пустыне, где благодаря наличию наземных или подземных вод растут деревья, кустарники и трава. О. могут существенно различаться по величине и характеру растительности. На территории О. располагаются населённые пункты, иногда значительные по своим размерам. В некоторых О. находятся объекты показа и туристская инфраструктура, поэтому к ним совершают путешествия и экскурсии.

Обзорный пункт (observation point). См. *Смотровая площадка*.

Обед (lunch, dinner), 1. приём пищи в середине или второй половине дня, достаточно плотный, с традиционными горячими блюдами, как правило, в предприятиях общественного питания; 2. пища, приготовленная для О.

Обеденный зал (dinner hall), просторное помещение в предприятиях общественного питания и средствах размещения, где организуется ежедневно питание для посетителей, в том числе туристов.

Обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов (security of life and health of tourists), представляет собой систему мер, направленных на О.б.ж.з.т., которые должны осуществлять все организации, принимающие участие в предоставлении туристских услуг. Факторы риска, несущие угрозы безопасности в туризме, классифицируются следующим образом:
- травмоопасность,
- воздействие окружающей среды,
- пожароопасность,
- биологические воздействия,
- психофизиологические нагрузки,
- опасность излучений,
- химические воздействия,
- повышенная запыленность и загазованность,
- криминогенная обстановка,
- специфические факторы риска и т.д.

Требования к безопасности обслуживания для конкретных видов туристских услуг устанавливаются нормативной документацией на соответствующие виды услуг: государственными стандартами, правилами, уставами, кодексами и др. Туристские предприятия обязаны ознакомить туристов с элементами риска каждой конкретной туристской услуги и мерами по его предотвращению. Информация, необходимая для туристов в целях охраны их жизни и здоровья, предоставляется заблаговременно, до начала поездки и в процессе обслуживания.

Обеспечение питанием (nutrition, catering service), снабжение продуктами питания и напитками больших групп людей и индивидуальных туристов в гостиницах, ресторанах, на борту самолёта, корабля или поезда. О.п. включает в свой состав также выездное обслуживание едой и напитками различных встреч и мероприятий: праздников, фестивалей, выставок, пикников и т.д. См. *Кейтеринг*.

Обзорная экскурсия (sightseeing tour), автомобильная или пешая экскурсия, которая знакомит туристов или экскурсантов с населённым пунктом, представляя только часть объектов показа и давая общую информацию по его истории и культуре. О.э. могут проводиться на конкретном объекте: в крупном музее, на выставке и т.д.

Обзорный вагон (review railway car). См. *Панорамный вагон*.

Обзорный пункт (observation point), смотровая площадка, специальное место на дороге, холме, тропе, как правило, специально оборудованное или расширенное, откуда открывается панорамный и живописный вид на окрестности.

Обледенение (icing), процесс образования льда на поверхностях различных предметов, зданий и в других местах при низкой температуре воздуха. О. может помешать туристам путешествовать на самолётах и автомобилях.

Обмен туристский (tourist exchange), взаимные туристские поездки между двумя или несколькими странами или организациями. О.т. весьма популярен между образовательными и молодёжными организациями разных стран.

Обменный курс (exchange rate), стоимость денежной единицы по отношению к иностранным свободно конвертируемым валютам. Степень конвертируемости валюты определяется механизмом государственного регулирования валютных операций. Туристы узнают О.к. в банках, обменных пунктах и средствах размещения. См. *Валюта*.

Обменный ордер (exchange order), специальный документ, который авиакомпания выдаёт пассажиру, по О.о. другая авиакомпания или турфирма в соответствии с заключённым договором выдаёт авиабилет или предоставляет другие транспортные или туристские услуги.

Обморожение (frostbite), повреждение кожных тканей тела человека под влиянием низких температур. Первая помощь при О. состоит в прекращении охлаждения, согревании конечности, восстановлении кровообращения в поражённых холодом тканях и предупреждении развития инфекции. Первое, что надо сделать при признаках обморожения, доставить пострадавшего в ближайшее тёплое помещение, снять промёрзшую обувь, носки, перчатки. Одновременно с проведением мероприятий первой помощи необходимо срочно вызвать врача и/или скорую помощь для оказания медицинской помощи.

Обморок (faint), приступ кратковременной утраты сознания, обусловленный временным нарушением мозгового кровотока, вызванный сильным эмоциональным переживанием, резкой болью, *тепловым ударом* и т.д. Причины О. трудно диагностировать, поэтому при О. необходимо срочно вызвать врача и/или скорую помощь для оказания медицинской помощи.

Обозрение туристское (tourism survey), сжатое сообщение об основных процессах, тенденциях, событиях, происходящих в туризме в одной стране или нескольких государствах за определенный период времени. О.т. используются как информация для исследования туристского рынка различных стран.

Оборонительное сооружение (fortification). См. *Крепость*.

Оборот финансовый (turnover financial), движение денежных средств обслуживающих процесс производства и реализации продукции (работ, услуг). Для туристской фирмы О.ф. измеряется суммой денежных средств, полученных от

продажи всех туристских и сопутствующих услуг в течение оцениваемого периода. Для других предприятий сферы туриндустрии в О.ф. также включаются денежные средства, полученные от реализации товаров туристского и сопутствующего назначения (сувениры, аксессуары, экипировка и т.п.)

Оборудованный пляж (equipped beach), представляет собой оборудованное место на берегу моря, реки, озера, где имеются специально построенные туалеты, души, раздевалки, кафе, бары, спортивные и игровые площадки, а также расставлены лежаки с тентами. На О.п. обязательно имеются спасательные службы.

Обработка багажа (baggage handling), переноска и/или перевозка багажа пассажиров в аэропорту, на вокзале, в гостинице, а также разгрузка или погрузка багажа в самолёт, в автобус или из автобуса.

Образование в туризме (education in tourism), система подготовки туристских профессиональных кадров в специализированных и общеобразовательных средних и высших учебных заведениях. См. *Туристское профессиональное образование*.

Образовательный туризм (educational tourism), вид туризма, представляющий собой туристские путешествия, целью которых является получение дополнительных знаний, образования и повышение квалификации. О.т. можно классифицировать по следующим направлениям:
- учебные поездки с целью изучения иностранного языка (языковые туры), а также тех или иных общеобразовательных или специальных предметов;
- ознакомительные поездки в учреждения, организации и на предприятия в своей стране и за рубеж, как правило, связанные с повышением квалификации;
- стажировки в научные учреждения и образовательные организации;
- экскурсионно-ознакомительные путешествия по различным городам, природным зонам и странам по определённой тематике с учебно-познавательными целями.

Обратный билет (return ticket), представляет собой билет в оба конца. Как правило, О.б. дешевле, чем билет в один конец.

Обслуживание (service). 1. Деятельность исполнителя услуги в непосредственном контакте с её потребителем, в том числе с туристом. Объём обслуживания определяется количеством предоставленных услуг и численностью обслуженных посетителей. 2. Система полезных действий, процесс, удовлетворяющий запросы посетителя, направленный на предоставление ему благ и услуг, приобретающих (имеющих) потребительную стоимость. 3. Совокупность действий и операций, выполняемых исполнителем при непосредственном контакте с потребителем услуги, с целью создания условий для успешного предоставления обладающей потребительной стоимостью услуги.

Обслуживание береговое (shore-based services), совокупность услуг, предоставляемых участнику морского круиза или другого водного путешествия во время стоянки в портах.

Обслуживание бесплатное (complimentary service), услуги, предоставляемые бесплатно гостиничными и транспортными предприятиями лицам, сопровождающим туристские

группы в качестве их организаторов. В практике международного туризма действует правило предоставления бесплатного обслуживания одному сопровождающему на каждые 20 платящих участников группы. Бесплатное обслуживание часто предоставляется также гостиницами, ресторанами руководителям туристских фирм с целью привлечения их внимания к продаже услуг предприятия, принимающего такого представителя.

Обслуживание в номере (room service), система исполнения гостиницей заказов своих клиентов на доставку в их номера приготовленной еды (завтрак, обед, полдник, ужин) и напитков. Обслуживание в номерах особенно ценится в гостиницах, специализирующихся на приёме индивидуальных туристов, в том числе бизнесменов. Для организации О.н. в гостиницах создаются специальные службы.

Обслуживание в полёте (in-flight service), услуги, предназначенные для пассажиров авиарейса во время полёта: раздача питания и напитков, газет и журналов, передача информации о полёте и оказание другой необходимой помощи.

Обслуживание гостиничного фонда (hotel service fund), услуги по текущей и специальной, в том числе вечерней, уборке номеров после выезда гостя. Также в О.г.ф. входят: уборка со сменой белья и аксессуаров гостеприимства, плановая генеральная уборка номеров, уборка номеров после ремонта, уборка помещений общего пользования и служебных помещений.

Обслуживание за столом (table service), предоставление обычной услуги в ресторане или других предприятиях общественного питания, при которой севшие за стол посетители передают официанту заказ, и он в установленном порядке подаёт заказанные посетителями блюда.

Обслуживание клиентов (client service), процесс предоставления бытовых, транспортных, коммунальных, культурных, и других услуг туристам во время путешествия и пребывания в дестинации. Основные виды О.к.: гостиничное, транспортное, организация питания, экскурсионное, театрально-зрелищное, спортивное, информационное и др.

Обслуживание комплексное (package servise), туристские услуги, продаваемые в виде единого турпакета различных по функциям и качеству услуг, необходимых для путешествия. Обычно комплексное обслуживание включает: размещение в гостинице, питание, встречи и проводы (трансферы), экскурсии. Количество таких услуг в турпакете может колебаться в большую или меньшую сторону. См. *Турпакет*.

Обслуживание медицинское (medical service), в туризме представляет собой оказание туристам бесплатной первой помощи при внезапном заболевании или несчастном случае и/или оказание им медицинских услуг по условиям медицинского страхования.

Обслуживание на мировом уровне (service on a global level), предоставление услуг на уровне стандартов, принятых ведущими мировыми туристскими, гостиничными и транспортными компаниями.

Обслуживание на тарелках (plate service), распространённая форма обслуживания туристов в ресторане,

когда готовая пища раскладывается по порциям на индивидуальные тарелки на кухне и в таком виде подается официантом отдельно каждому заказавшему блюдо посетителю.

Обслуживание на этаже (service on the floor), услуги, предоставляемые туристам горничными в гостинице на этаже; включают: уборку номеров и мест общественного пользования, исполнение мелких заказов и поручений: стирка, глажка, химчистка одежды, чистка обуви, раздача утренних газет и др.

Обслуживание наземное (land arrangements), услуги, предоставляемые туристу по маршруту его путешествия, за исключением международных пассажирских авиаперевозок. Условия и номенклатура наземного обслуживания туристов обычно согласовываются туроператором с принимающей туристской фирмой.

Обслуживание официантами (waiter service, table service), форма обслуживания в ресторане или других организациях общественного питания, которая предусматривает следующий порядок действий: официант предлагает посетителю меню, на основании которого он делает официанту заказ, а тот в свою очередь подаёт заказанные блюда на стол. См. *Самообслуживание*.

Обслуживание пассажиров на транспорте (passenger service on transport, passenger handling), предоставление услуг пассажирам транспортными предприятиями во время путешествия, при посадке или высадке, при пересадке, в том числе: регистрация билетов и багажа, служба информации, хранение багажа, доставка пассажиров к транспорту, питание в пути и т.д.

Обслуживание туристов (tourist service, tour arrangements), предоставление услуг прибывающим туристам, включая размещение в гостинице, питание, перевозки, экскурсии и т.д.

Обслуживание у стойки (service at the counter), форма предоставления услуг в предприятиях быстрого питания: кафе, кафетериях, барах, буфетах, закусочных, когда клиент располагается у раздаточной стойки (прилавка) для приёма пищи и напитков.

Обслуживание экскурсионное (services tour), деятельность туристских фирм, а также государственных и общественных организаций, в том числе музейных, по подготовке, организации и проведению экскурсий на объектах показа. См. *Экскурсионная деятельность*.

Обслуживающие отрасли (services industry), сфера экономики, занимающаяся предоставлением услуг населению, к ней относятся: банковское дело, торговля, туризм, жилищно-коммунальное хозяйство и др.

Обслуживающий персонал (staff, service personnel), штат сотрудников туристской фирмы, гостиницы, транспортного средства, предприятия питания и прочих организаций, непосредственно обеспечивающих оказание услуг потребителям: туристам, посетителям, пассажирам и т.д.

Обувь туристская (shoes tourism), специальный вид обуви, предназначенной для ходьбы вне дорог с твёрдым покрытием, по неровному естественному рельефу. О.т. применяется туристами в пешеходных походах по равнинной или горной местности, также используется на охоте, рыбалке и других активных видах туризма.

Одной из разновидностей О.т. является *треккинговая* обувь, весьма распространённая среди туристов. См. *Пешеходный туризм*.

Обучение вне рабочего места (off the job training), профессиональное обучение персонала гостиниц, ресторанов, турфирм в учебном специализированном заведении с отрывом от основной работы. См. *Повышение квалификации*.

Обучение на рабочем месте (on the job training), профессиональное обучение персонала гостиницы, ресторана, турфирмы непосредственно на рабочем месте в специально назначенное время. Обычно это обучение связано с внедрением в производство новых приёмов труда и технологий.

Общая ванная (shared bathroom), душевая или ванная комната в дешёвом средстве размещения, как правило, 1-2 звезды, используемая всеми гостями, проживающими на этаже или даже во всей гостинице. О.в., как правило, устраиваются в хостелах, паломнических гостиницах, общежитиях и т.д.

Общая тревога (general alarm). См. *Сигнал общей тревоги*.

Общее время перелёта (total time of flight, elapsed transportation time), это понятие включает: продолжительность полёта в самолёте, а также время, потраченное на пересадку с рейса на рейс, регистрацию, оформление багажа, прохождение пограничного контроля и таможенного досмотра.

Общее полотенце (jack towel), представляет собой бумажное или тканевое полотенце, а также сушильные аппараты для рук, расположенные в общественных туалетах в ресторанах, аэропортах, вокзалах и т.д.

Общежитие (hostel), неформальная классификация средства размещения, рассчитанного на длительное проживание работающих людей, как правило, сотрудников одного предприятия, или учащихся учебного заведения (университета, лицея, колледжа и т.д.) Некоторые О. во время каникул студентов предоставляют туристам помещения в наём. См. *Молодёжное общежитие. Хостел*.

Общественное питание (public catering), сфера деятельности различных предприятий (ресторанов, кафе, столовых, баров и т.д.), обеспечивающих производство и продажу готовой пищи для массового потребления. О.п. является частью туристской индустрии.

Общественные бани (public baths). См. *Бани общественные*.

Общественные организации в туризме (public organizations in tourism), неправительственные организации в туризме в разных странах представляют собой самодеятельные объединения по следующим направлениям: гостиничные, туристские, ресторанные, научные и многие другие. О.о.т. также подразделяются по территориальному признаку: местные, национальные, региональные и международные.

Общественный транспорт (public transport), система городского и междугороднего транспорта, выполняющая регулярные перевозки местного населения и туристов по установленным маршрутам и тарифам. В состав О.т. входят следующие виды транспорта: автобусы, метро, трамваи, троллейбусы, монорельсовые железные дороги и т.д.

Общий объём туристского спроса (total volume of tourist demand), представляет собой форму проявления потребности населения в туристском продукте, подтверждённую его платежеспособностью. Туристский спрос выражается в определенном количестве туристских и сопутствующих услуг, которые население может приобрести по действующим ценам. Обычно выделяют потенциальный и фактический О.о.т.с., которые различаются на величину невостребованного по тем или иным причинам турпродукта (туристских услуг), а также на величину отложенного спроса, переходящего на следующий временной период.

Объездная дорога (bypass road), 1. автомобильная дорога, идущая в объезд населённого пункта; 2. маршрут, проложенный таким образом, чтобы облегчить проезд транспорта через перегруженные или находящиеся в ремонте участки дороги.

Объект показа (display object), базовый туристский ресурс, на который направлен интерес посетителя и знакомство с которым составляет одну из главных целей туристской поездки. О.п. могут быть любые достопримечательности, территории и расположенные на них объекты культурного и природного наследия, а также современные привлекательные архитектурные, технические и монументальные сооружения и т.д.

Объект размещения (accommodation facilities, accommodation establishment), средство размещения, созданное для размещения туристов, путешественников и т.д., представляющее собой гостиницу, пансионат, хостел и пр. О.р. является одной из главных составляющих индустрии туризма. См. *Размещение объектов*.

Объект туризма (object of tourism), представляет собой цель субъекта туризма, т.е. туриста, которому надо доехать до объекта инфраструктуры туризма и отдыха, и/или посмотреть объект показа. См. *Субъект туризма*.

Объект экскурсионный (object of the excursion), представляет собой материальный объект показа, несущий информативную функцию, которую представляет туристам или экскурсантам экскурсовод.

Объекты Всемирного наследия (World heritage site), уникальные культурные и природные ценности, составляющие достояние всего человечества и включённые в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. На 2017 г. в списке Всемирного наследия ЮНЕСКО находились 29 российских объектов, включая Херсонес Таврический в Крыму, из общего количества – 1073 объектов. О.В.н. могут быть культурные и природные, материальные и нематериальные. Материальные О.в.н. подразделяются на движимые и недвижимые. О.В.н. являются наиболее притягательными объектами туристского показа в тех странах мира, где они находятся.

Объекты культурного и природного наследия (object of cultural and natural heritage), выдающиеся культурные и природные ценности, имеющие особое историческое, архитектурное, художественное, научное, мемориальное, религиозное и другие значения для народов, проживающих в государствах, где они расположены. О.к.п.н. могут быть материальные и нематериальные; материальные объекты делятся на движимые и недвижимые, последние могут находиться в неразрывной связи с территориями, их окружающими. О.к.п.н. являются

основными объектами туристского показа во многих странах.

Объекты страхования в туризме (object of insurance in tourism), представляют собой как отдельных граждан и их имущество, так и предприятия сферы туризма и принадлежащие им средства производства. Предприятия страхуют свое недвижимое имущество, транспортные средства, финансовые риски, гражданскую ответственность. Эти виды страхования в туризме проводятся в том же порядке, что и страхование в других отраслях экономики. Страхование туристов является особым видом страхования, который обеспечивает страховую защиту их имущественных интересов во время нахождения в туристских поездках. Характерной чертой О.с.т. является кратковременность, а также большая степень неопределённости возможного ущерба при наступлении страхового случая. В туризме применяются следующие виды страхования: медицинское; жизни и здоровья; имущества; на случай задержки транспорта; на случай плохой погоды во время нахождения на отдыхе; расходов, связанных с невозможностью совершить поездку, и др.

Обычай (custom), унаследованная стереотипная форма социальной регуляции деятельности людей, воспроизводится на протяжении нескольких поколений в каком-либо обществе или социальной группе, поэтому является привычной для их членов. О. отражаются на поведенческих моделях людей в различных странах, поэтому туристам желательно иметь представление об О. и относиться к ним с уважением в стране посещения, чтобы не обидеть местных жителей, что может вызвать конфликтные ситуации. См. *Традиции*.

Обычная среда (usual environment, dwelling place), место постоянного проживания конкретного человека (физического лица). О.с. является одним из основных профессиональных понятий в сфере туризма и определяется как географический район или пункт (город, поселение и т.д.), в пределах которого то или иное лицо ведёт свою повседневную деятельность и личную жизнь. См. *Среда обитания*.

Обычный тариф (usual fare), стоимость авиационного билета, который не накладывает ограничений на перевозку, и обычно подлежит полному возврату, изменению маршрута и дат. К О.т. относятся тарифы первого класса, бизнес-класса и полный годовой тариф экономического класса.

Обязательная сертификация услуг (mandatory certification of services), процедура, которая, как правило, проводится незаинтересованным лицом (организацией) для того, чтобы подтвердить соответствие продукции и услуг существующим требованиям и стандартам, установленным государством. Следует отметить, что О.с. услуг, как правило, проводится на основе требований, предусмотренных законодательством.

Обязательное страхование (compulsory insurance), форма страхования, при которой страховые отношения между страховщиком и страхователем возникают в силу закона. Для О.с. государство законодательно или нормативными актами устанавливает правила страхования, страховые суммы и тарифы, объекты страхования, определяет круг страхователей, застрахованных и выгодоприобретателей. Объектами О.с. являются: жизнь, здоровье, имущество, гражданская ответственность

и т.д. Существует также целый ряд видов «вменённого» страхования, для которых правила страхования и страховые тарифы не установлены законом, однако наличие страхового полиса необходимо для проведения той или иной деятельности или для получения тех или иных благ и льгот. К такому вменённому страхованию относится страхование ответственности туроператоров перед туристами.

Обязательные требования (mandatory requirements), имеются ввиду требования, которые определены нормативными документами («Туристско-экскурсионное обслуживание», «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов») и являются обязательными при проведении туристской, гостиничной и других видов деятельности по предоставлению услуг.

Овербу́кинг (overbooking). См. *Сверхбронирование*.

Ограниченный доступ (restricted access), вход на объекты туристского показа или специальные мероприятия, открытый только для специализированных групп туристов или посетителей, имеющих специальные приглашения.

Ограниченный транспортный тариф (limited rate), любой авиационный или железнодорожный тариф, предусматривающий какие-либо ограничения: по времени бронирования и приобретения, срокам использования билета и т.д.

Одежда туристская (clothing tourism), специально пошитая одежда для туристских путешествий. О.т. решает важные задачи: защиту туриста от воздействий окружающей среды, т.е. от холода, дождя, ветра или, наоборот, от жары и палящего солнца, а также она предохраняют кожу человека от повреждений. О.т. должна быть также модной и технологичной. В связи с развитием массового туризма, производство О.т. в настоящее время производится на промышленной основе и является частью индустрии моды.

Одна звезда (one star). См. *Категория гостиничная «одна звезда»*.

Однодневный круиз (one day cruise), плавание на корабле в течение одного дня по определённому маршруту – как правило, по замкнутому кругу – с заходом или без захода в промежуточные порты. О.к. пользуются популярностью у туристов, отдыхающих на море или на берегу крупных озёр и водохранилищ.

Однодневный посетитель (one-day visitor). См. *Однодневный турист*.

Однодневный тур (one day tour), туристская или экскурсионная поездка, осуществляемая в течение одного дня и не включающая ночёвку в гостинице. По российскому законодательству такая поездка не считается туром, а именуется однодневной экскурсией.

Однодневный турист (one-day tourist), это посетитель (внутренний или въездной), посещающий объект показа в течение одного дня, при этом, если его программа не включает ночёвку в этом месте, он является экскурсантом, а если ночёвка предусматривается, то это турист. Как правило, утром, после ночного отдыха, туристы, не заезжая на объект показа, покидают это место. См. *Турист. Посетитель. Экскурсант. Объект показа*.

Однократная виза (single entry visa), документ, представляющий собой тип визы, разрешающей однократный въезд на территорию государства или группы государств (например, Шенгенская зона), куда собирается совершить поездку турист. Как правило, О.в. имеет строгое ограничение по времени пребывания в стране.

Одноместное размещение (single occupancy), поселение в средстве размещения одного туриста (гостя, посетителя) в многоместном или двухместном номере по одноместному тарифу.

Одноместный номер (single room), комната в средстве размещения, рассчитанная на одного туриста (гостя, посетителя), имеющая или не имеющая, в зависимости от уровня гостиницы, прихожую, туалет и ванную.

Односпальная кровать (single bed), кровать, рассчитанная на одного туриста (гостя, посетителя), в средстве размещения. См. *Двуспальная кровать*.

Ожидание багажа (waiting for luggage), время ожидания пассажирами прибытия своего багажа в зоне его получения в аэропорту, вокзале, морском порту и т.д.

Ожог (burn), повреждение кожи человека, вызванное действием высокой температуры, электричеством или химическими веществами. О. разделяются на 4 степени. О. среди туристов наиболее распространены во время загорания на пляже – от ультрафиолетового излучения солнца. Такие О. могут получить туристы, любители загорать в полуденное время. Площадь поражения обычно большая, но чаще всего удаётся справиться с помощью подручных средств. Во всех остальных случаях при разных видах О. необходимо обратиться к врачу или даже вызвать скорую медицинскую помощь.

Оздоровительный туризм (health tourism), вид туризма, представляющий собой туристские поездки с целью оздоровления, лечения и отдыха. О.т. осуществляется в местах с благоприятными для здоровья конкретного туриста природно-климатическими условиями. Оздоровительная функция в той или иной мере присуща многим видам и направлениям современного туризма. См. *Велнес. СПА*.

Оздоровительный центр (health center), специальное помещение в средстве размещения, туристском или спортивном центре, как правило, включающее в свой состав: бассейн, баню, фитнес-центр, велнес, тренажёрный зал, медицинский кабинет и т.д., или часть перечисленных составляющих. О.ц. может находиться в отдельном здании, примыкающем к гостинице.

Ознакомительная поездка (familiarization trip), бесплатный или льготный тур, который организуется, как правило, местной туристской администрацией и/или заинтересованным туроператором для представителей туристских фирм и журналистов с целью ознакомления с инфраструктурой и достопримечательностями дестинации и продвижения услуг её гостиничных цепочек и туристских направлений. См. *Рекламный тур*.

Ознакомительный туризм, ФАМ-туризм (familiarization tourism, FAM tourism), является распространённым видом делового туризма, завоёвывающим всё большую популярность внутри самой туриндустрии по

мере расширения географии туризма и диверсификации туристского предложения. О.т. или, как его ещё называют, рекламно-информационный туризм организуется туроператорами для турагентов или авиакомпаниями для представителей СМИ в целях продвижения нового туристского продукта или новой дестинации, а также туристских услуг поставщиков, как правило, на льготных условиях или на бесплатной основе.

Океанариум (oceanarium), научно-просветительное и развлекательное учреждение, как правило, некоммерческое, музей живой морской природы и фауны. О. может включать два типа океанографических учреждений разной конструкции: парки морских млекопитающих (marine mammal park) и публичные морские аквариумы (public aquarium). Как правило, в О. имеется несколько бассейнов различного объёма. В небольших О. содержат мелких рыб и беспозвоночных, а для наблюдения за их обитателями одну из боковых стенок делают прозрачной. В крупные О. помещают больших рыб, черепах, ластоногих, сирен, китообразных. Существуют О., в которых устраивают представления с участием дрессированных дельфинов и ластоногих. В некоторых О. проводятся научные исследования. Ради коммерческой выгоды О. иногда размещают в составе крупных торгово-развлекательных комплексов. О. часто используются в качестве объекта туристского посещения. См. *Аквариум.*

Окончательный расчёт (final payment, late bill), полностью оформленный счёт за проживание в гостинице, включающий оплату всех дополнительных услуг: пользование телефоном, питание в ресторане и баре, заказ цветов, посещение бассейна и т.д. Как правило, счёт выставляется туристу (гостю, клиенту, посетителю) для оплаты при выезде из гостиницы.

Окружающая среда (environment), ареал обитания и деятельности человечества, весь окружающий человека мир, включая природную и антропогенную среду, которая создана людьми и взаимодействует с ними на протяжении всей жизни. О.с. включает объекты культуры и природы, являющиеся целью многих туристских путешествий. См. *Природная среда.*

Окружная автодорога (ring road), автомагистраль, проложенная внутри или вокруг городов, пересекающая основные дороги и разгружающая их центральную часть от транспортных перегрузок. Используется при перевозках туристов на автобусах, трамваях и других транспортных средствах с целью быстрой доставки на объекты показа или в аэропорты.

Олимпийские игры (Olympic games), крупные международные комплексные спортивные соревнования, летние и зимние, которые проводятся раз в четыре года под эгидой Международного олимпийского комитета в различных странах мира. В период проведения в той или иной стране О.и. на её территорию прибывают многочисленные туристы-болельщики, для которых страна-организатор О.и. готовит специальные туристские программы и мероприятия.

Опасные предметы (dangerous objects), в багаже и в ручной клади пассажира на транспортном средстве (самолёт, поезд, автобус и т.д.) запрещено перевозить опасные вещества и предметы:
- взрывчатые вещества и оружие (фейерверки, сигнальные ракеты и т.д.);

- воспламеняющиеся твердые вещества;
- намагниченные вещества;
- едкие и коррозирующие вещества;
- легковоспламеняющиеся жидкости (краски, растворители и т.д.);
- окисляющие вещества и органические перекиси;
- радиоактивные материалы и вещества;
- сжатые и сжиженные газы (газы для газовых горелок, жидкий азот и т.д.);
- токсичные вещества (средства от насекомых, гербициды и т.д.);
- ядовитые и отравляющие вещества (материалы с живыми вирусами и т.д.)

Опера (opera), музыкальный театрально-драматический жанр, произведение и представление, в котором действующие лица поют в сопровождение оркестра. Оперные постановки, особенно премьерные спектакли, привлекают большое число зрителей, в том числе туристов, которые специально приезжают на оперные спектакли в известные театры мира. См. *Балет*.

Оператор связи (operator of communication), юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги связи на основании соответствующей лицензии. О.с. оказывают услуги телефонной, почтовой, интернет-связи, телевидения, радиовещания, а также могут предоставлять одновременно несколько видов услуг – т.н. универсальные операторы. О.с. делятся по территории покрытия: локальные, региональные, национальные, транснациональные.

Операционные расходы (operating expenses). См. *Текущие расходы*.

Оперетта (operetta), музыкальный театрально-комедийный жанр, произведение и представление, основанное на синтезе слова, сценического действия, музыки и хореографии. О. пользуются популярностью и идут годами на театральных площадках в крупнейших городах мира, поэтому их посещение включается во многие туристские программы. См. *Мюзикл*.

Оперный театр (opera theatre, opera house), специально построенные и оборудованные здания для постановки оперных и балетных спектаклей.

Описание туристской услуги (description tourism services), информация об основных характеристиках туристской услуги, условиях, времени и стоимости обслуживания.

Оплата в рассрочку (payment in installments), способ оплаты товаров, услуг и совершения сделок, при котором платёж производится не в полной сумме их стоимости, а по частям, с согласованием срока окончательной оплаты. О.р. производятся туристскими фирмами при обслуживании постоянных клиентов, а также при расчётах с постоянными партнерами по договорам (гостиницы, транспортные компании, экскурсионные бюро и пр.).

Оплата наличными (paying cash), вид расчёта при приобретении товаров, услуг и совершении сделок, при котором платёж совершается целиком наличными деньгами. О.н. подразумевает оплату именно бумажными деньгами или монетами. Электронные платежи, произведённые банковской картой, относятся к безналичным расчётам.

Оплата по факту оказания услуг (payment upon delivery of services), порядок оплаты, при котором туроператор в течение определённого

срока после получения сообщения от средства размещения или транспортной компании об оказанных услугах оплачивает их в полном объеме. Факт оказания услуг подтверждается средством размещения или транспортной компанией предоставлением счёта, ваучера и других документов, определенных договором с туроператором.

Оплата предварительная (prepayment, advance payment), приобретение покупателем заранее заказанного туристского обслуживания, гостиничных или транспортных услуг до начала их потребления в сроки, установленные в соглашении с туристской фирмой или транспортным предприятием. О.п. позволяет приобрести услугу по более дешёвому тарифу.

Оплата услуг (payment for services), осуществление оплаты каких-либо туристских, гостиничных, транспортных и других видов услуг.

Оплачиваемый вес (chargeable weight), представляет собой вес сопровождаемого багажа пассажира, превышающий установленные авиакомпанией нормы бесплатного провоза и подлежащий оплате по действующим тарифам. О.в. устанавливается в результате взвешивания багажа пассажира при регистрации на авиарейс.

Оплачиваемый отпуск (paid vacation), время отдыха в течение определенного количества дней подряд, установленное законодательством и предоставляемое работнику ежегодно, с сохранением за ним места работы, и, как правило, определённая денежная компенсация в размере среднего заработка. О.о. стал одним из основных факторов бурного развития массового туризма в XX в.

Опоздание (delay). 1. Прибытие кого-нибудь или чего-нибудь позднее установленного срока: О. прибытия авиарейса, поезда, О. туриста к отъезду туристской группы и т.д. 2. О. сотрудника на работу, нарушение трудовой дисциплины.

Опросный лист (questionnaire). 1. Форма, содержащая вопросы и распространяемая среди множества людей главным образом с целью получения информации и фиксации мнения. В туристской деятельности О.л. используются для сбора статистических данных. Часто используется стандартизированный выборочный О.л. (fixed choice questionnaire), например, для получения данных о спросе на поездки, в котором содержится перечень типовых вопросов. Некоторые страны включают вопросы, касающиеся туризма, в ежемесячные опросы потребителей, многоцелевые маркетинговые и социологические исследования, в опросы по международным коммерческим торговым условиям или обследования бюджетов домашних хозяйств. О.л. распространяются в средствах размещения и на транспорте. 2. Анкета для получения визы с целью поездки в другое государство. Для этого необходимо в обязательном порядке заполнить и представить в консульство соответствующую анкету. Она может быть оформлена собственноручно на бумажном носителе либо посредством заполнения онлайн-формы, находящейся на сайте консульства или представительства страны, которую человек желает посетить.

ОПТЭ. См. *Всесоюзное добровольное общество пролетарского туризма и экскурсий.*

Оптовая цена (wholesale price). См. *Групповая цена. Групповой тариф.*

Опубликованный тариф (published fare), официально опубликованные цены розничной продажи гостиничных и транспортных услуг; как правило, указываются максимально высокие цены.

Орган классификации (on the classification), самостоятельная, структурно обособленная часть государственной системы, наделённая компетенцией, выполняющая государственные функции, имеющая свою материальную базу, созданная в соответствии с законодательством.

Орган сертификации (certification authority), юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, аккредитованный в установленном порядке для проведения работ по сертификации. См. *Сертификация*.

Организатор туристской поездки (tour organizer), юридическое или физическое лицо, осуществляющее планирование, продвижение и организацию туристских поездок любым, не запрещённым законом способом.

Организатор паломнической поездки (pilgrims organizer), юридическое или физическое лицо, осуществляющее планирование, продвижение и организацию паломнических путешествий в соответствии с традициями и по благословению священника.

Организатор экскурсии (excursion organizer), юридическое или физическое лицо, осуществляющее планирование, продвижение и организацию экскурсионных поездок любым, не запрещённым законом способом.

Организация городов Всемирного наследия – ОГВН (Organization of World heritage cities – OWHC), международная негосударственная автономная некоммерческая организация, созданная 8 сентября 1993 г. (этот день с 1995 г. по инициативе ОГВН и Совета Европы отмечается как День солидарности городов Всемирного наследия). ОГВН создана по инициативе мэра Квебека в результате встречи мэров городов, имеющих на своей территории исторические объекты, включенные в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Учредительная конференция организации состоялась в 1993 г. в Марокко. Штаб-квартира организации расположена в Квебеке (Канада), принимавшем Первый Международный симпозиум городов Всемирного наследия в июле 1991 г. Основными целями ОГВН являются:
- объединение усилий городов Всемирного наследия по сохранению древней среды своих поселений,
- обмен опытом в области сохранения и пропаганды наследия,
- развитие культурно-познавательного туризма,
- распространение идей по сохранению наследия на муниципальном, национальном и международном уровнях.

ОГВН включает в себя более 200 городов, на территории которых расположены объекты, включенные в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. ОГВН имеет 6 региональных отделений, в том числе в Казани. Городами Всемирного наследия на территории России являются: Москва, Санкт-Петербург, Суздаль, Великий Новгород, Казань, Дербент, Ярославль.

Организация питания туристов (organization of food tourists), осуществляется предприятиями общественного питания, которые являются составной частью туристской индустрии. В зависимости от способа обслуживания различают следующие

предприятия питания: обслуживаемые официантами, самообслуживания, смешанного обслуживания. По режиму питания туристов данные предприятия предоставляют услуги в виде завтрака, полного пансиона, полупансиона, специального питания, питания для детей, диетического питания и др. В ряде гостиниц предусматриваются кухни, мини-бары, а услуга питания может быть реализована как в номере (по вызову, заказу), так и на предприятии питания. По ассортименту питания туристов данная услуга подразделяется на: комплексное питание, питание по выбору, питание по предварительному заказу, в том числе по обслуживанию торжественных актов, приемов, юбилеев, банкетов и пр. Способом организации питания туристов, получившим широкое распространение в последние 20 лет, является All inclusive, подразумевающий отсутствие ограничений в выборе туристами конкретных блюд и напитков в период пребывания в отеле. Наибольшее распространение этот тип питания получил в т.н. «пляжных» отелях ряда стран (Турция, Египет, Доминиканская Республика и др.). Предприятия питания классифицируются также по числу посадочных мест, по режиму работы (круглосуточный или с ограничением по времени), по месту расположения (рестораны при отелях, предприятия питания, расположенные в наиболее популярных у туристов местах, предприятия питания для транзитных туристов и пр.).

Организация туристской деятельности (organization of tourist activities), действия по формированию, продвижению, реализации и потреблению туристского продукта, по организации туристских поездок, а также по созданию и функционированию туристской инфраструктуры. Сюда относится также деятельность органов власти по регулированию свободы передвижения туристов, организации экономической деятельности по оказанию им услуг, деятельность международных и национальных профессиональных и общественных организаций в сфере туризма и путешествий.

Организованный туризм (organized tourism), направление туризма, представляющее собой: 1. туристские поездки, организованные полностью туристскими фирмами для индивидуальных туристов или туристских групп; 2. строго регламентированные путешествия, предлагаемые туристскими компаниями и, как правило, реализуемые на условиях предварительного бронирования и оплаты.

Ордер обменный (exchange order). См. *Обменный ордер.*

Ориентация сотрудников (orientation staff), первоначальное ознакомление новых работников гостиницы или других туристских предприятий с организационной и функциональной структурой предприятия, правилами и порядком работы, как необходимое условие их быстрого вхождения в курс дела.

Ориентир (landmark), хорошо видимый на местности неподвижный предмет искусственного происхождения или природный элемент рельефа.

Ориентирование на местности (terrain orientation), совокупность действий по определению своего положения (точки стояния) среди окружающих географических объектов, определению направлений стран света (сторон горизонта)

и пути следования. Для туриста, совершающего пешее путешествие, существенным является умение ориентироваться на местности, с помощью карты и компаса передвигаться по незнакомой местности и достигать заранее намеченного пункта.

Ориентирующая информация (orienting information). См. *Информация туристская.*

Осакская декларация тысячелетия (Osaka Millennium Declaration), международный документ, принятый Конференцией лидеров туризма тысячелетия 30 сентября – 1 октября 2001 г. в г. Осако (Япония). Констатирует обострение конкуренции на международном туристском рынке, появление новых туристских направлений и центров, наличие более точной и комплексной информации о турпродуктах. Отмечает значение расширения диалога, сотрудничества и партнёрства между государственным и частным секторами, взросшую роль туризма в решении проблем занятости населения и экономического развития многих стран. Призывает правительства и профессионалов туризма больше уделять внимания вопросам безопасности и защиты туристов при организации путешествий, сохранению природного и культурного наследия, повышать уровень применения информационных технологий.

Осадки (precipitation). См. *Атмосферные осадки.*

Освобождение от таможенного досмотра (exemption from customs inspection), отдельные физические лица освобождаются от обязанности прохождения таможенного досмотра при пересечении государственной границы, согласно международному законодательству и межправительственным договорам. О.т.д. имеют руководители государств и правительств, а также сопровождающие их лица, дипломаты, лица, прибывающие в страну по официальному приглашению правительства, и др. В отдельных случаях О.т.д. подлежат также иностранцы, приезжающие в страну в качестве гостей государственных или общественных организаций, как знак гостеприимства и уважения.

Основное блюдо (main dish), кулинарное горячее изделие, подаваемое во время приёма пищи, состоящее из нескольких блюд и являющееся главным из них. О.б. подаётся после закуски или супа и представляет собой мясное или рыбное блюдо, а также дичь или морские продукты.

Основное место назначения (destination main). См. *Место назначения основное.*

Основные гостиничные услуги (basic hotel services), перечень и объём услуг, обычно предоставляемых туристу коллективным средством размещения и оплачиваемых туристом при заключении договора (размещение, питание, предоставление транспорта и др.)

Основные услуги (basic service). См. *Услуги основные.*

Особая экономическая зона (special economic zone), часть территории Российской Федерации, которая определяется Правительством РФ и на которой действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности, а также может применяться таможенная процедура свободной таможенной зоны. О.э.з. создаются во многих государствах.

Особая экономическая зона туристско-рекреационного типа (special economic zone of tourist-recreational type), особая экономическая зона, созданная в целях развития туризма и санаторно-курортной сферы на определённой территории в различных государствах.

Особо низкий тариф (very low rate), максимально низкие цены, предлагаемые авиакомпанией пассажиру, направляющемуся на похороны близкого родственника или перевозящего тяжело больного человека. См. *Тариф сниженный*.

Особо охраняемые территории (protected areas), участки земли и водной поверхности, включая воздушное пространство над ними, где располагаются историко-культурные и природные комплексы и объекты, имеющие особое научное, культурное, эстетическое, экологическое, рекреационное и оздоровительное значение, которые полностью или частично изъяты решениями органов государственной власти из хозяйственного использования и для которых установлен режим особой охраны. См. *Заповедники. Музеи-заповедники. Национальные парки*.

Особые услуги молодожёнам (special services for newlyweds), специальные услуги для молодожёнов в гостинице: украшение номера цветами, завтрак в постель, ваза с фруктами в номере, предоставление автомобиля представительского класса, организация посещения уникальных мест и т.д.

Остановка (stop), фиксированный и, как правило, оборудованный пункт на маршруте общественного транспорта (автобуса, трамвая, троллейбуса и т.д.), где производится посадка и высадка пассажиров.

Остановка в пути (stop-over), стоянка транспорта с туристами в том или ином пункте во время их следования по маршруту путешествия. О.п. делается по желанию туристов с целью ознакомления с местными достопримечательностями или вынужденно – например, при необходимости пересадки на другой транспорт. В зависимости от характера маршрута О.п. может быть с ночёвкой или без ночёвки в средствах размещения.

Остановка техническая (technical stop-over), запланированная или незапланированная остановка, совершаемая регулярными, чартерными или специальными рейсами транспортных средств с целью их технического обслуживания (заправка горючим, смена экипажа и др.). На О.т. операции по посадке и высадке пассажиров, как правило, не производятся.

Остановка факультативная (optional stop-over), остановка по маршруту следования туриста в пункте, посещение которого не было предусмотрено договором, но допускается по желанию туриста в качестве дополнительного мероприятия. Это не влечет за собой изменения дальнейшей программы или маршрута поездки. Расходы на О.ф. могут покрываться общей стоимостью программы путешествия или оплачиваются туристом дополнительно.

Острая пища (spicy food), блюда, приготовленные с добавлением острых и пряных специй: тайского перца, халапеньо, чили, кайенского перца, серрано, куркума, женьшеня, чёрного перца, горчицы, гвоздики, кардамона, лука, чеснока, имбиря, горчицы и др. Во многих странах О.п. является обыденным продуктом, поэтому туристам, которые не привыкли к

таким добавкам к блюдам или имеют болезни желудка, нужно учитывать это при заказе питания в ресторанах.

Остров (island), 1. участок суши, окружённый со всех сторон водой; 2. рекламное сообщение в журнале, «окружённое» на странице другими редакционными материалами.

Ответственность перевозчика (liability of the carrier), транспортная компания несёт ответственность по обязательствам, вытекающая из договора с пассажиром или туристской фирмой. Условия и пределы О.п. определяются чартером, коносаментом и действующим законодательством.

Ответственность туроператора (liability of the tour operator), туроператор в правоотношениях с туристом несёт в полном объёме ответственность перед туристами по тем требованиям и условиям, которые вытекают из заключённого между ними договора. Организация любой туристской поездки связана с установлением взаимной материальной ответственности между продавцом и покупателем туристских услуг. Любая турфирма оказывает туристские услуги и поэтому несёт ответственность в соответствии с законодательством за их некачественное оказание и за неисполнение договора, если она не выполнила свои обязательства. О.т. регулируется законодательством страны пребывания.

Ответственный исполнитель услуги (responsible contractor services), в туризме сотрудник или группа сотрудников туристской фирмы, обладающих необходимыми полномочиями и навыками, на которых возложена ответственность о принятии, сопровождении и обеспечении туристской группы в период совершения путешествия.

Ответственный туризм (responsible tourism), подвид экологического и культурно-познавательного туризма, представляющий собой путешествия, которые организованы таким образом, что оказывают щадящее воздействие на природную и культурную среду туристской дестинации.

Отделение туристской фирмы (branch-office), структурное подразделение, отделение, филиал туристского предприятия, находящийся в другом месте, отдельно от её главного офиса, и выполняющий возложенные на него функции на другой территории, в другом городе, стране, регионе.

Отдельная ванная в номере (private bathroom inside the room), ванная или душевая комната в номере гостиницы, расположенная отдельно от спальни и других комнат. См. *Номер с ванной*.

Отдых (rest). 1. Вид туризма, представляющий собой путешествие туриста к месту О. и постоянное пребывание его в пансионате, доме отдыха, на курорте и т.д. 2. Процесс восстановления работоспособности, протекающий в условиях прекращения деятельности, вызвавшей утомление человека. Разделяется на два вида: О. активный, связанный с изменением характера умственной или физической деятельности, и О. пассивный, связанный с пребыванием в условиях относительного покоя. См. *Рекреационная деятельность*.

Отдыхающий (holiday maker, vacationer), человек, проводящий некоторое время без своих обычных занятий или работы, с целью отдыха, восстановления сил, снятия психологических или физических нагрузок.

Отель (hotel), средство размещения, гостиница. Существует широкая сеть отелей, различающихся по вместимости, месторасположению, цене, назначению и другим признакам. В Российской Федерации слова «отель» и «гостиница» по существу стали синонимами. Многие владельцы российских гостиниц стали именовать отелями, принадлежащие им места размещения туристов. Российским законодательством данный вопрос не регулируется. См. *Гостиница*.

Отель без ресторана (hotel without restaurant, hotel garni), неформальная классификация средства размещения, представляющего собой небольшую гостиницу, в которой нет ресторана (имеет название «гарни»). Услуги питания (как правило, завтраки) предлагаются в кафе или ресторане, расположенном рядом с гостиницей. См. *Гарни*.

Отель капсульного типа (capsule hotel). См. *Капсульный отель*.

Отель клубный (club hotel). См. *Клубный отель*.

Отель-люкс (luxury hotel), неформальная классификация средства размещения, представляющего собой фешенебельную гостиницу, как правило, 5 и выше звёзд, с номерами большой площади и повышенной комфортности. О.-л. обычно располагается в центре города или курортной зоны, обеспечивает очень высокий уровень сервиса. Клиентами являются ВИП-персоны, участники конференций, деловых встреч, бизнесмены. Характерна высокая цена номера, разнообразные виды обслуживания и большое число персонала, приходящегося в расчёте на одного гостя.

Отель-курорт (hotel resort), неформальная классификация средства размещения, представляющего собой курортную гостиницу, расположенную в курортном месте, обычно располагающую достаточно обширной территорией и предлагающую широкий перечень услуг, в том числе оздоровительных. Здесь можно получить комплекс специального медицинского обслуживания и диетического питания.

Отельер (hotelier), владелец или управляющий отелем или гостиничной цепью.

Отказ в обслуживании (denial of service), в туризме подразделяется на две позиции: отказ в предоставлении оплаченной услуги и отказ в предоставлении неоплаченной услуги. В случае отказа в предоставлении оплаченной услуги исполнитель обязан предоставить возмещение убытков и компенсацию морального вреда, т.к. это является невыполнением условий договора о реализации туристского продукта туроператором, турагентом или законтрактованными ими непосредственными поставщиками услуг, в порядке, установленном законодательством. Отказ в предоставлении неоплаченной услуги и/или не указанной в договоре не несёт никаких последствий для туристской фирмы и конкретного поставщика услуг, кроме возможной потери клиента в будущем.

Отказ в приёме туристов (refusal of accept), письменное уведомление со стороны средства размещения или туристской фирмы о невозможности принять туристов в заявленный период. Возникающие в связи с О.п.т. проблемы решаются на основании условий договора об обслуживании туристов.

Отказ от бронирования (cancellations), аннуляция заказа туристских, транспортных, гостиничных и других услуг. О.б. может быть произведён в допустимые сроки, определённые договором, что не влечёт за собой последствий. Если О.б. был произведён позднее допустимого срока, это влечёт за собой обязанность виновной стороны возместить возникшие убытки.

Откидная полка (drop-down berth), спальная полка в вагоне поезда, которая может быть поднята и прикреплена к стене для увеличения большего пространства в купе.

Откидной столик (folding table, full-down table), небольшой складывающийся стол в купе поезда или на спинке самолётного кресла, предназначенный для приёма пищи, чтения прессы и т.д.

Отклонение от маршрута (deviation from the route, detour), изменение от ранее намеченного пути следования транспортного средства по техническим причинам или с целью посещения какого-нибудь места, не предусмотренного первоначальным маршрутом.

Открытое море (open sea), морское пространство вдали от суши, когда берега не видны с борта корабля.

Открытый бассейн (outdoor pool), водный бассейн, находящийся вне помещения гостиницы, часто вблизи моря или океана. О.б. бывают с подогревом воды или без подогрева. См. *Закрытый бассейн*.

Открытый билет (open ticket), билет на транспортное средство с открытой датой, уточняемой позднее, когда турист принимает решение об отъезде.

Открытый доступ (free access), бесплатное посещение местными жителями и туристами объектов туристского показа во время праздников и определённых дней, установленных местными властями.

Отлив (low tide), состояние моря, противоположное кульминации прилива, спад уровня моря, следующий непосредственно за приливом. См. *Прилив*.

Отмена бронирования (cancellations). См. *Отказ от бронирования*.

Отправление (departure), время начала путешествия.

Отправление рейса (departure flight), время вылета самолёта из аэропорта.

Отправной пункт (starting point), место, где начинается туристская поездка. С О.п. начинается, как правило, исчисление стоимости предоставляемых туристских услуг.

Отпуск (vacation), нерабочие дни, предоставленные работающим людям в качестве трудового отпуска, а также по случаю национальных или религиозных праздников. Периоды массовых отпусков становятся временем многочисленных туристских путешествий. См. *Каникулы*.

Отпускной чек (check vacation), платежно-расчётное средство, вводимое в некоторых государствах в обращение для оказания адресной помощи туристам и облегчения доступности отдыха всем слоям населения.

Отравление (intoxication), нарушение жизнедеятельности организма человека, возникшее вследствие попадания в него яда или токсина, а также действие, вызвавшее такое

заболевание. При О. возникает угроза здоровью и даже жизни человека. О. – частое явление в современной жизни. Туристам во время путешествия при О. необходимо обратиться к врачу.

Отрасли туризма (tourism industry), понятие, включающее в свой состав все организации и виды деятельности, связанные с туризмом и представлением туристских услуг. Понятие «О.т.» эквивалентно термину «характерные для туризма виды деятельности», который часто используется в качестве синонима.

Отсутствующий пассажир (missing passenger, no-show passenger), турист, опоздавший или не явившийся к назначенному времени использования гостиничных, транспортных или экскурсионных услуг без предварительного предупреждения.

Отчётность бухгалтерская (reporting accounting), чёткая система расчётных показателей, демонстрирующих фактическое положение дел на предприятии и отражающих итоги производственно-финансовой деятельности в организации, в том числе в туристской фирме. О.б. необходима для анализа и объективной оценки результативности работы компании.

Оферта (offer), формальное письменное предложение физическому или юридическому лицу о заключении договора на предоставление услуг с указанием всех необходимых для этого существенных условий. О. направляется оферентом (организатором туристской поездки) определённому лицу (закрытая оферта) или неограниченному кругу лиц (открытая оферта). Акцепт О. вступает в силу, когда согласие получено оферентом. См. *Акцепт*.

Офис бронирования (reservation office), служба приёма заявок на бронирование и продажу разных видов туристских услуг.

Официальный курс обмена валют (official rate of currency exchange), установленный государством курс обмена национальной валюты на иностранные конвертируемые валюты. Обычно устанавливается на определённую дату или определённый промежуток времени уполномоченным на это государственным органом. В Российской Федерации О.к.о.в. устанавливается Центральным банком РФ.

Официант/официантка (waiter, waitress), сотрудник ресторана, кафе и других предприятий общественного питания, подающий посетителям заказанную пищу и обслуживающий их за столом.

Официант старший (chef de range), сотрудник, который руководит обслуживанием в ресторане, кафе и других предприятиях общественного питания за несколькими столами или в отдельной секции заведения. См. *Метрдотель*.

Оформление билетов (ticketing), изготовление на специально отпечатанных бланках билетов на проезд на конкретном виде транспорта в соответствии с выбранными пассажиром условиями, т.е. компостирование даты, класса, номера места и других сведений. В последние годы на основных магистральных видах транспорта (авиационный и железнодорожный) оформление билетов на бумажных бланках всё чаще заменяется электронными квитанциями билетов. В них представлена информация о пассажире, маршруте его следования, классе обслуживания, оплате и дру-

гих важных характеристиках поездки, содержащаяся в компьютерных базах данных (автоматизированные системы бронирования). Пассажиру в этом случае достаточно предъявить при регистрации и посадке на транспорт удостоверение личности, а иногда и электронную квитанцию билета, записанную на смартфон или планшет.

Оформление документов (drawing up documents), процедура подготовки, согласования, подписания, получения и передачи документов, на основании которых совершаются действия и финансовые расчёты по организации и проведению туристских путешествий.

Охотничий дом (hunter's house). См. *Дом охотника*.

Охотничий заповедник (game reserve), охраняемая территория, на которой акклиматизируются и воспроизводятся охотничьи виды животных, а также разрешена строго регулируемая охота.

Охотничий сезон (hunting season), строго определённое время в каком-либо регионе, когда разрешается охота на конкретные виды диких животных.

Охотничий туризм (hunting tourism), поездки охотников в охотничье хозяйство более чем на сутки с целью любительской охоты на диких животных в соответствии с оговорёнными условиями и оплаченной лицензией. См. *Тур охотничий*.

Охотничье хозяйство (hunting preserve), территория, отведённая для охоты на дичь на основе выдаваемых лицензий. Территория О.х. контролируется егерской службой, которая ведёт учет поголовья зверей и птиц и определяет их количество, подлежащее ежегодному отстрелу. Охота в О.х. производится в определенные и ограниченные сезоны. На территории О.х. обычно имеется центральная усадьба, где размещаются администрация и егерская служба, а также небольшая гостиница для приёма охотников.

Охранник (security guard), сотрудник, имеющий специальную подготовку, в обязанности которого входит охрана: средств размещения, транспортных средств, вокзалов, аэропортов, территорий парков, выставок, офисных помещений и т.п. См. *Служба безопасности*.

Оценка эффективности туристской системы (evaluation of the effectiveness of the tourist system), производится с экономической, социальной, экологической, управленческой и других позиций, а также с точки зрения возможностей устойчивого развития, применяя системный подход, при котором любое явление, процесс, объект рассматриваются как совокупность взаимосвязанных элементов, имеющих цель, ресурсы, связь с внешней средой и обратную связь.

Очень важная персона, ВИП-персона (very important person, VIP person), лицо, занимающее высокое положение в государстве и обществе, которому предоставляют услуги в туризме по особому высокому классу. См. *ВИП сервис*.

П

Паб (pub, public house), предприятие общественного питания, представляющее собой питейное заведение, распространённое в Великобритании и во многих странах мира. В П. посетителям предлагаются пиво, некоторые крепкие алкогольные напитки, а также ограниченный ассортимент холодных и горячих блюд. П. являются во многих странах популярным и привычным местом проведения досуга местными жителями и туристами. См. *Пивная*.

Паблик рилейшнз – PR (public relations). См. *Связи с общественностью*.

Паблисити (publicity), придание широкой известности, создание хорошей репутации кому-нибудь или чему-нибудь путём публикации и распространения соответствующих материалов в современных средствах массовой информации и Интернете. П. в туризме – одно из направлений рекламной деятельности и PR-компаний по продвижению туристских фирм и их предложений, программ и турпакетов. Целью П. является формирование у потребителей узнаваемости туристской компании, её турпродуктов и бренда. П. также обеспечивает лояльность потребителей и доверие к деятельности туристской фирмы.

Павлов Владимир Яковлевич (1923-1998), советский государственный и партийный деятель, дипломат, председатель Государственного комитета СССР по иностранному туризму (Госкоминтуриста) 1985-1989 гг. В 1971-1982 гг. был Чрезвычайным и Полномочным послом СССР в Венгрии. В 1982-1985 гг. — Чрезвычайный и Полномочный посол СССР в Японии.

Пáгода (pagoda), буддийское, индуистское или даосское архитектурное религиозное сооружение. Слово «П.» означает на санскр. «священный», «славный». В разных странах к П. относят разные типы сооружений. В Таиланде, Бирме, Шри-Ланке, Лаосе, Камбодже, Корее П. называют буддийские ступы, зачастую являющиеся хранилищами священных предметов или мемориальными комплексами. В Непале, северной Индии, Тибете, Китае, Японии, во Вьетнаме, в Индонезии, а также в западных странах П. называют многоярусные башни, используемые в качестве храмов. Древние П. привлекают к себе множество паломников и туристов из многих стран мира.

Пакет гигиенический (sick bag), специально подготовленный пакет из плотной бумаги, помещаемый в спинке сидячего кресла в салоне самолёта или автобуса для использования пассажиром в случае возникновения болезни передвижения. (См. *Морская болезнь*.)

Пакет гостиничных услуг (package of hotel services), комплекс дополнительных услуг в гостинице, предлагаемых туристу помимо размещения: трансфер, питание, аренда помещений для различных мероприятий, спортивный или тренажёрный зал, бассейн, гараж, охраняемая автостоянка, организация экскурсий, приглашение няни для детей и т.д.

Пакет с едой (packed meal), набор приготовленных для еды холодных продуктов и напитков, упакованный в индивидуальный пакет или коробку и выдаваемый туристу на время продолжительной поездки или экс-

курсии при отсутствии возможности организации питания в стационарных предприятиях общепита.

Пакетный ланч (batch lunch). См. *Пакет с едой*.

Пакетный тур (package tour). См. *Турпакет. Пэкидж тур*.

Паланкин (palanquin), исторический термин, обозначающий специальные носилки с открытой или закрытой кабинкой с сиденьем на одного или два человека, которые несли два или четыре слуги-носильщика. В настоящее время П., изготовленные из бамбука, используются в качестве традиционного и экзотического средства перемещения туристов в некоторых странах Азии.

Палас отель, (palace hotel) неформальная классификация средства размещения, представляющего собой большой, обладающий своеобразной архитектурой отель, часто расположенный в историческом здании. Большинство П.о. построены, как правило, в XIX в. или в первой трети XX в. в зданиях дворцовой архитектуры. Эти гостиницы занимают уникальное положение в гостиничном бизнесе. Большинство из них не входят в гостиничные сети.

Палатка (tent), временное и лёгкое помещение или укрытие, сделанное из натянутой на остов плотной ткани. Используется как средство размещения автотуристов в кемпинге или туристов, путешествующих по пешеходному маршруту. П., как правило, в свёрнутом виде туристы переносят на себе.

Палаточный лагерь (tent camp, tent city), территория, на которой установлено несколько палаток, используемых для проживания туристов в летний сезон во время похода или проведения массового мероприятия.

Палетка (measuring grid), небольшая пластиковая прозрачная пластина с нанесённой на ней сеткой параллельных или радиальных линий, точек, квадратов и других геометрических фигур, используемая для измерения площадей и вычисления расстояний, отсчёта координат по географическим картам, планам и т.д.

Паломник (pilgrim). 1. Православный христианин, совершающий паломническое путешествие, посещающий святые места вне пределов своего постоянного места жительства с целью поклонения святыне и участия в совершении религиозного ритуала. Слово «паломник» происходит от латинского ”palmarius” – дословно «пальмовник», т.е. человек, несущий пальмовую ветвь. Богомольцы, ходившие на поклонение в Святую Землю, приносили оттуда на родину ветку пальмы, поэтому со временем получили обобщающее название «паломники». В православии синонимом П. являются такие понятия: богомолец, поклонник, странник. 2. В мировых религиях – буддизме, исламе, христианстве (католичестве, протестантизме) – и в национальных религиях (индуизме, иудаизме и др.) П. является верующий человек, совершающий паломническое путешествие к святым местам своей регигии с целью совершения религиозных обрядов.

Паломническая группа (pilgrims group), группа лиц, путешествующих вместе с религиозными целями, прибывающих и убывающих в одно и то же время, на одинаковых условиях размещения в гостинице,

переезда, питания. Минимальный состав группы 7-10 чел., максимальный – до 50 чел.

Паломническая служба (pilgrims service), структурное подразделение (служба, отдел, центр, сектор и др.) епархии, монастыря, благочиния или прихода, осуществляющее приём, отправку или обслуживание паломников и туристов, путешествующих по маршрутам религиозного туризма.

Паломническая книжка (pilgrim's books), историческое понятие, документ, приобретаемый русским православным паломником в Императорском Православном Палестинском Обществе (ИППО) в конце XIX – начале XX вв. с целью совершения паломнического путешествия из Российской империи в Святую Землю, находившуюся в то время на территории Османской империи. Стоимость проезда и пребывания в Святой Земле паломника по П.к. была значительно ниже, чем в случае обычной поездки. П.к. выдавались во всех губернских городах Российской империи, где находились отделы ИППО. П.к. действовали в течение года со дня их выдачи, давали право останавливаться по пути следования во всех портах, куда заходили по расписанию корабли Русского Общества Пароходства и Торговли (РОПИТ).

Паломнический паспорт (pilgrim's passport), историческое понятие, обозначающее заграничные П.п. для подданных Российской империи, которые были временными документами. П.п. оформлялись при наличии вида на жительства (различные для разных сословий) и проходного билета от губернатора своей губернии. Паломники, получившие проходные билеты, имели право на получение заграничного П.п. в Кишиневе, Одессе, Симферополе, Керчи, городах Закавказья и Владивостоке из канцелярии губернатора или градоначальника с уплатой за него 50 коп. за каждые полгода пребывания за границей. Если паломники оформляли обыкновенный заграничный паспорт, то им приходилось платить 10 руб. за паспорт, и 5 руб. в пользу Российского Общества Красного Креста, а всего – по 15 руб. за каждое полугодие пребывания за границей. По прибытии в Иерусалим паломники размещались на подворьях ИППО согласно своим паломническим книжкам. На следующий день паломники получали свой багаж через администрацию железной дороги в конторе Управления подворьями и там же отдавали на хранение свой паспорт, паломническую книжку и пароходный билет, внеся в залог 5 руб., которые потом забирали обратно по отъезду из Иерусалима. За 5-6 дней перед отъездом на Родину паломники забирали свои заграничные паспорта из конторы Сергиевского подворья в Иерусалиме, если они были сданы на хранение, и предъявляли их русскому генеральному консулу в Иерусалиме – для печати и отметки о том, что предъявитель паспорта действительно посетил Святую Землю. Без консульской визы удешевлённый П.п. при въезде в Россию принимался за обыкновенный, и в таком случае с владельца паспорта взимался штраф в размере стоимости обыкновенного паспорта (ок. 20 руб.). За получение визы в Русском консульстве паломники платили по одному меджидие (1 руб. 60 коп.) и, кроме того, с каждого паломника взимался установленный сбор на Русскую больницу в Константинополе (в размере 50 коп.). Из Яффы на корабле (иногда с заездом на Афон) паломники прибывали в Константинополь, откуда морем шли в Одессу. По возвраще-

нию из Константинополя в Одессу, когда пароход вступал в русские воды, капитан парохода забирал у паломников паспорта. По прибытии в Одессу капитан возвращал паспорта паломникам, и прямо на пароходе осуществлялась проверка в присутствии жандарма, вызывавшего каждого паломника по очереди, точно так же как и перед отбытием из Одессы на Святую Землю. Без паспорта сход корабля на берег воспрещался. После завершения проверки на корабле, паломники сами разыскивали свои вещи, становясь возле них в ожидании таможенного досмотра. Перед отъездом из Одессы домой, паломники в обязательном порядке должны были лично явиться к Одесскому градоначальнику и обменять свои П.п. на документы, которые были предоставлены при получении заграничного паспорта. Те паломники, которые получили в Одессе заграничные паспорта по проходным губернаторским билетам, получали свои документы из канцелярии Одесского градоначальника, а по прибытию в свой губернский город обменивали их на оставленные в канцелярии местного губернатора виды на жительство.

Паломничество (pilgrimage), традиционный вид религиозной деятельности, который представляет собой путешествие верующих людей с целью посещения и поклонения святым местам, находящимся вне пределов их постоянного места жительства. В Православии П. представляет собой путешествие и посещение святых мест православным христианином с целью поклонения святыням. Духовный смысл П., по мнению святых отцов, заключается в почитании и поклонении святым местам, мощам и иконам ради удостоверения подлинности, а не призрачности Боговоплощения, приобщения к благодатным энергиям, свидетельствующим о присутствии Божием на земле. Несмотря на важные особенности и принципиальные различия, существующие в организации и реализации П. во многих религиях, есть общие типовые признаки этого уникального религиозного и культурного явления. Паломнические путешествия в мировых и национальных религиях традиционно подразделяются на два вида: внутренние и зарубежные. Внутреннее паломничество предполагает путешествие верующих людей к святым местам, расположенным внутри определённых регионов или государств. Зарубежное или выездное П. предполагает путешествие представителей той или иной религии к святыням, находящимся за границами их государства, в других регионах и даже континентах. По своему составу П. подразделяется на три типа: индивидуальное, групповое и массовое. К последнему в православной традиции, прежде всего, относятся многодневные крестные ходы. Религиозное П. на всех стадиях его подготовки и осуществления опирается на ритуальную практику и социокультурные традиции разных конфессий и народов. П. в различных религиях имеет явное внешнее сходство, которое заключается в том, что структурно оно почти всегда проходит в четыре однотипных этапа:
- подготовка к путешествию,
- передвижение к святому месту,
- совершение сакрального ритуала около святыни,
- возвращение на родину.

Типология П. связана с исторически сложившимися ритуальными традициями поклонения святым местам в различных религиях и культурах. См. *Пешеходное паломничество*.

Палуба для загара (sun deck), открытая верхняя палуба пассажирского

судна, используемая пассажирами во время путешествия для принятия воздушных и солнечных ванн. П.з. имеет соответствующее оборудование: шезлонги, топчаны, душевые установки и т.д. На крупных пассажирских лайнерах на П.з. оборудуются также бассейны с морской водой.

Палуба для перевозки автомобилей (car deck), специальная палуба на пассажирском судне или пароме, расположенная в трюме и приспособленная для перевозки автомобильного транспорта пассажиров. П.п.а. имеет приспособления для заезда транспорта с пристани и для его надёжного крепления.

Памятка туриста (memo tourist), информационный листок, в котором изложены необходимые сведения об особенностях поездки: социально-политическая, климатическая, социокультурная специфика места пребывания и другая необходимая полезная для туриста информация, незнание которой может нанести вред здоровью и ущерб имуществу туриста.

Памятники (monuments). 1. Движимые и недвижимые объекты материального культурного наследия, представляющие собой архитектурные, монументальные, изобразительные или декоративно-прикладные произведения и ценности, а также археологические артефакты и комплексы, являющиеся частью культурного достояния какого-либо народа или всего человечества. 2. Сооружения на могилах, надгробные памятники, мемориальные комплексы. 3. Объекты нематериального культурного наследия (языки народов мира, знания и навыки, традиционные ремесла и технологии, обычаи и верования, фольклор, народный эпос, литературное, музыкальное, хореографическое, театральное, кинематографическое наследие и т.д.) П. часто являются основой туристского потенциала туристских дестинаций, привлекающих туристов, служат главным мотивом их посещения. См. *Материальное наследие. Нематериальное наследие.*

Памятники археологические (archaeological sites), объекты материального культурного наследия, представляющие собой древнейшие комплексы, отражающие деятельность человека на протяжении всей его истории:
- поселения (стоянки, селища, городища, древние города, пещеры);
- стратиграфические участки и «культурный» слой;
- погребения и погребальные сооружения (курганы, грунтовые погребения, гробницы, кенотафы);
- фортификационные сооружения;
- святилища, жертвенники, храмы;
- мегалитические сооружения;
- памятники первобытного монументального искусства (пещерная живопись, писаницы, петроглифы);
- клады;
- памятники подводной археологии.

П.а. хранятся в музеях, где их изучают и представляют посетителям, туристам и экскурсантам, которые также могут посетить музеефицированные недвижимые П.а. в местах их обнаружения.

Памятники архитектурные (architectural monuments), представляют собой недвижимые объекты материального культурного наследия, включающие: комплексы и ансамбли, жилые и общественные здания, площади и улицы, сооружения военной и религиозной архитектуры, остатки древних городов и поселений и т.д. П.а. являются наиболее распро-

странёнными объектами туристского интереса и показа.

Памятники искусства (monuments of art), представляют собой движимые объекты материального культурного наследия, включающие: произведения изобразительного, монументального и декоративно-прикладного искусства, обладающие признанными художественными достоинствами, оставившие след в истории культуры разных народов. П.и., как правило, хранятся и представляются в государственных, общественных и частных музеях, галереях и пинакотеках, которые активно посещаются туристами.

Памятники истории (monuments of history), представляют собой материальные объекты и документальные свидетельства прошлых эпох, связанные с важнейшими историческими событиями в жизни народа, с жизнью выдающихся личностей, признаваемые в обществе, а также подлежащие охране и представлению современному поколению людей.

Памятники литературные (literary monuments), литературные произведения, вошедшие в историю литературы и культуры как особо значимые по каким-либо своим свойствам и особенностям. Герои литературных произведений, а также места и описанные в них события часто конвертируются в туристский или экскурсионный продукт. Например, большой популярностью пользуются экскурсии на тему «Москва Гиляровского», «Петербург Достоевского», «Остап Бендер в Одессе» и т.д.

Памятники монументальные (monuments to monumental), движимые и недвижимые объекты материального культурного наследия, представляющие собой: монументы и памятники, живописные и мозаичные композиции для зданий, а также витражи, городские и парковые скульптуры, фонтаны и т.п. Архитектурные сооружения монументального искусства – это храмы-памятники, мемориальные ансамбли, арки в честь побед и т.д. П.м. относятся, как правило, к наиболее значимым и посещаемым объектам культурно-познавательного туризма или экскурсионного показа.

Памятники науки и техники (monuments of science and technology), представляют собой движимые и недвижимые объекты материального культурного наследия, свидетельствующие об истории развития науки и техники и признаваемые уникальными или выдающимися произведениями технической и научной мысли. П.н.т. часто являются объектами научного, культурно-познавательного или образовательного туризма.

Памятники природы (monuments of nature), уникальные, невосполнимые, ценные в экологическом, научном, культурном и эстетическом отношениях природные комплексы, а также объекты естественного и искусственного происхождения. См. *Природная достопримечательность*.

Памятное место (memorable place), представляет собой территорию, (ландшафт), связанную с событиями, имеющими историческую, научную или иную культурную ценность. См. *Достопримечательное место*.

Пандус (ramp), пологая, без ступенек наклонная площадка или дорожка для въезда (съезда) автомашин, детских и инвалидных колясок к входу в здание или с этажа на этаж.

Панкратов Онисим Петрович (1888-1916), русский путешественник, спортсмен и военный лётчик, герой Первой мировой войны. Совершил первое российское кругосветное путешествие на велосипеде в 1911-1913 гг., которое начал в Харбине, откуда по сибирскому бездорожью достиг Санкт-Петербурга, далее доехал до Берлина, после чего объехал многие страны Европы и в результате оказался в Лондоне, где сел на пароход, пересек Атлантику и достиг Нью-Йорка, откуда доехал до Сан-Франциско. Из Америки П. на корабле достиг Японии, которую объехал на велосипеде, далее снова на корабле добрался до Кореи, откуда по территории Китая вернулся в Харбин, где его ждала торжественная встреча. В Первую мировую войну П. служил военным лётчиком, за боевые отличия был произведён в прапорщики, награждён боевыми наградами. Погиб в воздушном бою.

Панорама (panorama), 1. вид на местность, открывающийся с естественной или искусственной возвышенности; 2. вид живописи, представляющий собой лентообразную художественную картину, охватывающую весь круг горизонта, которая совмещена с объёмным предметным первым планом и располагается в круглом зале; 3. обзор информации в СМИ. См. *Диорама*.

Панорамный вагон (panoramic coach). См. *Вагон панорамный*.

Панорамный пункт (panoramic point). См. *Смотровая площадка*.

Пансион (guesthouse). 1. Неформальная классификация средства размещения с простым стандартом и ограниченным перечнем услуг. Как правило, в П. предоставляется трёхразовое питание, которым могут воспользоваться только туристы, проживающие в данном пансионе. 2. Вид комплексного обслуживания туристов.

Пансион полный (full board), комплексное обслуживание, включающее ночлег в гостинице или в других средствах размещения, а также ежедневное трёхразовое питание: завтрак, обед и ужин.

Пансион «Табль-дот» (board "Table-dot"), неформальная классификация средства размещения, которое представляет собой разновидность пансиона, во многом напоминает американскую систему "B&B". Название происходит от фр. "Table d'Hote" – общий стол. Создавались для длительного проживания. Часто работают сезонно.

Пансионат (boarding house), неформальная классификация средства размещения, в котором в стоимость номера обязательно входит питание. Главное отличие П. от гостиницы заключается в том, что он, как правило, не подпадает под категорию звёздности и поэтому не обязан соответствовать стандартам той или иной категории. В стоимость проживания в П. может быть включено трёхразовое питание (полный пансион) или только завтрак по системе "B&B". П. являются более дешёвым средством размещения по сравнению с гостиницами и в связи с этим широко используются в массовом туризме.

Пантеон (pantheon). 1. Храм, посвящённый всем богам, в древнегреческой и древнеримской религиях. 2. Усыпальница выдающихся людей (пантеоны в Риме и Париже, Вестминстерское аббатство в Лондоне, Петропавловский собор в

Санкт-Петербурге). 3. Совокупность богов в какой-либо политеистической религии.

Пара супружеская (couple), обозначение в списке размещения туристов в гостинице супружеской пары (нескольких пар), которым предоставляют номера с двуспальной кроватью.

Парадор (Parador), уникальная гостиничная цепь в Испании и других европейских странах. Дословно П. – это «постоялый двор», и хотя большинству этих гостиниц официально присвоена категория, соответствующая 4 звёздам, они отличаются высоким качеством обслуживания. Многие испанские гостиницы системы П. расположены в бывших монастырях, старинных замках, дворцах, чьи стены видели королей, рыцарей и конкистадоров. В каждой гостинице П. туристам предлагают специальную историческую экскурсионную программу. Предмет особой гордости П. – эксклюзивные интерьеры, отражающие колорит и древнюю историю, и, конечно, кухня, в меню которой обязательно включены лучшие местные блюда и вина. См. *Гостиница-замок.*

Парикмахерская (barbershop), предприятие, которое занимается предоставлением услуг для населения по уходу за волосами на голове: стрижка, завивка, создание причёски, окраска, мелирование, бритьё и стрижка бород и усов и т.д. П. располагаются в специально оборудованных помещениях и имеют специальные разрешения на свою деятельность. В П. могут предоставляться дополнительные виды услуг: маникюр, педикюр, косметические услуги и услуги визажиста. В русск. яз. синонимом слова «П» является «расчёсошная». П. являются обязательной услугой в гостиницах высокой звёздности.

Парк (park, public garden), естественная или искусственная озеленённая территория, созданная для отдыха, игр и развлечений. П. представляют собой сады или рощи с аллеями, цветниками, полянами, озёрами, прудами и фонтанами. П. бывают государственными, общественными и частными (открытыми или закрытыми). П., как правило, оборудуют: беседками, скамейками, павильонами, кафе и ресторанами, а также игровыми и танцевальными площадками. Типы парков:
- английский парк (пейзажный парк);
- французский парк (регулярный парк);
- природный парк;
- ботанический парк;
- зоологический парк;
- лесопарк;
- национальный парк;
- парк культуры и отдыха;
- парк развлечений, парк скульптур;
- парк тематический и т.д.

П. различных стран мира представляют собой объекты культурного и природного наследия и пользуются популярностью у туристов. См. *Сады.*

Парк национальный (park national). См. *Национальный парк.*

Парк развлечений (amusement park, fun fair), территория, на которой высажены различные растения и где для развлечения посетителей сооружают различные платные аттракционы: карусели, комнаты смеха, тиры, игральные автоматы, а также небольшие закусочные, буфеты, бары. Иногда П.р. получают название «луна-парк».

Парк тематический (theme park), предметно-ориентированный парк,

деятельность которого подчинена единой теме. В основе П.т. лежит определённая тема, которой подчинены не только аттракционы, но также анимация, шоу-программы, кафе и рестораны, гостиницы, сувенирные лавки. П.т. занимают особое место в мировой индустрии развлечений, привлекая туристов и посетителей самых разных социальных и демографических групп. В настоящее время во всем мире действуют тематические парки разной направленности и размеров, являясь полноценным компонентом мировой туристской индустрии. Наибольшей известностью пользуются такие Т.п., как «Диснейленд» в США и Франции, «Порт Авентура» в Испании и сотни других на всех континентах, включая Австралию. В России действуют П.т.: «Диво Остров» в Санкт-Петербурге, «Моя Россия» в Сочи, «Резиденция Деда Мороза» в Великом Устюге и др. Для П.т. характерен принцип «все включено», когда посетитель приобретает один билет на целый день с возможностью посещения всех аттракционов неограниченное число раз.

Паркинг (parking site). См. *Автостоянка*.

Парковка (parking). См. *Автостоянка*.

Парковый ландшафт (parkland), тип разреженных лесов естественного и искусственного происхождения, расположенных в различных природных зонах (лесотундровое редколесье, тропические саванны и др.)

Парк-отель (park-hotel), неформальная классификация средства размещения, которое кроме гостиничных услуг может предоставить гостю возможность для отдыха на большой благоустроенной парковой территории. П.-о. может быть расположен: в лесу, на берегу реки, озера или пруда, а также в живописном парке с многочисленными полянами, клумбами, беседками, с ухоженными дорожками. Название П.-о. не всегда соответствует своему содержанию, и отель может не иметь парка, а только, например, пляж или спортивную площадку.

Парные односпальные кровати (twin beds), две одинаковые односпальные (полуторospальные) кровати, расположенные в двухместном номере гостиницы и стоящие отдельно друг от друга.

Паровоз (steam engine, steam locomotive), самостоятельно передвигающийся по рельсовому пути локомотив, имеющий паросиловую энергетическую установку, использовавшийся на железных дорогах в XIX-XX вв. П. сыграли огромную роль в развитии экономики и туризма во многих странах мира, в том числе в России. В настоящее время П. используются редко и, как правило, сохраняются в музеях различного профиля.

Паром (ferry), плавучее средство, как правило, небольшое судно для регулярной переправы людей, в том числе туристов, а также транспортных средств и грузов через водную преграду: реку, озеро, залив и т.д. См. *Судно*.

Паром морской (ferry boat), судно для регулярных перевозок пассажиров, в том числе туристов, а также транспортных средств и грузов между двумя пунктами по морю вдоль побережья, между островами через проливы, заливы и т.д. Судна П.м. могут быть разного водоизмещения, характеризуются невысокой скоростью передвижения и сравни-

тельно дешёвыми билетами. П.м. пользуются популярностью среди туристов, которые на открытых палубах могут получать удовольствие от наблюдения за пейзажами островов и побережья, а также панорамного морского вида.

Пароход (steamer), плавучее транспортное средство, судно с паровым двигателем, предназначенное для перевозки пассажиров и грузов. П. в стиле «ретро» иногда используются для туристских экскурсий по рекам и озёрам.

Пароходство (shipping company), транспортная организация, осуществляющая пассажирские и грузовые перевозки по водным маршрутам на собственных или зафрактованных судах.

Партер театральный (stalls of the theatre), нижний этаж зрительного зала в театре с местами для публики, расположенными в пространстве от сцены или от оркестра до противоположной стены или до амфитеатра. Родоначальником П.т. была скамья для сенаторов в театрах Древнего Рима. В XVII в., после появления ярусного театрального здания, видоизменился и партер, приняв более современный вид. Партер предназначался для низшего сословия, поэтому долгое время не имел сидячих мест – зрителям приходилось смотреть спектакль стоя. Места для сидения в партере появились в начале XVII в. в частных закрытых театрах Англии. Тогда сидячие места расставлялись по мере надобности. В настоящее время места чаще всего располагаются рядами, которые повышаются от сцены к амфитеатру и параллельны краю сцены. Для удобства зрителей ряды в П.т. разделены проходами. См. *Амфитеатр*.

Партер парка (parterre of the park), открытая часть парка или большого сада с газонами, цветниками, клумбами, водоёмами, бордюрами из кустарника, скульптурами и фонтанами.

Партнёр (partner), сторона переговоров или соглашения, физическое или юридическое лицо, с которым заключается договор, соглашение о сотрудничестве, в том числе в туристской сфере.

Парусное судно (sailing ship), судно, приводимое в движение силой ветра с помощью парусов. П.с. и парусно-гребные суда появились несколько тысяч лет назад в эпоху древнейших цивилизаций. П.с. были основными судами, перевозившими людей, в том числе путешественников, по рекам, озёрам, морям и океанам до середины XIX в. В настоящее время П.с. используются в учебных, спортивных и туристских целях.

Парусное судно с двигателем (diesel assisted sailing vessel), современные транспортные и пассажирские суда могут иметь парусное оснащение (из алюминия и полимерных материалов), применяемые в качестве вспомогательного движителя, позволяющего существенно сократить расход топлива. П.с.д. могут также передвигаться только с помощью парусов, а двигатель используют для маневрирования в портах, каналах и шлюзах. П.с.д. часто используются для туристских путешествий и экскурсий вдоль морского побережья.

Парусные гонки (sailing race, regatta), спортивные соревнования из серии гонок на гребных, парусных и моторных судах. Крупные и традиционные П.г. привлекают большое число туристов.

Парусный туризм (sailing tourism). См. *Водный туризм*.

Паспорт (passport), основной документ, удостоверяющий гражданство и личность своего владельца при пересечении границ различных государств и во время пребывания за рубежом. В Российской Федерации существует два основных вида П.: общегражданский (внутренний) и заграничный. П. указывает на принадлежность к гражданству, но совсем не обязательно, что его владелец проживает на этой территории. Поскольку государство не разрешает въезд на свою территорию по внутреннему П. иностранного государства, относящегося к списку непризнанных, соответственно в этом случае потребуется оформлять заграничный П. и проставлять в нем визу, если это необходимо по правилам въезда в данную страну.
Типы П.:
- заграничный (обычный П. для пересечения границы, который может получить каждый гражданин России, если нет препятствий для выезда за границу);
- служебный, выдается для определенной категории лиц: депутаты муниципальных образований, сотрудники государственных компаний, сотрудники дипломатических миссий и др., не претендующие на дипломатический иммунитет;
- дипломатический (предназначен для консульских сотрудников и дипломатов, а также членов их семей);
- П. моряка, является удостоверением личности моряка, предназначен для выезда и въезда в государство на судне;
- временный П., выдается в случае утери или кражи заграничного паспорта, называется «свидетельство на возвращение».

Паспортный контроль (passport control), прохождение пассажирами, в том числе туристами, пограничного пункта, где у них проверяют наличие действительных паспортов, въездных, выездных и транзитных виз. При П.к. проверяется действительность паспорта, срок его действия, который не должен прерываться датой обратного выезда. Некоторые страны устанавливают ограничения для въезда граждан, срок окончания действия паспортов которых составляет от 2 до 6 мес. Туристы и турфирмы, организующие путешествия за рубеж, должны знать требования по паспортному контролю, предъявляемые в странах транзита, трансфера и пребывания. Ребёнок, следующий с родителями, должен быть вписан в паспорт одного из них или в паспорта обоих родителей. Если ребёнку более 6 лет, в паспорт родителей должна вклеиваться его фотография. Ребёнок может иметь свой собственный заграничный паспорт с самого рождения. При этом до достижения ребёнком 6 лет паспорт может быть оформлен с фотографией или без неё. При прохождения П.к. ребёнок должен находиться вместе с родителями.

Пассаж (passage), архитектурное сооружение, представляющее собой крытую галерею с двумя рядами небольших магазинов, ресторанов, кафе, различных контор, парикмахерских, рекламных агентств и т.д., имеющую выходы на параллельные улицы.

Пассаж торговый (shopping arcade), крытая галерея с двумя рядами магазинов, имеющих выходы на параллельные улицы и входы/выходы в другие дома, этажи и паркинги.

Пассажир (passenger), турист, путешественник, совершающий поездку

в одном из видов общественного транспорта на: поезде, самолёте, автотранспорте, судне и т.д.

Пассажир круизный (cruising passenger), турист, совершающий круизное путешествие на морском или речном судне. П.к. на судне обслуживается в соответствии с приобретённым им классом размещения. Во время береговых экскурсий все П.к., как правило, пользуются одинаковыми условиями группового обслуживания.

Пассажир на листе ожидания (standby passenger), физическое лицо, подтвердившее готовность приобрести билет в авиакомпании на конкретный авиарейс в случае отказа от поездки одного из пассажиров, забронировавших ранее все места на этот рейс.

Пассажир транзитный (transit passenger), физическое лицо, следующее в пункт назначения с пересадками с одного транспортного средства на другое. Иногда, в силу действующих транспортных расписаний, П.т. приходится задерживаться в транзитных пунктах на некоторое время и пользоваться услугами гостиничных и автотранспортных предприятий.

Пассажир, не явившийся к вылету (passenger, who was late for departure), в практике авиаперелётов существует два варианта такого случая: первый – когда пассажир, имеющий бронирование, не явился на регистрацию; второй – когда пассажир, имеющий бронирование и зарегистрировавшийся на рейс, не явился вовремя на посадку в самолёт. В обоих случаях пассажир несёт убытки, размер которых зависит от того, какие у него билеты (возвратные или невозвратные). Во втором случае багаж пассажира, не явившегося на рейс, на воздушное судно не загружается, а отправляется в багажное отделение, вскрывается, досматривается, описывается и затем сдается в камеру хранения.

Пассажирооборот (passenger turnover), характеристика пассажирских перевозок, выражаемая соотношением числа перевезённых пассажиров и расстоянием перевозки.

Пассажиропоток (passenger flow), число пассажиров на транспорте, следующих в одном направлении и по одному маршруту.

Пассажирская загрузка (passenger loading), фактическое число пассажиров в транспортном средстве.

Пассажирская палуба (passenger deck), для круизных и пассажирских судов понятие П.п. относится ко всем палубам, где располагаются каюты для пассажиров и общественные пространства: коридоры, лифты, лестницы, рестораны, кинотеатры, салоны для отдыха, игровые комнаты, тренажёрные и спортивные залы, судовой лазарет и т.д.

Пассажирские перевозки (passenger transportation). См. *Пассажирский транспорт.*

Пассажирский автобус (passenger bus). См. *Автобус.*

Пассажирский билет (passenger ticket), представляет собой документ, удостоверяющий заключение договора воздушной перевозки между предприятием-перевозчиком и пассажиром. На каждого пассажира оформляется отдельный П.б. на основании данных документа, удостоверяющего личность пассажира.

При оформлении П.б. пассажиру выдаётся документ, подтверждающий произведённую оплату перевозки, оформленный на утвержденном бланке строгой отчётности, или оформленный посредством контрольно-кассовой техники чек. П.б. может быть оформлен в электронной форме (электронный билет) или на бумажном носителе (бумажный билет). П.б. не подлежит передаче и использованию лицом, не указанным в билете. П.б. является средством контроля и подлежит обязательной регистрации перед вылетом, после регистрации пассажир получает посадочный талон. См. *Посадочный талон*.

Пассажирский вагон (passenger coach), железнодорожный вагон, предназначенный для перевозки пассажиров на любые расстояния. В зависимости от назначения и классности П.в. может иметь сидячие и спальные, плацкартные и купейные места. К П.в. относятся вагоны-рестораны и багажные вагоны.

Пассажирский купон (passenger coupon), отрывная часть посадочного талона, остающаяся у пассажира после посадки на самолёт и удостоверяющая заключение договора воздушной перевозки пассажира и его багажа.

Пассажирский манифест (passenger manifest), список пассажиров круизного судна, находящегося в зарубежном плавании. П.м. предназначен для заблаговременной рассылки пограничным структурам в портах захода судна с целью безвизового схода пассажиров на берег для участия в однодневных экскурсионных программах.

Пассажирский поезд (passenger train), железнодорожный поезд, предназначенный для перевозки пассажиров на любые расстояния, с остановками по маршруту следования. П.п. состоит из пассажирских вагонов разного класса, в том числе почтовых. П.п. разделяют: по расстояниям (пригородные, местные, дальние), скоростям (скорые, скоростные и высокоскоростные), частоте сообщения (разовые, летние, круглогодичные). П.п. могут отличаться по типу вагонов, характеру груза и назначению поездки – например, туристско-экскурсионные. Наибольшее распространение пассажирские поезда получили во внутригородских (трамвай, метрополитен) и пригородных перевозках.

Пассажирский салон (passenger compartment). См. *Салон пассажирский*.

Пассажирский самолёт (passenger plane), многоместный скоростной авиалайнер, оборудованный для перевозки пассажиров и их багажа. По дальности полета П.с. делятся на: дальнемагистральные (дальность полета более 6000 км); среднемагистральные (от 2500 до 6000 км); ближнемагистральные (от 1000 до 2500 км); самолёты местных воздушных линий (менее 1000 км). П.с. осуществляют основной объём туристских перевозок в мире.

Пассажирский сбор (passenger fee), дополнительный налог, взимаемый с пассажиров транспортных средств. П.с. существуют на водном, железнодорожном и авиационном видах транспорта. Например, П.с. взимается с каждого пассажира судна, заходящего в порт.

Пассажирский транспорт (passenger transport), все виды транспорта, предоставляющие услуги по перевозке

пассажиров, в том числе туристов. См. *Общественный транспорт*.

Пассажирское расписание (passenger timetable). См. *Расписание движения*.

Пассажирский корабль (passenger ship), морское или речное судно, предназначенное для перевозки пассажиров, в том числе туристов.

Пассивный отдых (passive recreation), времяпрепровождение туриста в период пребывания в санатории или доме отдыха в относительном покое всего организма, в отсутствие какой либо активной деятельности. См. *Отдых*.

Пассивный туризм (passive tourism), виды туризма, ориентированные на спокойную и ненапряженную, в смысле физических нагрузок, программу поездок или туристских путешествий. П.т. рассчитан на туристов, склонных к размеренному отдыху и поездкам, требующих менее напряженного цикла перемещений и физических нагрузок. Как правило, это отдых на морском, горном, водолечебном курорте, а также оздоровительные и лечебные туры.

ПАТА (PATA). См. *Азиатско-Тихоокеанская туристская ассоциация*.

Пейзаж (landscape, scenery), общий вид какой-либо местности, в том числе: городской, сельской, морской, горной и т.д. Красивый природный или городской П. часто используются в качестве объекта туристского интереса и показа, во время путешествия наземным транспортом или специальной экскурсии в места природных и других достопримечательностей.

Пейзажный парк (landscape park). См. *Ландшафтный парк*.

Пентхаус (penthouse), изначально технический чердак, позже – помещение для жилья (квартира) на крыше небоскрёба или отделённая площадь на верхнем этаже здания, отдельный номер на последнем этаже гостиницы. П. может быть оборудован: террасой, «зимним садом», бассейном, тренажёрным залом и т.д. См. *Номер-пентхаус. Люкс-апартамент*.

Первая медицинская помощь (first medical aid), комплекс простейших и срочных медицинских мероприятий, выполняемых на месте получения повреждений, отравлений и внезапных заболеваний человека в порядке само- или взаимопомощи, а также участниками спасательных работ. П.м.п. может быть оказана врачом или человеком, не имеющим медицинского образования. После оказания П.м.п. необходимо срочно доставить пострадавшего в медицинское учреждение.

Первовосхождение (first ascent), восхождение на горную вершину, на которой до данного альпиниста или конкретной группы ещё никто и никогда не бывал.

Первопроходец (pioneer, pathfinder), путешественник, исследователь, проложивший новые пути, открывший новые земли, прошедший первым неизвестными ранее маршрутами.

Первый авиарейс (first flight, inaugural flight), начало регулярных пассажирских авиаперевозок на новой внутренней или международной линии. П.р. обычно открывается торжественной церемонией и в праздничной обстановке.

Первый класс обслуживания (first-class service). 1. Самый дорогой (цена билета П.к.о. значительно

превышает цену эконом-класса) и максимальный уровень качества и количества услуг, предоставляемых авиационными компаниями пассажирам перед полётом, во время его осуществления и после приземления. Для пассажиров, летящих П.к.о., обычно предлагаются дорогостоящее питание и напитки по специальному ресторанному меню. Ожидание рейса можно скоротать в комфортабельном зале, пройти регистрацию вне очереди или в предусмотренных для этого отдельных терминалах, пассажиры П.к.о. доставляется к самолёту специальным транспортом. П.к.о. существует не на всех рейсах. Наряду с креслами-кроватями, которые раскладываются на 180°, часто авиакомпании оснащают лайнеры полноценными кроватями, находящимися в отдельных купе. 2. Условное обозначение классов обслуживания используется при продвижении и реализации туристского продукта для обозначения высокого качества услуг, предоставляемых туристскими, транспортными и другими предприятиями. П.к.о. – это достаточно высокий уровень обслуживания, предусматривающий размещение в гостиницах категории 4-5 звезд, авиабилет бизнес-класса, широкий выбор блюд, индивидуальный трансфер, сопровождение гида и т.д.

Первый этаж (first floor), в европейских гостиницах и домах П.э. находится над нулевым этажом (главным этажом) и фактически является вторым этажом. В России и Америке нет понятия нулевого этажа. См. *Нулевой этаж.*

Переборка (bulkhead), морской термин, представляет собой стену отсека судна, как правило, водонепроницаемая и водоупорная, являющаяся частью системы инженерной безопасности судна.

Перевал горный (pass mountain), глубокая седловина в гребне горного хребта или массива, место, доступное для его пересечения человеком пешком или на транспорте.

Перевес багажа (excess luggage), вес сверх установленной нормы бесплатного провоза сопровождаемого багажа на авиатранспорте, перевозку которого пассажир обязан оплатить по установленному тарифу.

Перевод (translation), передача содержания устной речи или письменного текста средствами другого языка. П. является средством межъязыковой коммуникации. П. бывает устный (синхронный или последовательный), письменный, дословный, художественный, литературный, свободный и т.д. П. с одного языка на другой используется при проведении экскурсий для индивидуальных туристов и туристских групп из других стран.

Перевод денежный (remittance), способ перечисления (расчёта, оплаты) между различными физическими и юридическими лицами через соответствующие финансово-кредитные учреждения, применяемый при оказании услуг в ходе подготовки и организации туристских поездок, осуществлении различных платежей (уплаты налогов, заработной платы, штрафов и пр.)

Перевод синхронный (simultaneous translation), одновременный устный перевод с одного языка на другой. П.с. необходим при организации выступлений докладчиков на международных конференциях и собраниях, а также в ходе коммерческих переговоров представителей туристских фирм из различных стран.

Переводчик (interpreter). 1. Физическое лицо, имеющее, как правило, профессиональную языковую и туристскую подготовку, представитель организатора туристской поездки, осуществляющий для туристской группы или индивидуальных путешественников перевод с иностранного языка различной информации и рассказов, которые туристы получают во время поездки. В настоящее время функции сопровождающего и П. часто совмещаются. Туристские фирмы создают службы П., услуги которых продаются иностранным туристам. 2. Специалист-филолог, профессиональным занятием которого является устный или письменный перевод с одного языка на другой, в том числе, научной, художественной и специальной литературы, а также специализированных профессиональных текстов. 3. Техническое средство для мгновенного перевода текста (онлайн переводчик).

Перевозка автомобилей по железной дороге (transportation of cars by rail, motorail), система железнодорожной перевозки автомобилей с пассажирами: автомобили грузятся на специальные платформы, а их владельцы следуют в пассажирских вагонах. Как правило, такой вид перевозки применяется в горах во время плохой погоды, когда перевалы закрыты.

Перевозка багажа и ручной клади на водных судах (transportation of baggage and hand luggage on ships), вид транспортной услуги. На водных судах пассажир имеет право провозить с собой бесплатно ручную кладь (легко переносимые, не стесняющие других пассажиров вещи длиной не более чем 1,8 м или суммарной длиной по периметру не более чем 2,6 м), общий вес которой не превышает более 36 кг, и на скоростных судах – не более 20 кг. Забота о сохранности ручной клади лежит на пассажире. Пассажир имеет право сдавать багаж для перевозки за плату в соответствии с установленным тарифом. При этом вес сданного багажа не должен превышать 50 кг. Пассажиру разрешается сдавать для перевозки багаж, доставляемый по назначению на том же судне, на котором следует пассажир, при предъявлении билета на право проезда. При отсутствии возможности провоза багажа на судне, на котором следует пассажир, с его согласия багаж может быть доставлен на другом судне, имеющем остановку в пункте назначения пассажира и выполняющем операции по приёму и выдаче багажа. Ручная кладь пассажира должна размещаться на отведенных для этой цели полках, под сидениями, в специальных багажных помещениях или на руках у пассажира. Не допускается размещение ручной клади на сидениях в общих помещениях, в креслах скоростных судов. На судах, обслуживающих экскурсионно-прогулочные маршруты, перевозка багажа не осуществляется.

Перевозка животных (transport of animals), вид транспортной услуги, которая не входит в бесплатную норму провоза багажа. Дополнительная оплата рассчитывается по ставке второго места багажа (независимо от общего количества мест багажа пассажира, включая животных, и класса обслуживания). Также дополнительная оплата потребуется в случае превышения размера и/или веса животного с клеткой по сравнению с установленными нормами провоза одного места багажа. Практически все авиакомпании разрешают провозить в салоне только кошек и собак весом до 8 кг. Все остальные

животные летят в специальном отделе багажного отсека. Поскольку максимально допустимое количество перевозимых животных зависит от типа воздушного судна и компоновки салона (обычно от 1 до 4), то следует заранее позаботиться о бронировании запроса для питомца. Независимо от того, в салоне летит животное или в багажном отделении, оно перевозится в специальном контейнере. Требования к контейнерам одинаковы для всех авиакомпаний, он должен: обеспечивать животному возможность стоять, ширина должна быть равна двойной ширине животного, иметь доступ воздуха, как минимум, с двух сторон и иметь непромокаемое дно. Контейнер можно приобрести в авиакомпании или зоомагазине. В большинстве случаев перевозка животного оплачивается как сверхнормативный багаж (в зависимости от того, какая система – «весовая» или «система мест» – используется на данном направлении). Как правило, животное не может учитываться в качестве бесплатно провозимой нормы багажа. При пользовании водным транспортом пассажиру разрешается перевозить мелких домашних животных и птиц, которые размещаются в ящиках, корзинах, клетках, контейнерах. Перевозка собак крупных пород, в том числе охотничьих и служебных, производится в намордниках и с поводком, при наличии сопровождающего и в специально отведенных местах. Пассажиры, провозящие мелких домашних животных и птиц, должны иметь при себе соответствующие ветеринарно-санитарные документы на животных, наличие которых при посадке на судно проверяется ответственным лицом, уполномоченным капитаном судна. Перевозка мелких домашних животных и птиц производится на местах, отведенных для этого капитаном судна. Перевозка собак, кошек, других животных и птиц в пассажирских помещениях не разрешается, за исключением судов, обслуживающих пригородные, внутригородские маршруты и переправы. Это положение не распространяется на собак-проводников, обеспечивающих сопровождение инвалидов по зрению, и собак весом до трёх килограммов. Пассажиры, провозящие мелких домашних животных и птиц, обязаны соблюдать чистоту. Перевозка пассажиром мелких домашних животных и птиц оформляется багажной квитанцией. См. *Животное в багаж.*

Перевозки туристские (transportation tourism), путешествия организованных туристских групп или индивидуальных туристов по разработанным маршрутам с использованием различных транспортных средств. П.т. представляют собой совокупность средств транспорта, путей сообщения, средств управления и связи, а также различных технических устройств, механизмов и сооружений, обеспечивающих их работу. К транспортным средствам относится подвижной состав различных видов транспорта: локомотивы, вагоны, морские и речные суда, самолёты, автобусы, автомобили и гужевой транспорт.

Перевозки туристов на водном транспорте (transport tourists on water transport). Пассажирские места на судах туристских маршрутов распределяются с учетом категорий мест, установленных для транспортных маршрутов. Пассажирам в подтверждение заключения договора перевозки по туристским маршрутам выдаются билеты (путёвки, ваучеры) или групповые билеты. Билет (путевка, ваучер) или групповой билет дей-

ствителен только на тот туристский маршрут и тот календарный срок, на который он приобретен. На суда, обслуживающие туристские маршруты, посадка пассажиров в начальных пунктах маршрута должна начинаться не позднее, чем за два часа до отправления судна в рейс. Перевозчик обязан обеспечить оповещение пассажиров о времени начала посадки с указанием места посадки (причала), названия судна и времени отправления в рейс перед началом посадки и впоследствии – каждые 15 мин. в течение всего времени посадки на судно. В отношении пассажиров, следующих на судах, обслуживающих туристские маршруты, опоздавших на судно или отставших от него в пути следования, действуют следующие правила. Пассажир, опоздавший на судно или отставший от него в пути следования, может продолжать поездку на нём до речного порта (причала) своего назначения с любого последующего попутного пункта маршрута, где ему представится возможность вернуться на это судно, но без задержки судна. При этом пассажиру не возмещаются затраты, связанные с его проездом к месту посадки на судно. Если опоздавший пассажир желает следовать далее на другом судне, принадлежащем тому же перевозчику и следующем до пункта назначения, указанного в его билете, при наличии на другом судне свободного места пассажиру оформляется новый билет. Вещи отставшего пассажира могут быть по его указанию и за его счёт переправлены лицом, уполномоченным на это перевозчиком, в другой пункт назначения как багаж. Если у отставшего пассажира остались на судне вещи и/или билет, пассажир заявляет о данном факте лицу, уполномоченному перевозчиком. Лицо, уполномоченное перевозчиком, обязано проинформировать капитана судна с указанием просьбы пассажира о сохранении оставшихся вещей и/или билета до его возвращения на судно либо передачи их в ближайшем речном порту (пункте), указанном пассажиром, лицу, уполномоченному на это перевозчиком. При обнаружении на судне вещей и/или билета отставшего пассажира, капитан судна должен принять меры в соответствии с законодательством РФ по обеспечению их сохранности и составить в двух экземплярах опись обнаруженных вещей и/или билета в присутствии не менее чем двух пассажиров судна. В описи перечисляются все обнаруженные вещи с указанием их отличительных особенностей, а для билета – его номер. Опись подписывается капитаном судна, а также присутствовавшими при её составлении двумя пассажирами и заверяется судовой печатью. Вещи и билет сдаются капитаном судна под расписку пассажиру или уполномоченному перевозчиком лицу. Один экземпляр описи остается на судне, второй – у пассажира или лица, уполномоченного перевозчиком.

Перевозки челночные (shuttle service), представляют собой перевозки пассажиров между двумя пунктами в обоих направлениях на регулярно чередующихся рейсах одного транспортного средства (самолёт, автобус, судно). При П.ч. транспортное средство доставляет в одну сторону группу туристов для начала путешествия и забирает предыдущую группу в обратную сторону. При челночных перевозках до минимума сокращается количество убыточных холостых перегонов транспорта.

Перевозчик (carrier). 1. Юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющий на правах собственности, условиях аренды или

иных законных основаниях права на пассажирское транспортное средство (наземное, водное или воздушное) и осуществляющий регулярные или чартерные перевозки туристов, а также их багажа на коммерческой основе, на международных или внутренних линиях. 2. Обозначение транспортной компании, организующей перевозки туристов и их багажа на международных или внутренних линиях, на регулярных или чартерных транспортных средствах.

Перевозчик воздушный (luftspediteur, carrier air), обозначение авиакомпании, которая осуществляет коммерческие перевозки пассажиров и их багажа регулярными или чартерными рейсами на внутренних и международных линиях.

Перевозчик морской (carrier marine), юридическое или физическое лицо, созданное и зарегистрированное согласно законодательству какого-либо государства, на территории которого оно создается или регистрируется, и обладающее правом предоставления услуг морских перевозок в соответствии с законодательством того государства, в котором такое лицо было создано и зарегистрировано.

Переговоры (negociation), процесс, в ходе которого вырабатываются и согласовываются взаимоприемлемые позиции сторон или фиксируются разногласия участников П., обсуждается содержание какого-либо документа о сотрудничестве, в том числе в туризме, происходит обмен мнениями между заинтересованными лицами для достижения согласия относительно проведения совместных действий, участия в каких-нибудь программах, проектах, акциях и т.п.

Перекус (snack), 1. приём пищи в разное время в течение дня, достаточно лёгкий, с напитками, необязательно в предприятиях общественного питания; 2. небольшие порции еды, употребляемые туристами в дороге или между основными приёмами пищи; среди них могут быть: бутерброды, чипсы, фрукты, выпечка, минеральная вода, соки и т.д. См. *Сухой паёк*.

Перемещение клиента (moving client, walked guest), 1. переселение гостя из одного номера в другой в том же отеле по просьбе туриста или по предложению администрации гостиницы; 2. направление клиента, имеющего бронь на размещение в гостинице, если последняя заполнена, для поселения в другом отеле.

Переохлаждение (hypothermia), охлаждение организма человека существенно ниже его естественного состояния, возникающее при длительном нахождении на холоде, особенно в сырую ветреную погоду; крайне опасное состояние при нахождении туристов в воде или на большой высоте в горах. Если есть возможность, человека заносят в теплое помещение. При отсутствии такой возможности, пострадавшего помещают в защищенное от осадков и ветра место. Сначала необходимо снять с человека мокрую одежду и завернуть его в сухое одеяло. Затем пострадавшему, который находится в сознании, необходимо дать выпить горячий чай, молоко, воду, морс. При оказании первой помощи при П. необходимо обратить внимание на наличие обмороженных участков тела. На такие участки накладывают стерильные, или хотя бы чистые, повязки. После оказания первой помощи пострадавшего от переохлаждения необходимо доставить в больницу. Даже если его состояние

нормализуется, могут возникнуть различные осложнения, которые способен диагностировать только врач.

Переправа (river crossing), 1. преодоление водных преград – как правило, рек – при отсутствии моста, парома и других, постоянно действующих переправочных средств; 2 участок водной преграды, оборудованный для его преодоления туристами вброд – пешком, а также на лошадях и машинах, а также по камням, с помощью навесных верёвок и т.п.

Пересадка (transfer, connection), смена вида транспорта или транспортного средства во время путешествия. См. *Транзит.*

Пересечение экватора (crossing the equator), традиционная церемония на судне по случаю П.э., которая устраивается командой для туристов и других пассажиров.

Перестрахование (reinsurance), система экономических страховых отношений между страховыми организациями (страховщиками) по поводу заключённых со страхователями договоров страхования. В соответствии с договором П. страховщик, принимая на страхование риски, определённую часть ответственности и премии по ним оставляет на собственном удержании, а оставшуюся часть передаёт на согласованных условиях другим страховщикам (перестраховщикам) с целью создания по возможности сбалансированного страхового портфеля, обеспечения финансовой устойчивости и рентабельности страховых операций. П. позволяет страховой компании принимать риски клиентов, которые были бы слишком велики для одного страховщика. П. называют также «вторичным» страхованием или страхованием страховщиков.

Переходный сезон (transitional season, middle season), календарный сезон между высоким и низким туристскими сезонами. В этот период устанавливаются цены ниже, чем в высокий сезон, но выше, чем в низкий сезон, а также применяются различные скидки на туристские услуги.

Период отказа (refusal period, cancellation period), интервал времени, установленный в договоре о туристском или транспортном обслуживании, когда клиент может отказаться от заказанных услуг; в зависимости от этого срока клиент получает полный или частичный возврат денег. Если П.о. в договоре не указан, то в такой ситуации клиент не может рассчитывать на возврат денег, кроме случаев, указанных в законодательстве.

Периодизация истории туризма (periodization of the history of tourism), выделение и рассмотрение характерных этапов или периодов развития всемирного или национального туризма, характеризующихся особенностями содержания каждого этапа по принятым критериям.

Персонал в туризме (staff in tourism). 1. Сотрудники туристской или транспортной компании, занимающиеся продажей туристских или транспортных услуг непосредственно клиентам, в частности, приёмом от них заявок на бронирование, оформлением и выдачей туристских документов или билетов, получением оплаты. 2. Сотрудники туристских, транспортных компаний и средств размещения, которые обслуживают туристов во время их путешествий.

Персонал второй линии (second line staff), сотрудники туристских фирм, гостиниц, транспортных компаний

и других предприятий и организаций, не имеющих прямых контактов с туристами, посетителями и пассажирами.

Персонал первой линии (first line staff), сотрудники туристских фирм, гостиниц, транспортных компаний и других предприятий и организаций, работающие в прямом контакте с туристами, посетителями и пассажирами.

Перрон (platform). См. *Платформа.*

Песчаная буря (sandstorm, dust storm), явление природы, представляющее собой перенос сильными порывами сухого ветра большой массы песка, земли и пыли, поднятые с поверхности почвы, лишённой растительности.

Песчаный пляж (sandy beach), прибрежная полоса моря или реки, покрытая песком на суше и в воде, как правило, специально оборудованная для отдыха людей, в том числе туристов. См. *Пляж.*

Пешее паломничество (walking pilgrimage), подвид современных паломнических путешествий, совершаемых богомольцами пешком, как правило, без использования транспорта, по доступным пешеходным маршрутам. П.п. изначально в древние времена было основным видом совершения богомольных путешествий. Древнерусские богомольцы совершали далёкие и сложные паломнические путешествия пешком, потому что считали богомолье высоким духовным подвигом. Паломничество традиционно в сознании русского народа воспринималось как благочестивое дело и подвижничество. Современные маршруты П.п. осуществляются к почитаемым святым местам в различных российских регионах, в том числе в виде многодневных массовых крестных ходов. Некоторые маршруты П.п. могут иметь смешанный характер и соединять в себе использование транспортных средств с обязательной пешеходной составляющей. См. *Паломничество.*

Пешеходная зона (pedestrian zone), городское пространство, представляющее собой несколько улиц и переулков, как правило, в центральной части города, предназначенное исключительно для передвижения и нахождения на них пешеходов. Во многих городах мира в П.з. располагаются рестораны, кафе, кинотеатры, концертные залы, магазины, развлекательные заведения, а также скверы, фонтаны и т.д.

Пешеходная прогулка (walking tour, foot walk), недлительный пеший поход в природной или городской местности, совершаемый с познавательными, медицинскими целями, для удовольствия или с какими-либо другими целями.

Пешеходная улица (pedestrian street), пространство для прохода людей, расположенное обычно в центральной части города. На П.у. находится много магазинов, кафе, ресторанов, кинотеатров, фонтанов, скамеек, зелёных насаждений и т.д.; зона, закрытая для транспорта.

Пешеходная экскурсия (walking tour, pedestrian excursion), пешая прогулка туристов в городской или природной местности, с посещением объектов показа, по заранее составленному маршруту в сопровождении экскурсовода.

Пешеходный туризм (hiking), вид туристского путешествия, которое

осуществляется туристом или группой туристов пешком, без использования транспорта, по доступным пешеходным маршрутам. Для П.т. необходимы подготовка и специальное снаряжение: рюкзак, палатка, одежда, обувь и т.д. П.т., привлекая к себе романтикой общения с природой людей юного и среднего возраста, широко распространен во многих странах мира. П.т. имеет большую популярность в России.

Пеший турист (backpacker), человек, совершающий многодневный пеший поход, как правило, в компании друзей и знакомых.

Пещера (cave), углубление, полое пространство под землей или в горном массиве, имеющее выход наружу. Многие П. представляют собой объекты природного и религиозного наследия. Некоторые пещерные храмы и монастыри являются объектами религиозного паломничества. П. часто являются объектом туристского показа.

Пещерный монастырь (cave monastery), архитектурные комплексы, в которых находились или находятся монашеские обители, расположенные полностью или частично в пещерах внутри гор или холмов. В христианстве проживание монахов в пещерах началось в II-III вв. н.э. П.м. существуют в различных мировых и национальных религиях и являются для верующих святыми местами, к которым приходят для поклонения паломники. Также П.м. являются объектами туристского интереса и показа. См. *Монастырь*.

Пещерный храм (cave church), архитектурное сооружение для совершения религиозных обрядов. П.х. создаются представителями различных религий в пещерах и под землёй, в горах или холмах. См. *Храм*.

Пивная (beer house), предприятие общественного питания, в котором посетителям, в том числе туристам, подаётся пиво местного сорта, как правило, сваренное на местной пивоварне или местном пивоваренном заводе. В П. также подаются крепкие и прохладительные напитки, имеется ассортимент холодных и горячих блюд. П. в некоторых странах являются традиционным местом проведения досуга.

Пивной ресторан (beer restaurant, beer garden), предприятие общественного питания, в котором посетителям, в том числе туристам, подаются различные сорта пива, а также крепкие и прохладительные напитки и предлагается ассортимент холодных и горячих блюд. В П.р. устанавливают в залах большие телевизионные экраны для трансляции спортивных соревнований. В разных странах есть многочисленные сети П.р., которые пользуются популярностью у местных жителей и туристов.

Пикник (picnic), загородная поездка группы лиц с целью отдыха, развлечения и питания на лоне природы. Участники П. берут с собой необходимую провизию, горячие блюда готовятся на кострах. П. часто включаются в качестве развлекательного мероприятия в туристские и экскурсионные программы.

Пилигрим (pilgrim), странствующий богомолец-чужеземец, в представлении православных людей, как правило, католик. См. *Паломник*.

Пинта (pint), единица измерения объёма и ёмкости, равная 0,568 литра, применяемая в Великобритании,

США, Ирландии и некоторых других странах. В барах, пабах и других предприятиях общественного питания мера П. используется при продаже пива и некоторых других напитков.

Пионерский лагерь (pioneer camp). См. *Лагерь пионерский*.

Пирамида (pyramid). 1. Известные всему человечеству архитектурные объекты, входящие в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО, колоссальные каменные четырёхгранные архитектурные сооружения в форме П., построенные в Древнем Египте. В окрестностях Каира до нашего времени сохранилось около 80 П., которые являются основными объектами туристского показа в столице современного Египта. Также широко известны и посещаемы туристами древние пирамиды в Латинской Америке: в частности, в Мексике, Гондурасе, Гватемале, Белизе, Сальвадоре. 2. В геометрии – многогранник, основание которого представляет многоугольник, а остальные грани – треугольники, имеющие общую вершину. П. бывают: трёхгранные, четырёхгранные и т.д.

Пирс (pier), гидротехническое и причальное сооружение, выступающее в портовую акваторию, иногда в море, и служащее для швартовки и стоянки судов с двух сторон. На П. спускаются туристы пассажирских судов.

Письмо гарантийное (letter of guarantee), в туризме официальное письмо, оформленное на бланке с печатью и выражающее гарантию оплаты подписантом заказанных им туристских или других услуг в согласованные сроки и по оговоренной цене.

Питание (meal), процесс потребления пищи человеком для поддержания нормального течения физиологических процессов жизнедеятельности, в частности, для восполнения запаса энергии и реализации процессов роста и развития. См. *Общественное питание*.

Питание в авиарейсе (food in flight, meal on board), 1. организация питания пассажиров и команды на борту самолёта во время совершения рейса; 2. еда, приготовленная и упакованная для её раздачи пассажирам и команде на борту самолёта во время совершения рейса. В некоторых авиакомпаниях для религиозных туристов, паломников, вегетарианцев и больных пассажиров заказывают специальное питание.

Питание паломника (pilgrim meals), обязательная составляющая программы паломнического путешествия, которая учитывает установленный круг богослужений и пищевые традиции разных религий. При организации П.п. необходимо учитывать соблюдение однодневных и многодневных постов, а также уставы и пищевые традиции посещаемых монастырей.

Питание разовое (meal single), любой из ежедневно установленных приёмов пищи туристами: завтрак, обед или ужин. В зависимости от условий обслуживания, количество приёмов пищи может быть различным – например, только завтрак; завтрак и ужин; завтрак, обед и ужин (трёхразовое питание). Иногда в программу туриста могут быть добавлены: пятичасовой чай (полдник) или поздний ужин.

Питание туриста (tourist meals), неотъемлемая составляющая программы туристского путешествия. В период туристской поездки, пре-

имущественно вне обычной среды обитания, турист сталкивается с иной пищей, иным составом питьевой воды, отличными от привычных ему традициями и порядками в приёме пищи. Поэтому организации питания в туристском путешествии уделяется особое внимание, в т.ч. с учётом предотвращения негативных последствий от приёма непривычной пищи.

Питьевая вода (drinking water), чистая пресная вода, которую без вреда для здоровья можно употреблять для утоления жажды и приготовления еды. П.в. должна быть безопасной в эпидемическом отношении, безвредной по химическому составу и иметь благоприятные органолептические свойства. П.в. во многих странах поступает в продажу в бутилированном виде и широко используется местным населением и туристами.

Питьевая галерея (drinking gallery), лёгкое архитектурное сооружение – как правило, на курорте, – созданное над бюветом минеральных питьевых вод и предназначенное для их потребления в медицинских целях по назначению врачей.

Питьевой фонтанчик (drinking fountain), устройство для подачи питьевой воды в регионах с жарким климатом, предназначенное для утоления жажды, общего пользования в общественных местах с обеспечением гигиенической безопасности. П.ф. представляет собой небольшой фонтан, располагаемый на высоте ниже человеческого роста. П.ф. делают с ручным и ножным пуском воды, изготавливается, как правило, из металла. П.ф. могут располагаться как на улицах, так и в помещениях. П.ф. широко распространены в странах с жарким климатом.

Плавание на лодках (canoeing, rowing), путешествия на лодках (каноэ, каяках, байдарках, пирогах) по рекам с порогами и перекатами, в том числе слалом на реках с быстрым течением, подводными и надводными препятствиями.

Плавание на яхте (sailing), водное путешествие на парусных или моторных яхтах с туристскими и/или спортивными целями.

Плавание с маской (snorkeling), подводное плавание и ныряние с маской и дыхательной трубкой в бассейнах или естественных водоёмах. П.м. распространённое занятие среди туристов, отдыхающих на побережье рек, озёр и морей.

Плавучая гостиница (floating hotel). См. *Ботель*.

План американский (american plan), полный пансион, используемый в США и некоторых странах Европы, включающий ночлег в средстве размещения и ежедневное трёхразовое питание: американский завтрак, обед, ужин.

План американский модифицированный (modified american plan), полупансион, используемый в США и некоторых странах Европы, включающий ночлег в средстве размещения и ежедневное двухразовое питание: завтрак и, по выбору, обед или ужин.

План бермудский (bermuda plan), туристский пакет, используемый в США и некоторых других странах, включающий ночлег в средстве размещения и ежедневный завтрак в американском стиле.

План города (city plan), карта-схема,

составляемая для ориентирования туристов в незнакомом городе. На изображении П.г. условными обозначениями указываются места расположения туристских объектов.

План европейский (european plan), обозначение обслуживания, принятого во многих европейских странах, включающего только размещение в гостинице. Любое питание и другие услуги оплачиваются дополнительно.

План организации питания (meal plan), составная часть программы туристской поездки или пребывания на отдыхе на курорте, представляет собой распорядок приёма пищи по времени в течение дня или недели, как правило, с указанием меню.

План посадочных мест (plan of seats, seating configuration), схема размещения посадочных мест на транспортном средстве, в театре, концертном зале, спортивном сооружении и т.д. Как правило, П.п.м. вывешивается при входе и/или в помещении билетной кассы.

План паломнического путешествия (plan a pilgrimage travel), подробно разработанный порядок организации паломнического путешествия, включая информацию о посещении святых мест, участии в богослужениях, а также о транспорте, размещении, питании с указанием конкретных дат и пр.

План туристского путешествия (plan tourist travel), подробно разработанный порядок организации туристского путешествия, включая информацию о транспорте, размещении, питании, экскурсионном обслуживании с указанием конкретных дат и мест посещения и пр.

План-карта судна (deck-plan), схема расположения на судне пассажирских кают с указанием их классности, местоположения и нумерации, а также мест общественного пользования. П.-к.с. с несколькими пассажирскими палубами включает отдельные планы кают по каждой палубе. П.-к.с. также используется для учёта продажи мест и размещения пассажиров на судне по каждому рейсу.

Планер (glider), безмоторный летательный аппарат, поддерживаемый в полёте за счёт аэродинамической подъёмной силы, создаваемой на крыле набегающим потоком воздуха. Соревнования планеристов привлекают множество туристов в разных странах.

Планетарий (planetarium), научно-просветительское учреждение, в котором читаются лекции по астрономии, освоению космического пространства и науках о Земле, сопровождающиеся показом искусственно созданного изображения звёздного неба. П. являются объектами туристского интереса и показа.

Планирование в туризме (planning in tourism), 1. процесс разработки показателей развития деятельности туристской компании, гостиницы или иного туристского предприятия; 2. составление маршрута путешествия по заказу клиента и увязка его с возможностями партнёров в туристской дестинации или стране пребывания.

Плановый туризм (planned tourism), способ организации туризма, представляющий собой предварительно запланированные в конкретный сезон туристские путешествия, увязанные между собой по срокам и продолжительности, маршрутам, коли-

честву и объёму услуг, что позволяет обеспечить равномерную загрузку транспортных средств, гостиниц, организаций общественного питания и персонала.

Плата арендная (rental), денежная сумма, выплачиваемая арендатором за пользование офисом, средством размещения, квартирой, домом, автомобилем, оборудованием и другим имуществом в течение обозначенного в договоре периода.

Плата входная (entrance fee, admission), установленная плата за посещение выставки, музея, парка, цирка и других мест туристского интереса. Как правило, П.в. на объекты и мероприятия, включённые в туристскую программу, входит в цену тура. П.в. на объекты показа, не включённые в программу тура, оплачивается туристами во время их посещения дополнительно.

Плата за аннуляцию (fee for cancellation), финансовые средства, оплачиваемые туристом гостинице, транспортной компании или туристской фирме в случае нарушения сроков, указанных в договоре, или отмены поездки. См. *Аннуляция туристской поездки*.

Плата за бронирование (reservation fee). 1. Денежная сумма, которую пассажир обязан оплатить транспортному агентству за бронирование и продажу билета на проезд в конкретном виде транспорта. П.б. взимается с туриста транспортным агентством для покрытия его операционных расходов. 2. Денежная сумма, которую может оплатить посетитель за бронирование номера в гостинице. П.б. гостиничных услуг, как правило, входит в договор между средством размещения и туристом. П.б. не производится, если она не предусмотрена договором.

Плата за обслуживание (service charge). См. *Чаевые*.

Плата за проезд (passenger fare), осуществление оплаты за транспортные услуги, оказываемые пассажирам, в том числе туристам, в общественном транспорте, специально нанятом транспортном средстве для проведения экскурсии или какой-либо поездки по туристскому маршруту.

Плата за услуги (fee-for-service). См. *Оплата услуг*.

Платёжеспособность в туризме (solvency in tourism), финансовая характеристика туристского предприятия, средства размещения и туриста, свидетельствующая о возможностях расплачиваться по своим обязательствам и производить необходимые расходы.

Платёжное поручение (charge, payment order). См. *Платёжный документ*.

Платёжная карта (payment card), банковская пластиковая карта, дающая возможность её владельцу совершать оплату услуг, товаров и производить расчёты с компаниями электронным переводом денежных средств, а также получать наличные деньги в банкоматах. Наиболее распространенные виды П.к.: кредитные и дебетовые. П.к. выпускают банки по заказу физических лиц, которые, как правило, являются их клиентами. П.к. являются распространёнными платёжными средствами, с помощью которых туристы осуществляют расчёты во время своих путешествий.

Платёжный документ (payment document), расчётный финансовый документ, письменный или электронный, который содержит поручение банку о перечислении (переводе) конкретной денежной суммы со счёта плательщика на счёт получателя.

Платная дорога (toll road), автомобильное шоссе, за проезд по которому с водителей транспортных средств взимается определённая плата. Иногда в некоторых странах платными являются скоростные дороги, мосты и туннели. Обычно при планировании туристских маршрутов стоимость проезда по П.д. учитывается в стоимости турпакета.

Платформа (platform). 1. Архитектурное сооружение, представляющее собой поднятую над землёй площадку на железнодорожной станции, к которой подходят поезда. П. служит для посадки и выхода пассажиров из вагона, а также загрузки и выгрузки грузов. 2. Товарный вагон без крыши, на котором могут перевозить различные грузы, в том числе транспорт туристов. 3. Один из компонентов обуви: заметно утолщённая подошва для туристской и спортивной обуви.

Плацкартный билет (third-class ticket), железнодорожный билет с плацкартой (специальный талон), на основании которого можно проехать в плацкартном вагоне. Плацкарта, в отличие от проездного железнодорожного билета, в стоимость которого включены расходы на локомотивную тягу и транспортную инфраструктуру, является ценой только за услуги владельца вагона. Слово «плацкарта» произошло от нем. “Platz-Karte”, карта место.

Плацкартный вагон (third-class carriage, carriage with numbered reserved seats), один из видов железнодорожных пассажирских вагонов. П.в. III класса открытого типа (4 полки поперек вагона и 2 полки вдоль вагона) начали строить в Российской империи в XIX в. В советское время П.в. были модернизированы и стали широко выпускаться для нужд пассажирских перевозок в СССР и других странах. В настоящее время в России П.в. продолжают использоваться для пассажирских перевозок, но их количество значительно уменьшилось.

Плот (raft), плавучая площадка (платформа), сооружённая на непотопляемых предметах: бревнах, бочках, надувных камерах и прочих предметах, используемая для перевозки людей и грузов по водным путям. Сплав по рекам на П. считается одним из увлекательных направлений приключенческого туризма.

Плотина (dam), гидротехническое и архитектурное сооружение из намывного грунта, камня, бетона, предохраняющее берега рек, озёр и морей от размыва и затопления, а также создающее подпор на водохранилищах. П. в некоторых областях и регионах различных стран являются туристскими объектами.

Площадка вертолётная (heliport, helipad), специально выделенная плоская поверхность, оборудованная для посадки и разгрузки вертолётов. П.в. могут быть оборудованы на плоских крышах высотных зданий, в том числе гостиниц.

Площадка обозрения (square review). См. *Смотровая площадка*.

Площадь городская (square), незастроенное большое, ровное место в городе, от которого обычно расходятся в разные стороны улицы. Цен-

тральная П.г. обычно включается в маршрут ознакомительной экскурсии по городу для туристов и экскурсантов.

Площадь торговая (square shopping). 1. Городская площадь, где традиционно на протяжении многих веков велась торговля, располагались крытые или открытые торговые ряды, которые в настоящее время представляют собой объекты культурного наследия и при этом используются по своему прямому назначению. Старинные П.т. являются объектами туристского показа и посещения. См. *Рыночная площадь*. 2. П.т. представляет собой часть магазина или торгового павильона, занятая оборудованием, предназначенного для выкладки, демонстрации товаров, проведения денежных расчётов и обслуживания покупателей, в том числе туристов.

Пляж (beach), отлогий намывной песчаный или галечный берег, удобный для купания в воде и принятия солнечных ванн. Культурные или оборудованные П. имеют необходимое обустройство: душевые и кабинки для переодевания, тенты, лежаки, топчаны, спортивные и детские площадки, пункт службы спасения на водах, пункты проката оборудования, закусочные и т.д. «Дикие» пляжи не имеют никакой специальной инфраструктуры.

Пляжная гостиница (beach hotel), неформальная классификация средства размещения, расположенного на берегу моря, озера, реки и имеющего в своём распоряжении оборудованный пляж.

Пляжный отдых (beach vacation, beach rest), проведение свободного времени туристами или местными жителями на пляже для того, чтобы поплавать в воде, отдохнуть и позагорать.

Пляжный туризм (beach tourism), подвид оздоровительного туризма, представляющий собой групповые или индивидуальные поездки туристов без активного передвижения по маршруту, с пребыванием в одном или двух местах назначения на берегу моря, озера, реки – обычно с целью отдыха и оздоровления. П.т. является весьма популярным направлением семейного отдыха.

Побережье (seashore), часть суши, вплотную прилегающая к морю, озеру, реке. Удобные места на П. используются в туристских целях: для строительства гостиниц, аквапарков и оборудованных пляжей.

Повар (cook), 1. сотрудник предприятия общественного питания, в обязанности которого входит приготовление пищи; 2. название должностей в различных организациях общественного питания: шеф-повар, старший повар, повар-кондитер и т.д.

Поведение потребителей (consumer behavior), в туризме представляет собой деятельность по непосредственному вовлечению клиентов в потребление туристских услуг, включая процессы принятия решения о путешествии, совершения действий по приобретению необходимых услуг и участия в туристской поездке. Содержательную основу П.п. составляют процесс принятия решения о туристской поездке и факторы, его определяющие. Факторы влияния на П.п. при приобретении турпродукта являются основой маркетинговой деятельности туристской фирмы. П.п. в период совершения туристского путешествия регулируется законодательством страны посещения,

а также изучается культурологами и экономистами, социологами и психологами. См. *Маркетинг в туризме*.

Поворотный пункт (turning point), место на пешеходном маршруте, откуда начинается движение туристской группы в обратном направлении.

Повышение квалификации сотрудников туристской компании (staff development). См. *Курсы туристские учебные*.

Повышение класса обслуживания (up-grading), изменение качества туристского обслуживания в сторону его улучшения, производимое по просьбе и в ходе путешествия туристов в пределах действующих стандартов. П.к.о., как правило, влечёт за собой оплату туристом разницы между ценой ранее оплаченного обслуживания и ценой услуг по более высокому классу.

Повышение цены (mark up), происходит путём использования надбавки к рассчитанной стоимости товара или услуги в условиях возрастания потребительского спроса.

Погода (weather), состояние околоземной атмосферы в конкретное время или в течение суток, характеризуемое различными метеорологическими показателями, в том числе: температурой и влажностью воздуха, продолжительностью солнечного сияния, облачностью, видимостью, скоростью ветра, атмосферными осадками и давлением. Состояние погоды в конкретный день влияет на возможность реализации туристских программ.

Пограничные формальности (border formalities), контрольные процедуры, связанные с обязательным выполнением туристами, пересекающими государственную границу какой-либо страны, установленных правил, регулирующих порядок выезда, въезда и пребывания в другом государстве. П.ф., как правило, могут включать: проверку заграничных паспортов и виз, прохождение таможенных процедур, валютный, медицинский и санитарный контроль.

Пограничный город (border town), 1. городское поселение, расположенное рядом с государственной границей; 2. город, находящийся между двумя или тремя районами и на пересечении дорог между соседними территориальными образованиями.

Пограничный контроль (border control), представляет собой процедуру проверки документов на право въезда или выезда из какого-либо государства, а также досмотр транспортных средств с целью обнаружения нарушителей правил пересечения государственной границы. П.к. осуществляется пограничными или иными государственными органами в соответствии с внутренним законодательством каждого государства и согласно обязательствам, принятым им по международным договорам.

Пограничный пункт (border crossing point), специально оборудованный пункт пересечения границы какого-либо государства, через который осуществляется пропуск через государственную границу людей, в том числе туристов, транспортных средств и товаров.

Пограничный режим (border regime), установленный законом режим пограничной зоны, территориальных вод, а также внутренних вод, имеющих выход к границе. П.р. служит

исключительно интересам создания необходимых условий для охраны государственной границы и включает правила: въезда (прохода), временного пребывания, передвижения лиц и транспортных средств в пограничной зоне; хозяйственной, промысловой и иной деятельности, проведения массовых общественно-политических, культурных и других мероприятий в пограничной зоне; учёта и содержания российских маломерных самоходных и несамоходных (надводных и подводных) судов (средств) и судов (средств) передвижения по льду, их плавания и передвижения по льду, а также ведения промысловой, исследовательской, изыскательской и иной деятельности в территориальных и внутренних водах РФ, российской части вод пограничных рек, озёр и иных водоёмов. П.р. ограничивает доступ туристов и экскурсантов к объектам показа, находящимся в пограничной зоне.

Пограничный туризм (border tourism). См. *Приграничный туризм*.

Погребок винный (wine cellar), помещение в подвальном этаже ресторана, гостиницы или отдельно стоящее здание, в котором в бочках или стеклянной посуде хранятся высококачественные вина, предлагаемые посетителям для *дегустации* и на продажу.

Погрузка и разгрузка багажа (loading and unloading luggage). См. *Обработка багажа*.

Подвал (basement floor), помещение в здании, расположенное ниже уровня земли. Подвальные помещения в гостиничных предприятиях, как правило, используются для размещения хозяйственных служб: складов, прачечной, ремонтных мастерских и т.п.

Подвесная канатная дорога (cableway), техническое сооружение и вид транспорта, предназначенного для доставки пассажиров и грузов в кабинах, закреплённых на тросе (канате), который протянут между высокими опорами, что позволяет перемещать пассажиров по воздуху на большие расстояния. Транспортные системы на тросовой тяге распространены во многих государствах и используются в качестве городского транспорта, а также для доставки туристов в горной местности – в первую очередь, на горнолыжные курорты и склоны. См. *Канатные дороги горнолыжные. Подъёмник горнолыжный. Фуникулёр*.

Подвесная койка (hanging bed). См. *Гамак*.

Подвесной мост (suspension bridge). См. *Висячий мост*.

Подвижная стена (movable wall), архитектурный элемент интерьера в гостинице, ресторане, конгресс-холле, доме, даче, коттедже и т.д. П.с. позволяют быстро менять интерьеры гостиничных номеров, банкетных залов, конференц-залов и, таким образом, увеличивать или уменьшать их площадь и вместимость.

Подвижной мост (movable bridge), тип моста, имеющий подъёмное и подвижное устройство (вертикально-подъёмное, разворотное, разводное), которое позволяет поднимать и опускать пролёт моста для прохождения судов большой высоты. Момент поднятия (разведения) моста и прохождения под ним крупных судов представляет собой весьма эффектное зрелище, которое неизменно привлекает множество туристов. См. *Раздводной мост*.

Подводная лодка туристская (submarine tourism), небольшое судно, совершающее плавание в подводном и надводном положении, используется в разных странах для показа туристам красот подводного ландшафта, флоры и фауны.

Подводная маска (diving mask), предмет снаряжения для подводного плавания, который позволяет пловцам беспрепятственно смотреть под водой. Современная П.м. сконструирована таким образом, чтобы пловец мог продуть маску, сделав выдох носом, а также может быть снабжена встроенным модулем связи.

Подводная охота (underwater hunting), способ осуществления любительского рыболовства, основанный на добыче туристом в подводном плавании рыб и морских животных индивидуальными орудиями немассового лова – руками, с помощью гарпунов, подводных ружей. П.о. требует приобретения специального оборудования для нахождения под водой и охоты. П.о. – популярный среди туристов вид отдыха, особенно в южных странах и регионах.

Подводное плавание (scuba diving), 1. способ погружения и передвижения под водой с аквалангом или без него; 2. вид подводного спорта; 3. специальность в военно-морских учебных заведениях.

Подводный туризм (underwater tourism), подвид спортивного туризма, который представляет собой подводное плавание со специальным снаряжением, требует обучения и подготовки. Типы П.т.: *дайвинг*, *снорк-линг*, плавание на *подводной лодке туристской*.

Подворье (farmstead). 1. В настоящее время в Православной Церкви небольшая территория, находящаяся под начальственным наблюдением Патриарха (патриаршее П.) или епархиального архиерея (архиерейское П.), на которой расположен комплекс зданий, в т.ч. храм или часовня, гостиница с трапезной, хозяйственные постройки и т.д. П. может находиться в городе или за городом, а также за границей. 2. Община православных христиан, состоящая в ведении монастыря и находящаяся за его пределами. П. находится в юрисдикции того же архиерея, что и монастырь (монастырское П.) 3. Исторический термин, обозначавший постоялый двор или дом в городе с хозяйственными постройками, принадлежавший, как правило, купцу, постоянно проживающему в другом месте, и служащий для временных остановок и хранения товаров.

Подготовка паломнической поездки (arrangement of the pilgrimage), предварительная работа, которая проводится православной паломнической службой по заказу паломников или настоятеля прихода. П.п.п. включает: разработку паломнического маршрута, получение благословения духовника или настоятеля прихода, подбор сопровождающих и заключение договоров с предприятиями размещения, питания, транспорта и обеспечение безопасного выполнения маршрута в соответствии с принятой программой паломнического путешествия. Эта работа включает также знакомство участников паломнической поездки друг с другом, руководителем и священником, который следует в составе группы.

Подготовка туристской поездки (arrangement of the tour), предварительная работа, которая проводится туристской фирмой по заказу тури-

стов, включающая разработку туристского маршрута, подбор сопровождающих и заключение договоров с предприятиями размещения, питания, транспорта и обеспечение его безопасного выполнения в соответствии с принятой программой туристского путешествия.

Подготовка туристского похода (preparation hike), предварительная работа, которая проводится организаторами похода, как правило, туристским клубом или учебным заведением. П.д.п. включает: разработку маршрута похода, приобретение или ремонт туристского оборудования, одежды и обуви, проведение совместных тренировок, заключение договоров с предприятиями размещения, питания, транспорта и обеспечение его безопасного выполнения в соответствии с принятой программой похода. Эта работа включает также знакомство участников похода друг с другом и с руководителем группы.

Подготовка экскурсии (preparation of the tour), предварительная работа, которая проводится экскурсионным бюро, туристской фирмой и т.д., состоящая в подготовке экскурсоводов, изучении исторических источников, составлении плана экскурсии, подборки иллюстративных материалов, изучении маршрута и знакомства с экскурсионной группой.

Подданство (citizenship). См. *Гражданство*.

Подзорная труба (spyglass, telescope), оптический прибор, дающий возможность рассматривать удалённые объекты. П.т. устанавливается на смотровых площадках для туристов и экскурсантов как платная услуга. См. *Бинокль*.

Поднесение багажа (porterage, gift luggage), услуга, которая представляет собой осуществление носильщиком П.б. туриста при встрече/проводах на вокзале, в аэропорту, морском порту и при размещении в гостинице. П.б. часто включается в комплексное обслуживание туриста. Обычный стандарт предусматривает подноску двух мест ручного багажа. П.б. сверх этой нормы оплачивается дополнительно.

Подпись (signature), собственноручно написанная физическим лицом его фамилия с инициалами или их сокращённый вариант, обязательный реквизит служебных документов. Согласно ГК РФ, факсимильное воспроизведение П. с помощью средств механического или иного копирования, электронно-цифровой П. допускается в случаях и порядке, предусмотренных законодательством Российской Федерации или соглашением сторон. См. *Электронная подпись*.

Подселение в номер (shares in the room), поселение дополнительного клиента в номер гостиницы, где уже проживает один или несколько туристов. П.н., как правило, происходит с согласия клиентов, иногда составленного в письменном виде. П.н. является возможным вариантом бронирования гостиничного номера.

Подтверждение бронирования (booking confirmation), письменное сообщение продавца туристских или транспортных услуг их покупателю о бронировании для него заказанного обслуживания при соблюдении туристом или пассажиром определённых условий, иногда совершения предоплаты. См. *Подтверждение заказа*.

Подтверждение заказа (booking confirmation), официальный ответ,

как правило, в письменной (электронной) форме, средства размещения, транспортной компании и т.д. о согласии принять и исполнить заказ на размещение туристов в гостинице, транспортное и иное обслуживание.

Подтверждение оплаты (proof of payment). См. *Платёжный документ*.

Подъёмник горнолыжный (ski lift), механизм, обеспечивающий подъём горнолыжников на верхнюю часть горнолыжного спуска (трассы). Применяются различные виды П.г.: кабинные, кресельные, бугельные.

Подъёмный мост (drawbridge). См. *Разводной мост*.

Поезд высокоскоростной (high-speed train), железнодорожный пассажирский поезд, передвигающийся на электрической тяге на очень больших скоростях от 200 до 350 км/ч, по специально построенным путям. Обслуживание в П.в. аналогично предоставлению услуг в самолёте. П.в. идёт очень плавно, в нём имеются только сидячие места, в каждом вагоне есть туалеты, воздух хорошо кондиционируется, а в самом транспорте поддерживается комфортная температура – до +22 град. Проходы между сидениями широкие. В салоне тихо благодаря шумоизоляции. В России движение П.в. было открыто в 2009 г. между Москвой и Санкт-Петербургом. С 2010 г движение П.в. происходит по маршруту Нижний Новгород – Москва – Санкт-Петербург, а также Санкт-Петербург – Хельсинки. По высокоскоростным магистралям России в настоящее время курсируют поезда: «Сапсан», «Ласточка», «Алле́гро», «Стриж». П.в. распространены во всём мире, в частности, в Европе, Японии и Китае. Современные П.в. в штатной эксплуатации развивают скорость до 350-400 км/ч, а при испытаниях и вовсе могут разгоняться до 560-580 км/ч. Движение П.в., как правило, осуществляется по специально выделенным железнодорожным путям – высокоскоростной магистрали (ВСМ), либо на магнитном подвесе (маглев). Благодаря быстроте обслуживания и высокой скорости движения, П.в. составляют серьёзную конкуренцию другим видам транспорта, сохраняя при этом такое свойство всех поездов, как низкая себестоимость перевозок при большом объёме пассажиропотока. Появление П.в. в значительной мере повлияло на развитие внутреннего и международного туризма во многих странах, в том числе в России.

Поезд дальнего следования (long distance trains), пассажирский железнодорожный состав, протяженность маршрута которого более 700 км.

Поезд железнодорожный (train), 1. скорый пассажирский поезд с минимальным количеством остановок; 2. П.ж. пассажирский, выполняет перевозку пассажиров на короткие, средние и дальние расстояния. В зависимости от классности и расстояния перевозки вагоны П.ж. могут иметь: сидячие и спальные, общие и купированные места.

Поезд круизный (cruise train), железнодорожный пассажирский поезд, перевозящий туристов по специально составленному маршруту с целью их ознакомления с туристскими достопримечательностями в местах остановки поезда. Все пассажирские места в П.к. обычно выкупает туристская фирма. П.к. – такие как «Восточный экспресс», «Транссибирский экспресс» и др. – пользуются большой популярностью у иностранных туристов.

Поезд скорый (fast train), железнодорожный пассажирский поезд, передвигающийся с бóльшей скоростью по сравнению с обычным поездом и делающий меньшее количество остановок. П.с. обычно курсирует при наличии в обращении на данной линии не менее двух поездов.

Поезд туристский (train tourist), специальный комфортабельный поезд, который перевозит туристов по заранее запланированному маршруту с остановками, где для них подготовлена специальная экскурсионная программа, в ходе которой туристы знакомятся с объектами показа или посещают различные мероприятия.

Поезд экспресс (express train), железнодорожный пассажирский поезд, передвигающийся с наибольшей скоростью и минимальным количеством остановок. П.э. имеет в своем составе самые комфортабельные вагоны и предоставляет пассажирам сервис повышенного уровня. См. *Поезд высокоскоростной*.

Поездка в одну сторону (trip one way, half-round trip), в туристской практике встречаются случаи, когда туристы едут по туристской путёвке в одну сторону и остаются в стране пребывания на дополнительное время, а возвращаются домой самостоятельно.

Поездка для лечения (travel for health). См. *Медицинский туризм*.

Поездка на отдых (recreational tourism), туристские путешествия в другие районы, регионы и страны с целью отдыха и развлечения. Как правило, П.о. совершаются в гостиничные комплексы, имеющие специальное оборудование, подготовленный персонал и обладающие благоприятными природно-климатическими условиями, т.е. расположенные на море, в горах, лесопарковых зонах и т.д. См. *Отдых*.

Поездка туристская (tourist trip), путешествие, совершаемое туристами, посетителями с туристскими целями в какое-либо место назначения за пределами обычной среды проживания путешественника, на срок менее года с любой целью (деловая поездка, отдых или иная цель) за исключением цели трудоустройства в месте посещения. П.т. состоит из посещения одного или нескольких различных мест. См. *Туристское посещение*. *Путешествие*.

Поездки с целью кладоискательства (travel for treasure hunting), 1. профессиональные экспедиции археологов с целью проведения раскопок, в том числе в поисках древних кладов; 2. специальные путешествия энтузиастов, целью которых является поиск сокровищ и кладов под землёй, в горах и на морском дне; 3. любительские, приключенческие, развлекательные, познавательные туристские поездки для молодёжи с предоставлением возможности: с помощью драги намыть золотой песок в отходах золоторудных производств, заняться поиском полудрагоценных камней в горах, принять участие в путешествиях по маршрутам древних экспедиций и т.п. См. *Приключенческий туризм*.

Пожарная тревога (fire alarm), специальный звуковой сигнал, предназначенный для оповещения людей о возникновении пожара в здании или сооружении. При срабатывании сигнала П.т. на туристском объекте, средстве размещения и т.д. персонал обязан организованно эвакуировать туристов и действовать согласно внутренней инструкции, утверждён-

ной руководством объекта и согласованной с противопожарными службами.

Пожарный выход (fire exit), эвакуационный выход из здания или сооружения, ведущий непосредственно наружу или в безопасную зону. П.в. называются аварийными, существуют в зданиях, сооружениях, а также на транспорте. См. *Аварийный выход. Запасной выход.*

Позднее бронирование (late booking). См. *Бронирование в последний момент.*

Позднее прибытие (late arrival), прибытие туриста в гостиницу или приезд пассажира на вокзал, в аэропорт на регистрацию и т.д. позднее согласованного или указанного срока.

Поздний завтрак (brunch, late breakfast), первый приём пищи, объединяющий завтрак и ланч. П.з. обычно подаётся между 11.00 часами утра и 14.00 часами дня. П.з. включает: закуски и горячие блюда, а также прохладительные и спиртные напитки. См. *Завтрак.*

Поздний обед (late lunch), приём пищи, объединяющий обед и ужин. П.о. обычно подаётся между 16.00 часами дня и 19.00 часами вечера. П.о. включает различные блюда в соответствии с национальными традициями народов разных стран и регионов. См. *Обед.*

Поздний ужин (late dinner), последний приём пищи, который обычно предлагается между 20.00 и 23.00 часами вечера. П.у. включает различные блюда в соответствии с национальными традициями народов разных стран и регионов. См. *Ужин.*

Позиционирование в туризме (positioning in tourism), формирование конкурентоспособной позиции турфирмы или туристского продукта на туристском рынке за счёт придания ему более привлекательных потребительских свойств и качеств, доступных цен, а также использования других необходимых маркетинговых и рекламных средств.

Познавательный туризм (cognitive tourism). См. *Культурно-познавательный туризм.*

Поисково-спасательные работы (search and rescue operations). 1. Оказание необходимой помощи туристам и экскурсантам при чрезвычайных происшествиях и стихийных бедствиях, которые могут произойти во время совершения путешествий и экскурсий. 2. Соревнования по спортивному туризму, в которых принимают участия команды альпинистских и туристских клубов, образовательных учреждений, поисково-спасательных служб, сотрудники МЧС.

Показ мод (fashion show), публичная демонстрация модной и современной одежды на подиуме в специально оборудованных зрительных залах. П.м. во многих странах стал частью индустрии развлечений и досуга, который привлекает большое число иностранных туристов. См. *Индустрия досуга.*

Показ объекта экскурсоводом (screening facility guide), система целенаправленных действий экскурсовода и экскурсантов, посещение и наблюдение объектов показа под руководством квалифицированного специалиста. П.о.э. представляет собой процесс реализации принципа наглядности, детальный способ ознакомления с экскурсионным объектом или несколькими объектами одно-

временно (например, с памятником архитектуры или архитектурным ансамблем). П.о.э. может рассматриваться как действие (или сумма действий) экскурсовода, направленное на представление объекта или каких-либо процессов и событий.

Показ туристских объектов (showing tourist sites), представление объектов показа во время туристских путешествий и экскурсионных поездок. П.т.о. проводится, как правило, гидами-переводчиками или экскурсоводами, имеющими специальную подготовку и аккредитацию.

Показатели путешествия (indicators of the journey, characteristics of travel), основные характеристики туристской поездки, включающие: главные цели путешествия, продолжительность поездки, уровень размещения, виды транспорта, пункты посещения, расстояния, стоимость и т.д.

Покилометровый билет (mile ticket), тариф железнодорожного билета, который рассчитывается на основе протяжённости проезда в километрах или милях между начальным и конечным пунктами поездки, применяемый в некоторых странах. П.б. обычно более выгоден, чем обычный железнодорожный билет.

Поклонник (fan, pilgrim, worshipper, admirer). 1. П. называли и называют людей, совершающих поклонение святому месту и/или святыне. См. *Паломник*. 2. Восторженный почитатель чего-либо, кого-либо, страстный любитель чего-либо – например, классической музыки или оперного пения. П. тех или иных оперных певцов часто совершают туристские поездки в разные страны, где выступают их кумиры. 3. Ухажёр, кавалер, влюблённый в девушку.

Покупатель (buyer, customer), физическое или юридическое лицо, приобретающее за деньги какие-либо товары или услуги, в том числе туристские.

Покупатель постоянный (long standing customer), человек, постоянно приобретающий товары или услуги у их конкретного продавца или производителя. П.п. – человек, приобретающий туристские путёвки в одной и той же турфирме.

Покупка услуг блоком (sale of services unit), приобретение туристских услуг у туроператора для большой группы туристов или даже для нескольких групп. В этом случае оптовый покупатель туристских услуг приобретает их по льготной цене при условии хотя бы частичной предоплаты.

Полдник (afternoon snack), 1. приём пищи днём в интервале между обедом и ужином, как правило, состоит из небольшого набора лёгких пищевых продуктов и напитков (чая, кофе, соков, кефира и т.д.); 2 приём пищи в полдень; 3. название лёгкой еды для П.; 4. традиционное чаепитие в Великобритании в 17.00 часов пополудни.

Полёт на воздушном шаре (balloon flight), подъём и парение на воздушном шаре для осмотра местности с воздуха, а также в спортивных и рекламных целях. В настоящее время П.в.ш. являются популярным туристским аттракционом на морском побережье и в горной местности во многих странах мира.

Полётное время (flight time), продолжительность полёта самолёта без учёта времени наземных операций, изменения часовых поясов, ожидания регистрации и стыковочных рейсов.

Полис страховой (insurance policy), именной финансовый документ, вручаемый страхователю и удостоверяющий, что лицо застраховано в соответствии с действующим законодательством. П.с. выдаётся страхователю после заключения договора и внесения страховой премии. П.с. свидетельствует об обязательстве страховщика выплатить страхователю некоторую сумму при наступлении страхового случая – такая сумма носит название «компенсация» или «возмещение». П.с. регламентирует отношения между сторонами, поэтому он должен содержать перечисление прав и обязанностей застрахованного туриста и организации, производящей страхование. П.с. обычно содержит: наименование документа; наименование, юридический адрес и банковские реквизиты страховщика; полное наименование или фамилию, имя, отчество страхователя и его адрес; указание объекта страхования; размер страховой суммы; указание страхового риска; размер страхового взноса (взносов), сроки и порядок его внесения; срок действия договора страхования, порядок изменения и прекращения договора страхования; другие условия по соглашению сторон, в том числе дополнения к правилам страхования либо исключения из них; подписи сторон.

Политика государственная в сфере туризма (state policy in the sphere of tourism), система правовой, административной и финансовой поддержки со стороны государства туристской сферы в какой-либо стране, направленная на развитие внутреннего и международного туризма, а также совершенствование национальной туристской инфраструктуры и подготовки отечественных профессиональных кадров.

Полиция (police), разветвлённая система государственных служб и специализированных органов по охране общественной безопасности и порядка. П. осуществляет широкий спектр функций, набор которых в разных странах различается. Наиболее характерной функцией является предупреждение, пресечение, выявление и раскрытие преступлений и других правонарушений. На П. также возлагаются задачи: охраны различных объектов, в том числе туристских, непосредственного поддержания порядка в общественных местах, регулирования дорожного движения, предупреждения аварийности, осуществления административного контроля и надзора в различных сферах деятельности, исполнения решений других государственных органов и т.д.

Полиция туристская (police tourist), специализированное подразделение полиции по охране общественного порядка, существующее в странах с высоким уровнем посещения иностранных туристов. П.т. охраняет туристские объекты, осуществляет предупреждение правонарушений на туристских маршрутах и направлениях, оказывает помощь иностранным гражданам в решении проблем и вопросов, возникающих в стране пребывания.

Полный билет (full fare ticket). См. *Билет полный.*

Полный пансион (full board), вид обслуживания туриста в гостинице, включающего размещение и трёхразовое питание или приём пищи в любое время по его желанию, а также предоставление других бесплатных услуг по усмотрению администрации (FB).

Полный тариф (full fare). См. *Тариф полный*.

Полотенце (towel), изделие из ткани или бумаги, предназначенное для вытирания лица, рук и тела человека, а также каких-либо предметов. П. обязательно входит в состав постельного белья, которое находится в номерах средств размещения. См. *Бельё постельное*.

Полупансион (half board), вид обслуживания туриста в гостинице, включающего размещение и двухразовое питание: завтрак и обед или завтрак и ужин (HB).

Пользователь (user), 1. человек, потребляющий услугу, в том числе туристскую, или использующий приобретенный товар; 2. человек, работающий на компьютере и пользующийся программным продуктом.

Поля исторических сражений (historic battlefield), достопримечательные территории, на которых в прошлом проходили битвы и сражения, имеющие важные исторические последствия для страны или для нескольких государств и народов. П.и.с. представляют собой особый тип территорий, как правило, охраняемых государством в форме историко-культурных музеев-заповедников и т.д. Перед специалистами музеев-заповедников и других организаций, занимающихся изучением исторических сражений, стоят задачи по сохранению объектов военно-исторического наследия и ландшафта, связанного с конкретным сражением, вошедшим в историю государства. Факторы формирования П.и.с.:
- первичный природный и культурный ландшафт П.и.с.;
- сохранившийся военно-исторический ландшафт, сформированный в результате боевых действий на территории П.и.с.;
- мемориализация ландшафта П.и.с. различными знаками, памятниками, сохранением и реконструкцией оборонительных сооружений, а также создание музея с внутренней экспозицией и объектов туристской инфраструктуры.

В России известные и охраняемые П.и.с.: Куликово поле, Бородинское поле, поле Прохоровского танкового сражения на Курской дуге, Новороссийский исторический музей-заповедник «Малая Земля», музей-заповедник «Прорыв блокады Ленинграда», музей-заповедник «Ледовое побоище» и др. Известные во всём мире П.и.с. в других странах: Аустерлиц, Ватерлоо, Гастингс, Грюнвальд и др. Мемориальные мероприятия и реконструкции сражений и битв привлекают на П.и.с. многочисленных туристов, особенно в юбилейные годы. См. *Музеи-заповедники в Российской Федерации*.

Полярная ночь (polar night), период года в полярных областях Земли, когда Солнце более 24 часов не появляется из-за горизонта и прямое солнечное излучение отсутствует. Самая короткая П.н., почти 2 суток, наблюдается на широте ок. 67°24′ с.ш., определяемой как широта Северного полярного круга ок. 66°34′ с.ш.; самая длинная — на Южном полюсе, чуть менее 6 мес. П.н. является следствием наклона оси вращения Земли к плоскости эклиптики, угол наклона составляет приблизительно 23°26′.

Полярное сияние (aurora), природное явление, которое заключается в свечении разреженных верхних слоев атмосферы Земли и других планет, обусловленное столкновением на высоте до 1000 км электронов и протонов, попавших в атмосферу из

космического пространства, с молекулами и атомами воздуха. Взаимные ударения частиц с молекулами азота и кислорода возбуждают последние, заряжая их высокой энергией и делая видимыми в ночном небе высоких широт – это удивительной красоты всполохи на полнеба, подвижные ленты и отдельные лучи белого, красного, фиолетового, жёлтого или зелёного цвета. П.с. привлекает в осеннее и зимнее время года в северные страны туристов, с целью наблюдения этого уникального явления природы.

Полярный день (polar day), часть года в полярных областях Земли, когда Солнце не заходит за горизонт. См. *Полярная ночь*.

Полярный климат (polar climate), представляет собой длительную и холодную зиму, короткое и прохладное лето; П.к. характерен для арктических и антарктических регионов Земли. Минимальные значения температуры в этих регионах иногда достигают −55-60°С; для летних месяцев характерна средняя температура, близкая к 0°С; среднегодовая температура воздуха – отрицательная.

Полярный туризм (polar tourism), подвид природного и научного туризма, представляющий собой путешествия в полярные регионы Земли, прежде всего, на Северный и Южный полюса. П.т. представляет собой поездки в полярные регионы в разное время года – на кораблях (круизные путешествия), самолётах; а также возможен в составе научных экспедиций. См. *Циркумполярный туризм*.

Поместье (estate). См. *Усадьба*.

Помещения общего пользования (common areas), в средствах размещения: вестибюли, холлы и коридоры этажей, лестничные марши, общественные туалеты, рестораны, кафе, бары, игровые комнаты, интернет-холлы, тренажёрные и спортивные залы.

Помощь медицинская (help medical), комплекс медицинских мероприятий, проводимых заболевшему или пострадавшему туристу в медицинском учреждении на основании медицинской страховки. См. *Первая медицинская помощь*. *Медицинское страхование*.

Понижение класса обслуживания (downgrade), предоставление туристских услуг более низкого качества – либо по желанию туриста, либо вследствие невозможности исполнить заказанную услугу необходимого качества со стороны турфирмы, гостиницы и т.д. Во втором случае туристу со стороны продавца услуги должна быть выплачена компенсация, если другое не указано в договоре на туристское обслуживание.

Понижение цены (price reduction, mark down), в туризме уменьшение изначально установленной цены при сокращении потребительского спроса на туристские услуги или при форс-мажорных обстоятельствах, а также под давлением оптового покупателя. См. *Ценообразование в туризме*.

Поощрительный тур (promotional tour), туристская поездка, оплачиваемая или организованная предприятием, с целью поощрения сотрудников за хорошую работу и стимулирования дальнейшей успешной профессиональной деятельности.

Попутчик (traveling companion), 1. родственник, друг или знакомый,

сопровождающий туриста в поездке; 2. незнакомый человек, с которым турист оказался случайным образом вместе в путешествии.

Порог рентабельности (threshold of profitability), результат экономической деятельности предприятия, в том числе туристской фирмы, когда по итогам сезона или финансового года доходы равняются расходам, поэтому у предприятия не остаётся прибыли. При этом компания, не получая прибыли, может покрыть все свои текущие расходы.

Порожний рейс (empty flight), 1. в авиации – пустой рейс самолёта без пассажиров при выполнении первой и последней чартерной перевозки туристов; 2. в наземном транспорте – перегон заказанного автобуса или автомобиля от автопредприятия до места посадки пассажиров.

Порт (port, harbour), участок берега моря, озера, водохранилища или реки с прилегающей водной площадью (акваторией), обычно защищённый от воздействия волн и оборудованный всем необходимым для стоянки судов, а также причалами для посадки и высадки пассажиров, складирования грузов, выполнения погрузочно-разгрузочных и других работ. В П. обычно имеется морской или речной вокзал, предназначенный для приёма и отправки пассажиров в плавание. В инфраструктуру П., как правило, входят транспортные узлы, связывающие водный и сухопутный виды транспорта.

Порт захода корабля (port of call of the ship), морской, речной или другой порт, в который согласно с установленным маршрутом заходит на стоянку регулярное или круизное судно. В П.з.к. пассажиры могут покинуть корабль или сесть на него, а также принять участие в экскурсионной программе.

Порт назначения (port of destination), морской, речной или другой порт, который, согласно установленному маршруту является конечным для всех пассажиров.

Порт приписки корабля (port of registry of the ship, home port), морской, речной или другой порт какой-либо страны, в котором в судовом реестре портового управления зарегистрировано конкретное судно. Наименование П.п.к. должно быть указано на борту судна вместе с его названием.

Портовый сбор (port charges), особая категория платежей, взимаемых в морских и речных портах с различных судов, а также с перевозимых ими грузов и пассажиров по установленным тарифам. П.с. представляет собой установленную денежную сумму, которую судовладелец уплачивает портовой администрации за право стоянки его судна в порту. Размер П.с. зависит от вместимости судна, продолжительности стоянки, количества груза и пассажиров, а также других условий. Величина П.с. влияет на стоимость водного путешествия туриста.

Портфель экскурсовода (portfolio guide), комплект вспомогательных материалов, обеспечивающих экскурсоводу необходимое раскрытие темы в процессе проведения экскурсии. П.э. формируется специально для каждой экскурсионной темы и может включать видео- и аудионосители, иллюстрации, литературные источники, рисунки, схемы, географические карты, фотографии персонажей по данной экскурсионной теме и другие демонстрационные материалы.

В процессе экскурсии эти материалы позволяют, например, визуально восстановить и реконструировать утраченные и перестроенные объекты показа, создать музыкальный фон, отвечающий теме, напомнить музыкальное или литературное произведение, предметно рассказать об искусственных и природных объектах, наполнить экскурсию различными образами. Материалы, включённые в П.э., должны отвечать требованиям экскурсионной методики, целесообразности использования, удобства восприятия членами экскурсионной группы и в результате – усиливать познавательную ценность экскурсии. Материалы должны быть разложены в П.э. по определённой логической системе, отвечающей последовательности их использования в процессе проведения экскурсии. Обеспечение долговременной сохранности материалов П.э. достигается путём их наклеивания на жёсткий картон и ламинирования. Состав П.э. практикующий экскурсовод обычно совершенствует, корректируя и дополняя новыми материалами.

Портшез (take a sedan chair). См. *Паланкин*.

Портье (porter), сотрудник службы приёма и размещения гостиницы. П., является сотрудником гостиницы, работает в сменном режиме, оказывает услуги по приёму и регистрации гостей, в закреплении за ними необходимых номеров, в получении оплаты за гостиничные и дополнительные услуги, в выдаче ключей от гостиничных номеров, а также оформлении выезда клиентов и др.

Поручни (handrail), часть оградительной конструкции лестниц и пандусов, на которую опирается человек при движении для соблюдения равновесия и устойчивости. Также П. являются составной частью трапа на судне, обеспечивая безопасность прохождения по нему пассажиров.

Посадка в транспортное средство (embarking, boarding), перемещение пассажиров из морского или железнодорожного вокзала, аэропорта в транспортное средство, в котором они занимают места согласно купленным билетам, в специально отведённое время для этой процедуры.

Посадка самолёта (plane landing). См. *Приземление самолёта*.

Посадочные формальности (boarding formalities), обязательные контрольные процедуры, осуществляемые персоналом при посадке в самолёт, на поезд или морское судно: предъявление пассажиром паспорта, билета или посадочного талона.

Посадочный приоритет (boarding priority), порядок посадки пассажиров в транспортное средство в соответствии с различными типами билетов по классности и тарификации.

Посадочный талон (boarding pass, boarding card), документ в виде специальной карточки, которая подтверждает право пассажира на посадку в самолёт, морское судно и другие транспортные средства. П.т. выдаётся на основании регистрации пассажира на авиарейс или в морской круиз в аэропорту или морском терминале. На контроле непосредственно у выхода на посадку в транспортное средство пассажир предъявляет П.т. После прохождения контроля пассажиру передаётся отрывной корешок П.т. См. *Пассажирский билет*.

Поселение в средство размещения (settlement in the accommoda-

tion facility, rooming), определение и оформление забронированного номера для туриста у стойки регистрации, его сопровождение и поднос багажа, показ номера и оборудования в нём, объяснение правил и порядка пользования телевизором, кондиционером, мини-баром, а также подключения к сети Интернет.

Поселение без бронирования (settlement without a reservation, walk-in), размещение в гостинице гостя без предварительного бронирования, в любой свободный номер. В этом случае администрация вправе попросить туриста подождать, пока номер будет убран, и только после этого произвести его поселение.

Посетитель (visitor), турист, путешественник, совершающий поездку в какое-либо место назначения, находящееся за пределами его обычной среды проживания, на срок менее полугода с любой основной целью (отдых, деловая поездка, оздоровление, личная цель и т.д.) за исключением цели, связанной с трудоустройством на предприятие или в организацию, зарегистрированные в стране или месте пребывания.

Посещение туристское (visiting tourist), пребывание, остановка и ночёвка во время туристской поездки в определённом месте. Въезд в какой-либо географический пункт, регион или район без остановки или ночёвки на его территории не является П.т. См. *Транзит. Транзитная зона.*

Послеобеденное чаепитие (afternoon tea). См. *Полдник.*

Посол (ambassador), дипломатический представитель высшего ранга своего государства в иностранном государстве (в нескольких государствах по совместительству) и в международных организациях.

Посольство (embassy), постоянное дипломатическое представительство какого-либо государства, учреждённое на территории другого государства для поддержания дипломатических отношений между ними, возглавляемое чрезвычайным и полномочным послом. Вопросы туризма в П. находятся в ведении консула, атташе по культуре, в некоторых странах вводится должность советника или атташе по туризму.

Посредник туристский (mediator of tourism), какое-либо физическое или юридическое лицо, занимающееся посредническими операциями по розничной продаже турпакетов или отдельных туристских и транспортных услуг. В некоторых странах эта деятельность лицензируется.

Пост (abstinence). 1. В различных религиях воздержание на определённый срок от развлечений и приёма пищи или отдельных её видов. П. в Православии представляет собой определённый Церковью период времени, в течение которого верующий человек ограничивает себя или воздерживается вовсе от греховных поступков и дел, развлечений, супружеских отношений, потребления скоромной пищи, определённых продуктов питания и крепких спиртных напитков с целью концентрации внимания на духовно-нравственных устремлениях и идеалах. П. разделяются на многодневные (Великий П., Петров П., Успенский П., Рождественский П.) и однодневные (среды и пятницы в течение всего года, за исключением сплошных седмиц и Святок, Воздвижение Креста Господня, Усекновение главы св. пророка

Иоанна Предтечи и Крещенский сочельник). Период подготовки к таинству Причащения предполагает соблюдение христианином П. Для говеющих паломников достаточно строго поститься (не вкушать мяса) в день накануне причастия. В целом же ограничение в приёме определенных видов пищи требует разумного, дифференцированного подхода. Употребление необходимых лекарств (например, при наличии диабета, гипертонии и других заболеваний) и чистка зубов перед литургией не являются нарушением П., а следовательно, и препятствием к таинству Причащения. В случае, когда паломник из Русской Православной Церкви (РПЦ) находится на канонической территории такой Поместной Православной Церкви, которая придерживается нового стиля, то в период П. ему следует придерживаться церковного календаря, используемого в РПЦ (старого стиля), т.е. допустимо участвовать в общей молитве за праздничным богослужением и даже в трапезе, соблюдая, однако, воздержание. В этом случае меру послабления П. каждый определяет для себя сам. 2. В военном деле место или участок местности, порученный для охраны или обороны часовому или нескольким часовым, в том числе П. пограничный. П. около мемориалов или государственных резиденций являются объектами туристского интереса и показа.

Поставщики услуг (supplier of services, service provider), все предприятия туристской индустрии: средства размещения, организации общественного питания или транспортного обслуживания и т.д., предоставляющие по договору с туроператорами и другими туристскими фирмами,атакжетуристами,различные услуги.

Постельное бельё (bed linen). См. *Бельё постельное*.

Посткруизный тур (postcruise tour, post cruise package), туристские поездки и экскурсии для участников морского круиза, задержавшихся по каким-либо причинам на несколько дней в порту назначения, после завершения круиза.

Постоялец гостиницы (hotel guest), турист, проживающий в каком-либо средстве размещения, оплативший и пользующийся его услугами. См. *Гость*.

Постоялый двор (coaching inn), исторический термин, обозначающий в древности средство размещения во многих странах, как правило, для постоя простых людей. П.д. были обычно частными предприятиями и строились в городах, сёлах и на перекрёстках дорог. См. *Гостиный двор*. *Трактир*.

Постоянная загрузка гостиничных номеров (constant download of hotel rooms, back-to-back accommodation), организация постоянного использования номеров гостиницы, которая заключается в том, что сразу после отъезда туристов освободившиеся номера заселяют другие гости.

Постоянная загрузка транспорта (back-to-back occupancy of transport), чартерная система транспортных перевозок, не предусматривающая порожних рейсов или простоев самолётов, междугородних автобусов и т.д.

Постоянное место жительства (permanent residence), в туристской сфере принято считать П.м.ж. конкретный географический пункт, где турист или путешественник проживает на

постоянной основе, независимо от его правового отношения к недвижимости, в которой он находится. При этом в соответствии с законодательством страны проживания физическое лицо, т.е. турист должен быть зарегистрирован и иметь соответствующие документы, которые подтверждают его П.м.ж.

Постоянный туризм (continuous tourism), равномерное посещение туристами стран, районов и населенных пунктов в течение года.

Поступления от иностранного туризма (receipts from foreign tourism), валютные доходы страны, региона, туристской фирмы от продажи иностранным туристам услуг и потребительских товаров. Учёт поступлений от иностранного туризма ведётся по двум статьям: поступления от продажи услуг и товаров, а также поступления от перевозки иностранцев на международных линиях национальными транспортными средствами.

Посыльный в гостинице (bellboy at the hotel), сотрудник средства размещения, выполняющий разнообразные, в основном мелкие, поручения гостей: отправление и доставку почты, подноску свёртков и пакетов, покупку мелких вещей и т.д.

Потенциал туристский (potential of tourism). См. *Туристский потенциал*.

Поток туристский (flow of tourist), число туристов, совершающих поездки в тот или иной город, регион или страну в течение определенного времени. Изучение П.т. позволяет выявлять наиболее привлекательные дестинации, сезонные колебания посещений, прогнозировать развитие туризма. При оценке международных П.т. используются данные пограничных служб или информация статистических организаций. П.т. выражается в количестве туристских прибытий и отбытий за конкретный период времени.

Потребитель туристской услуги (consumer of tourist services), турист, путешественник, посетитель, экскурсант, заказавший, приобретший и/или использующий туристские услуги и товары исключительно для личного потребления, не связанные с извлечением прибыли при перепродаже третьим лицам. П.т.у. в XXI в. – это информированный, активный, самостоятельный и критически относящийся к предлагаемым ему услугам и уровню обслуживания турист. П.т.у. в настоящее время желает получать калейдоскоп впечатлений, под влиянием множества и разнообразия предложений часто он существенно меняет своё поведение и планы во время поездки.

Потребительские товары длительного использования (consumer durable goods), товары, которые могут быть использованы для потребления неоднократно или постоянно в течение года или более, при условии нормальных или средних норм их физической эксплуатации. Например, в туризме: походная палатка, лыжи, велосипед и т.д. При их приобретении производителями туристских и прочих услуг они рассматриваются в качестве основного капитала, используемого в рамках производственного процесса, как это имеет место в отношении транспортных средств, компьютеров, средств связи и т.д. Они приобретаются как товары длительного пользования в сфере туризма.

Потребление, относящееся к внутреннему туризму (consumption related to domestic tourism), представ-

ляет собой потребление туристских услуг и товаров посетителем-резидентом в пределах экономики страны, где он проживает.

Потребление, относящееся к въездному туризму (consumption related to inbound tourism), представляет собой потребление туристских услуг и товаров посетителями-нерезидентами в пределах экономики страны, которую они посетили.

Потребление, относящееся к выездному туризму (consumption referring to outbound tourism), представляет собой потребление туристских услуг и товаров посетителями-резидентами за пределами экономики страны, где они проживают.

Потребление, относящееся к национальному туризму (consumption relative to the national tourism), представляет собой потребление туристских услуг и товаров посетителями-резидентами в пределах и за пределами экономики страны, где они проживают. Это – сумма показателей потребления, относящихся к внутреннему туризму и выездному туризму.

Потребление, относящееся к туризму внутри страны (consumption related to tourism within the country), это понятие включает потребление туристских услуг и товаров посетителями, являющимися как резидентами, так и нерезидентами, в пределах экономики конкретной страны. Это – сумма показателей потребления, относящихся к внутреннему и въездному туризму.

Потребление туристское (consumption of tourism), представляет собой расходование средств туристов с целью приобретения туристских услуг и товаров для удовлетворения туристских потребностей в месте пребывания в определённое время.

Потребности туриста (needs of tourists), выражаются в спросе на услуги, события и развлечения, носящие самый разнообразный характер. По мере приобретения туристом опыта путешествий у него возникают новые потребности, которые приводят к появлению новых видов туризма и услуг.

Поход туристский (camping tourist), путешествие одного или нескольких человек по определённому маршруту, как правило, заранее разработанному и с различными целями: культурно-познавательными, спортивными, оздоровительными и т.д. Продолжительность П.т. составляет обычно от 1-2 до 15-20 дней с активными способами передвижения (пешком, на лыжах, на велосипеде, на гребных судах) по всему маршруту. П.т., совершаемый в научно-исследовательских целях, называют *туристской экспедицией*.

Поход выходного дня (weekend tour), путешествие продолжительностью от 1 до трёх 3, который осуществляется в выходные дни, как правило, с пятницы до воскресения (возможны другие дни недели), с оздоровительными, культурно-познавательными и другими целями.

Походная кухня (field kitchen), совокупность средств и методов приготовления пищи в походных условиях. В период посещения туристами и паломниками различных массовых светских и религиозных мероприятий, во время которых устраиваются палаточные городки, используются, как правило, П.к. армейского образца.

Походное снаряжение (field equipment), экипировка туриста, которая включает личное снаряжение (одежда, обувь, спальный мешок, личные вещи, медикоменты и т.д.), групповое снаряжение (палатки, верёвки, примус, кухонные принадлежности и т.д.), специальное снаряжение для выполнения задач, связанных с целью похода (туристское или альпинистское снаряжение). Общие требования к П.с.: безопасность в эксплуатации, прочность, минимальный вес и объём, многофункциональность, простота в использовании, комфортность, гигиеничность, эстетичность.

Почта (post, post office, postal service, mail), 1. государственное учреждение, занимающееся пересылкой и доставкой писем, телеграмм, бандеролей и посылок; 2. здание или помещение, где располагается почтовый офис или отделение; 3. корреспонденция, письма и прочие отправления, доставленные почтой материалы; 4. средства электронной коммуникации, позволяющие получать и отправлять текстовые и видеопослания. См. *Электронная почта*.

Почтовые расходы (postage), почтовый сбор, т.е. оплата любого почтового отправления (письма, телеграммы, посылки и т.д.) в соответствии с установленными тарифами.

Пошлина (duty), денежный сбор, взимаемый государственными органами с физических и юридических лиц за предоставление каких-либо видов услуг и осуществление различных функций в размерах, определённых государственными нормативными документами. Например, *таможенная П.*

Пошлина таможенная (duty customs), денежный сбор, взимаемый таможенными службами с физических и юридических лиц за товары, пропускаемые через государственную границу, в соответствии с установленными государством перечнем, нормами и тарифами. Предметы, провозимые иностранными туристами для личного потребления в стране пребывания, П.т. не облагаются.

Поэтажно-хозяйственная служба (floor-business service, housekeeping), представляет собой наиболее многочисленную структуру в системе управления любой гостиницы. Сотрудники П.-х.с. убирают и содержат в чистоте и порядке гостиничные номера и инфраструктуру отеля. Во главе П.-х.с. стоит руководитель, которому подчиняются: инспектора или «супервайзеры» (старшие по этажу), менеджер прачечной, ремонтные рабочие, а также горничные – самая многочисленная группа сотрудников любой гостиницы, занимающаяся проведением уборочных работ в гостиничных номерах и общественных зонах.

Пояс спасательный (lifebelt). 1. Спасательное средство, изготовленное из нетонущих материалов, предназначенное для спасения пассажиров и команды судов в случае кораблекрушения, а также для пассажиров и команды самолёта, упавшего в море. 2. Спасательное средство, предназначенное для страховки работающих в замкнутых пространствах, а также для их экстренной эвакуации при пожаре, взрыве или при потере сознания.

Права водительские (driving licence), официальный государственный документ, удостоверяющий право взрослого человека, в том числе туриста, на вождение автомобиля. Для поездки автотуристов в зарубежные

страны водитель автомобиля обязан иметь П.в. международного образца.

Права и обязанности паломника (pilgrim's rights and duties), определяются законодательными актами и другими нормативными документами, регламентирующими права и обязанности потребителей, в том числе паломников, в условиях перемещения по своей стране и в зарубежных поездках. При этом паломники также руководствуются традициями и установлениями своей религии при осуществлении паломничества.

Права и обязанности туриста (rights and duties of tourist), определяются законодательными актами и нормативными документами, устанавливающими и регламентирующими права и обязанности потребителей: туристов и других категорий граждан в условиях перемещения по своей стране и в зарубежных поездках.

Права и обязанности сопровождающего (guide's rights and duties). См. *Сопровождение туристов*.

Права и обязанности экскурсовода (rights and responsibilities guide). Обязанности экскурсовода:
- собирать и изучать исторические материалы и документы архивов и библиотек, статистические данные, содержащие сведения об экскурсионных объектах;
- знать технику экскурсионных рассказов, публичных выступлений, ответов на вопросы;
- получать информацию о месте и времени прибытия туристов, организовывать встречу туристов в условленном месте, устанавливать численность группы и принадлежность туристов к группе, проводить протокольные мероприятия;
- уметь выбирать оптимальное месторасположение туристской группы для проведения экскурсии;
- быть готовым читать экскурсионные лекции по культуре и истории, рассказывать о традициях и обычаях региона, страны или дестинации, знакомить туристов с местными достопримечательностями;
- использовать микрофон, усилительные средства при публичных чтениях и выступлениях;
- уметь вести экскурсию по музею или культурному центру, сопровождать экскурсионными пояснениями и рассказами осмотр и показ экспозиций;
- проводить инструктаж по соблюдению мер безопасности и предосторожности при осмотре туристами достопримечательностей, объектов, экспозиций и т.д.;
- отвечать на общие и профессиональные вопросы туристов по теме экскурсии;
- вести беседу с туристами и при необходимости выполнять обязанности переводчика;
- заполнять экскурсионные путёвки и иную экскурсионную документацию;
- в случае заболевания туристов, получения травм, наступления иных медицинских случаев уметь оказывать первую медицинскую помощь, организовать вызов скорой помощи или спасателей;
- координировать поведение группы при наступлении чрезвычайной ситуации, оказывать первую необходимую помощь, принять меры к устранению паники, сообщить соответствующим государственным организациям о возникновении чрезвычайных ситуаций;
- организовать отъезд туристской группы с места экскурсии (проверять наличие необходимых документов; контролировать состав группы).

Права экскурсовода:
- участвовать в обсуждении проектов решений руководителя организации;
- принимать участие в подготовке экскурсионной поездки;
- запрашивать и получать от структурных подразделений и работников экскурсионного бюро и других необходимую информацию и документы;
- подписывать и визировать документы в пределах своей компетенции;
- давать указания, обязательные для исполнения работниками экскурсионных организаций;
- участвовать в обсуждении вопросов, касающихся исполняемых им должностных обязанностей;
- требовать от своего непосредственного руководителя оказания содействия в исполнении своих должностных обязанностей и прав.

Правила (rules), форма нормативно-правового акта, которым определяется порядок осуществления какого-либо рода деятельности и требования по его соблюдению. Например: П. пользования отдельными видами транспорта, П. гостиничного обслуживания, П. внутреннего трудового распорядка и т.д.

Правила безопасности (safety regulation), в туризме это предписание, устанавливающее порядок обеспечения безопасности туристов на маршруте во время путешествия, пассажиров транспортного средства, гостей средства размещения, посетителей туристского офиса, а также сотрудников этих и других учреждений.

Правила оказания услуг по реализации туристского продукта (terms of service delivery of the tourist product), в России утверждены Правительством Российской Федерации. Указанные правила определяют порядок оказания услуг по реализации туристского продукта, содержат требования к организаторам туристских поездок и предоставляемой ими информации об оказываемых ими услугах, определяют порядок заключения, исполнения, изменения и прекращения договора о реализации туристского продукта, а также порядок предъявления претензий и ответственность сторон по договору о реализации туристского продукта.

Правила таможенные (customs regulations). См. *Таможенные правила*.

Правила туристского обслуживания (rules of travel services), нормативно-правовые акты, т.е. обязательные для исполнения государственные законы и предписания постоянного или временного характера, рассчитанные на многократное применение. В указанных актах должны содержаться требования к услугам туроператоров и турагентов, а также общие правила организации туристских поездок и реализации туристского продукта. См. *Туристские стандарты*.

Правило выходного дня (sunday rule), представляет собой понижение тарифа транспортных организаций, средств размещения и других предприятий во время путешествий туристов в выходные дни, при условии ночёвки и переездов в субботу и/или воскресенье.

Право выбора (right to choose, option), возможность выбора туристом различных вариантов маршрута или экскурсионных программ, предлагаемых в рамках сформированного тура или имеющихся возможностей туристской фирмы.

Право исключительное (exclusive right), условие соглашения, в соот-

ветствии с которым одна сторона предоставляет другой стороне право выступать единственным продавцом или покупателем её услуг и товаров в пределах какой-либо дестинации, страны, региона, обязуясь не предоставлять таких прав другим лицам. Так, например, П.и. часто предоставляется туристским фирмам, назначенным генеральными агентами по проведению различных международных конгрессов, конференций, выставок и т.д.

Право на страховую выплату (right to insurance payment). См. *Страхование в туризме*.

Правовое обеспечение туризма (legal support of tourism). 1. Система законодательных и нормативно-правовых актов, регулирующих туристскую и экскурсионную деятельность, а также работу транспортных организаций, предприятий средств размещения и общественного питания в Российской Федерации и других странах. Национальное туристское законодательство базируется на международных конвенциях, декларациях, рекомендациях и решениях ООН, ЮНВТО, ЮНЕСКО и других международных объединений. 2. Учебная программа в высших учебных заведениях.

Правостороннее движение (right-hand traffic), принятая во многих странах организация движения автомобильного транспорта по правой стороне дороги, когда разделительная полоса дороги находится слева от автомобиля, а тротуар – справа. См. *Левостороннее движение*.

Правый борт (starboard), правая сторона по ходу движения или носовой части судна, самолёта и т.д. См. *Левый борт*.

Праздник (holiday, celebration), торжественный день, установленный по случаю какого-нибудь события, и само такое торжество. Различают: государственные, военные, религиозные, туристские, спортивные, социокультурные, сельскохозяйственные и другие П. Также проводятся П.: в честь начала и завершения сезонных работ, семейные, региональные, городские, районные, местные, в честь времени года (Новый год) и др. Проведение П. в различных странах привлекает множество туристов.

Прайс-лист (price list), справочник цен на услуги и товары, продаваемые в туристских организациях, транспортных предприятиях и средствах размещения, а также в торговых организациях. См. *Прейскурант*.

Прачечная (laundry), помещение в гостинице, где производится централизованная стирка использованного спального, банного и столового белья, спецодежды служащих, а также носильных вещей по заказам посетителей. В некоторых средствах размещения организуется П., где проживающие туристы могут самостоятельно постирать свои носильные вещи.

Превышение нормы багажа (excess baggage allowance). См. *Перевес багажа*.

Предварительная оплата (prepayment). См. *Оплата предварительная*.

Предварительное бронирование (advance booking), заблаговременный заказ туристских, транспортных и других услуг, позволяющий получить самые большие скидки.

Предельная цена (limit price), максимальная стоимость, устанавлива-

емая на определённое время (высокий сезон) администрациями средств размещения или авиационных предприятий, как правило, по взаимному соглашению.

Предельно допустимое воздействие (maximum permissible exposure), максимально допустимая степень воздействия человека на окружающую среду, не приводящая к её безвозвратному нарушению или исчезновению. Эти нормативы устанавливаются администрациями охраняемых территорий, которые, таким образом, регулируют туристские потоки в этих местах.

Предкруизный тур (pre cruise package), туристские или экскурсионные поездки, организованные для пассажиров морского круиза, прибывающих в порт отправления судна за несколько дней до отплытия.

Предложение паломнических услуг (offer of pilgrim services), комплекс мер, направленных на информирование потенциальных участников паломнических поездок о предполагаемых путешествиях. П.п.у. осуществляется современными средствами массовой информации (пресса, радио, телевидение, Интернет) и рекламы, а также через епархии, приходы и благочиния Русской Православной Церкви.

Предложение туристских услуг (offer of tourism services), комплекс мер, направленных на информирование потенциальных участников туристских поездок о предполагаемых путешествиях. П.т.у., как правило, представляет собой заявление в различной форме участника туристского рынка продать по определённой цене *туристские услуги*. См. *Оферта*.

Предметы оснащения номера (items of equipment rooms), в средствах размещения:
- мебель (кровать, тумбочка, стол, кресла, стулья, вешалка и т.д.);
- предметы интерьера;
- осветительные приборы, телевизор, телефон, холодильник, компьютер;
- посуда, столовые приборы, инвентарь, ковры;
- аксессуары гостеприимства;
- рекламно-информационные материалы, используемые для оснащения гостиничного номера, и т.д.

Предоплата (pre payment). См. *Предварительная оплата*.

Предполагаемое время отправления (estimated time of departure). См. *Расчётное время отправления*.

Предполагаемое время прибытия (estimated time of arrival). См. *Расчётное время прибытия*.

Предприятия общественного питания (public catering enterprises), общее название организаций, предоставляющих услуги питания и производства кулинарных изделий для местного населения и туристов. К П.о.п. относятся: рестораны, кафе, столовые, бары, закусочные, пиццерии, магазины-кулинарии, ларьки и киоски по продаже напитков и лёгкой пищи, а также кафетерии, молочные, пивные, пельменные, закусочные, пирожковые, пышечные и т.д. П.о.п. располагаются в городах и крупных сельских поселениях в доступных общественных местах. Наиболее известные сети П.о.п. в России: «Ёлки-палки», «Русское бистро», «Кафемания», «Волконский», «Тарас Бульба», «Теремок» и др.

Предприятие размещения (lodging company). См. *Средство размещения*.

Предприятие транспортное (company transport), в туризме это организация, которая предоставляет транспортные услуги и обеспечивает процесс перевозки пассажиров, грузов и багажа как самостоятельно, так и во взаимодействии с другими транспортными компаниями и туристскими фирмами. П.т. также оказывают различные виды сопутствующих услуг.

Предприятие туристское (enterprise tourist). См. *Компания туристская.*

Представитель паломнической службы (pilgrim's service representative), юридическое или физическое лицо, действующее по доверенности и/или от имени паломнической службы по продвижению и организации паломнических поездок и услуг, предложенных паломнической службой. П.п.с. также осуществляет продажу и реализацию отдельных услуг паломникам: сопровождение, бронирование транспортных билетов или мест в гостинице, оформление выездных документов за рубеж и т.д.

Представитель туристской фирмы (representative of tourist firm), сотрудник турфирмы или нанятый специалист, который представляет интересы туристской фирмы и действует от её имени, в том числе может осуществлять контроль качества предоставления услуг туристам, направленным в путешествие по линии нанявшей его турфирмы.

Представительские расходы (representation expenses), финансовые средства, заложенные в бюджете туристских фирм, средств размещения или транспортных предприятий, для использования их на организацию и проведение обслуживания деловых партнёров во время встреч и переговоров (деловые завтраки или обеды, поездки для осмотра туристских объектов и т.д.)

Представительство (representation), в туризме – обособленное подразделение юридического лица (туроператора, турагентства, транспортной компании и т.д.), расположенное вне места его постоянного нахождения, которое представляет интересы своей организации, осуществляет их защиту, а также может продавать услуги, осуществлять рекламную и информационную деятельность. П., как правило, не является юридическим лицом, наделяется имуществом создавшей его организацией и действует на основании утверждённых положений.

Представительство национальной туристской администрации за рубежом (office of national tourism administration overseas, government travel burean), зарубежное представительство национальной туристской администрации представляет её интересы, занимается рекламой и пропагандой поездок иностранных туристов в представляемую им страну. Также представительство совместно с посольством решает вопросы и проблемы, возникающие у туристов своего государства в стране пребывания. Расходы на содержание правительственных туристских бюро покрываются за счёт государственного бюджета.

Предупреждение письменное (warning notice), извещение в письменной форме, предупреждающее о чём-либо – например, о невозможности предоставления какой-нибудь услуги в средстве размещения, – а также предупреждает туристов о возможности террористических актов в стране пребывания или информирует на

морском пляже об опасности купания в штормовую погоду и т.д.

Предупреждение о чрезвычайной ситуации (warning emergency), информирование населения и туристов о потенциальных природных и техногенных угрозах на территории проживания всеми возможными способами, в том числе через громкоговорители, установленные в средствах размещения, на пляжах, в предприятиях питания, аэропортах, вокзалах, в местах проведения массовых мероприятий. П.ч.с. также передаются через СМИ, телевидение, радио, телефоны и гаджеты.

Презентация турпродукта (presentation of tourism products), рекламно-информационное представление туристского продукта их продавцом или поставщиком для работников туристских фирм, средств массовой информации и общественных учреждений с целью его продвижения на туристском рынке. П.т. проводится в открытой или закрытой аудитории и состоит из устной информации о турпродукте, показа видеофильмов, раздачи рекламной литературы и т.д.

Президентский номер (presidential suite), самый дорогой тип гостиничного номера; как правило, П.н. оборудуются в пяти- и шестизвёздочных отелях. Никаких стандартов в организации П.н. не существует. Обычно в П.н. имеются: две-три спальни, кабинет, иногда комната для охраны или врача, два-три туалета, две-три ванных комнаты, гостиная, переговорная, зимний сад, тренажёрный зал и т.д.

Прейскурант (price-list), в туризме – информационный справочник цен на туристские продукты, товары и разного рода услуги, специальным образом оформленный. См. *Прайс-лист.*

Премия за хорошую работу (incentive payment, bonus), денежное или иное материальное поощрение, оказываемое наёмным работникам предприятия в награду за хорошую работу. В туристских фирмах таким поощрением часто бывает предоставление работнику бесплатной туристской поездки за границу.

Премия страховая (insurance premium), установленный по закону или договору страхования денежный взнос, который страхователь оплачивает страховой компании при покупке страхового полиса.

Преображенский Владимир Сергеевич (1918-1998), известный российский учёный географ, один из основоположников теории рекреационной географии, доктор географических наук, профессор, академик РАЕН, Заслуженный деятель науки Российской Федерации. П. родился в 1918 г. в селе Сапогово Курской губернии в семье врача-психиатра. В 1936-1941 гг. учился на географическом факультете МГУ им М.В. Ломоносова. Во время Великой Отечественной войны служил в действующей армии (два года на 4-м Украинском фронте) офицером-рекогносцировщиком. П. в 1947 г. поступил на работу в Институт географии АН СССР, где трудился до конца своей жизни; окончил аспирантуру, в 1953 г. защитил кандидатскую диссертацию, в 1965 г. – докторскую, а в 1970 г. утверждён в звании профессора. В 1965-1986 гг. П. руководил отделом физической географии, в 1986-1987 гг. – отделом методологии исследования геосистем. В 1976-1987 гг. П. работал заместителем директора института по научной работе. С конца 1960-х гг. разрабатывал географические аспекты взаимоотношения природы и общества, вопросы экономической

и внеэкономической оценки влияния деятельности человека на природу, а также занимался проблемами геоэкологического проектирования, охраны ландшафтов. В области взаимодействия природы и общества особый интерес у П. вызывали вопросы оценки природных условий для разных видов использования, инженерного воздействия на природу, проектирования, здоровья и отдыха человека. П. вёл разнообразную научно-общественную деятельность: был заместителем председателя редколлегии серий монографий «Природные условия и естественные ресурсы СССР» и «Проблемы конструктивной географии»; являлся: членом экспертного совета ВАК по наукам о Земле, членом президиума Географического общества СССР, председателем Научно-методического совета Центрального Совета по туризму и экскурсиям ВЦСПС. По инициативе П. и при его активном участии проводились многие теоретические и методические семинары, научные школы, симпозиумы по научным направлениям: теории географии, экологии человека, рекреационной географии, геоинформатике, методике ландшафтных исследований, устойчивости геосистем и туризму. П. автор более 500 научных публикаций, ответственный редактор десятков коллективных книг.

Соч.: Ландшафтные исследования. М., 1966. – 128 с.; Беседы о современной физической географии. М., 1972. – 188 с.; Теоретические основы рекреационной географии. М., 1975. – 224 с. (колл., отв. ред.); Поиск в географии. М., 1986. – 223 с.; Основы ландшафтного анализа. М., 1988. – 192 с. (соавт. Т.Д. Александрова, Т.П. Куприянова); Теория рекреалогии и рекреационной географии. М.,1992. – 178 с. (колл., отв. соред.); Материалы к истории отечественной географии. М., 1994. – 96 с. (соавт. Т.Д. Александрова); География в меняющемся мире. М., 1997. – 273 с. (соавт. Т.Д. Александрова, Л.В. Максимова); Я — географ. М., 2001. – 290 с.

Пресса туристская (travel press), специализированные газеты и журналы, выпускаемые на бумажных и электронных носителях для работников туристской индустрии в целях их информирования о туристских событиях, обмена опытом работы и т.д. П.т. содержит большой объём деловой рекламы и информационных материалов о туристских предприятиях и предлагаемых ими услугах.

Пресс-конференция (press conference), мероприятие для средств массовой информации, проводимое организацией или отдельной личностью в случаях появления значимой для общества новости, презентации книги или по другому поводу, с целью дать комментарии (разъяснения) по этому событию и ответить на вопросы представителей прессы.

Пресс-релиз (press release), информация в виде листовки или небольшой брошюры, подготовленная специально для средств массовой информации с целью сообщить о каком-либо событии, новом маршруте, принятом решении и т.п. П.-р. может сопровождаться приложениями в виде документов, иллюстраций и проч.

Претензия (claim, complaint). 1. Заявление, выраженное в письменной или устной форме, в котором изложено недовольство потребителя услуг (туриста, паломника, путешественника) предоставленным и/или не предоставленным ему обслуживанием с требованием компенса-

ции материального или морального вреда. Существует официально установленный в соответствии с Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» порядок обращения человека (туриста) к производителю товаров или услуг с жалобой на неисполнение им своих обязательств и с требованием материальной и моральной компенсации причинённого вреда. 2. Требование, предъявляемое организацией к своему партнёру (контрагенту) в целях восстановления или компенсации любых нарушенных прав, а также из-за неисполнения им принятых обязательств и для урегулирования разногласий по любым договорным и хозяйственным отношениям. Направление П. и получение (неполучение) ответа на неё – обязательные условия обращения в арбитраж и другие судебные инстанции. См. *Жалоба.*

Претензия к качеству туристского продукта (complaint about the quality of the tourist product), официальное заявление туриста о недостатках и нарушениях в предоставлении услуг (например, несоблюление договора о туристском обслуживании), направляемое в письменной форме туроператору и/или турагенту в течение 20 дней с момента окончания действия договора. Время рассмотрения претензии по исполнению договора устанавливается законодательством.

Претензия туриста (claim tourist), жалоба, выраженная в письменной или устной форме, представляющая недовольство туриста осуществлённым обслуживанием, с требованием компенсации материального и/или морального вреда. Существует официально установленный в соответствии с Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» порядок обращения туриста к производителю товаров или услуг с жалобой на неисполнение ими своих обязательств и с требованием материальной и/или моральной компенсации причинённого вреда. См. *Рекламация.*

Приборы столовые (tableware), набор необходимых предметов для еды: ножи, вилки, ложки и т.д., которые используются при сервировке стола в предприятиях общественного питания или в других местах приёма пищи туристами (например, в трапезной монастыря их состав может быть ограничен).

Прибрежное судоходство (coastal shipping), морское, речное или озёрное судоходное сообщение (каботаж, каботажное плавание) между береговыми портами и причалами, расположенными в городах и поселениях одной страны. Различают большой каботаж, т.е. перевозки вдоль берега между портами разных морей, и малый каботаж – перевозки между портами одного моря.

Прибыль (profit, earnings), положительная разница между суммарными доходами туристских организаций и предприятий и затратами на производство и реализацию услуг и товаров за определённое время. П. является самым важным обобщающим показателем финансовых результатов хозяйственной работы и представляет собой цель предпринимательской деятельности коммерческих организаций, в том числе туристских фирм.

Прибытие (arrival). 1. Приезд туриста в место назначения, расположенное по маршруту его путешествия. При планировании маршрута путешествия П. означает дату и время, от которых начинается обслуживание туриста в данном пункте. 2. П.

является показателем статистического учёта в международном туризме, означающее разовое посещение данной страны, региона или города иностранным туристом. Статистический учёт в туризме ведется по количеству прибытий в какое-либо место иностранных и внутренних туристов в течение учитываемого периода.

Прибытие по расписанию (arrival on schedule), прибытие транспортного средства в какой-либо пункт назначения в точно назначенное время согласно расписанию. См. *Расчётное время прибытия*.

Прибытие с опозданием (delayed arrival), прибытие транспортного средства в какой-либо пункт назначения позже намеченного в расписании срока.

Привал (halt), кратковременная остановка туристской группы в пешем походе для отдыха, приёма пищи, оказания медицинской помощи и т.д.

Приветственный коктейль (welcome cocktail), 1. алкогольный или безалкогольный напиток, бесплатно предлагаемый гостям, приехавшим в гостиницу высокого класса, или приглашённым лицам на банкет или другое торжественное мероприятие; 2. форма краткого приёма с лёгкими напитками и закусками.

Прививка (vaccination). См. *Вакцинация*.

Привилегированная виза (exempt visa), въездная виза, свободная от ограничений по времени пребывания и возможностям передвижения в стране пребывания.

Привязной ремень (harness belt). См. *Ремень безопасности*.

Приглашённое лицо (invited person), участник конгресса, конференции, форума, выставки и т.д., получивший приглашение для выступления на нём, часто за счёт принимающей стороны. См. *Научный туризм*.

Пригород (suburb), окраины города и населённые пункты, примыкающие к большому городу, как правило, обладающие запасом свободных территорий. П. часто служит местом сооружения гостиниц с парковой зоной, мотелей с большой автостоянкой и некоторых других туристских предприятий (загородные рестораны, кафе, аттракционы, парки отдыха, концертные залы, зоопарки и др.)

Приготовление к обслуживанию туристов (tourist arrangements), организационные и технические действия, предпринимаемые для подготовки необходимого обслуживания прибывающих туристов, включающие следующие направления: подготовка к заселению забронированных номеров в гостинице, организация встречи туристов в средстве размещения, резервирование мест и сервировка столов в ресторане, приглашение экскурсоводов, заказ автобусов и т.д.

Приготовление пищи самостоятельное (self-catering), самостоятельное без посторонней помощи приготовление туристами для себя еды к завтраку, обеду или ужину. К П.п.с. обычно приходится прибегать туристам при совершении походов, во время остановки в кемпинге или при размещении в апарт-отеле. См. *Апарт-отель*.

Приграничный туризм (cross-border tourism), вид туризма, представляющий собой путешествия туристов из разных стран вдоль границы двух стран с ее пересечением. Внутренний

П.т. в России пока ещё развит недостаточно, к нему относятся маршруты полярного туризма, объекты природного наследия на Дальнем Востоке и т.д. Пограничное месторасположение ряда регионов Российской Федерации создаёт в них особенные условия для развития П.т., нацеленного в основном на рынки прилегающих государств, а также на предоставление услуг для транзитных туристских потоков. Для П.т. характерна высокая составляющая краткосрочных туров, экскурсионного туризма и поездок с семейными, бытовыми и хозяйственными целями. Высокая мобильность туристских потоков в регионах П.т. остро ставит вопросы визового обслуживания и развития инфраструктуры пограничных пунктов перехода государственной границы. П.т. развивается в регионах, имеющих морские порты, которые имеют возможность принимать крупные круизные корабли, прибывающие на день или два и привозящие туристов для осмотра местных достопримечательностей. К П.т. относится также трансграничный туризм. См. *Трансграничный туризм*.

Приём (party, receiving guests). 1. Форма делового общения, представляющая собой собрание приглашённых официальных представителей государства, деловых людей, партнёров, коллег по службе, единомышленников, друзей, просто знакомых в определённом месте, в конкретное время, с какой-либо целью. Деловые официальные П. устраиваются по случаю национального праздника, годовщины, знаменательного события, в честь пребывания в стране иностранной делегации, при открытии представительств фирмы т.д. Поводом для светских неофициальных П. могут быть различные события: национальные, местные, профессиональные праздники, дни рождения, свадьбы или театральные премьеры, открытие выставки и т.д. Вход на П. осуществляется, как правило, по приглашениям. 2. Форма организации ресторанного обслуживания официальных и неофициальных встреч, устраиваемых государственными и частными организациями, а также физическими лицами.

Приём дипломатический (party of the diplomatic), дипломатическое мероприятие, связанное с приглашением представителей определённых учреждений, организаций, фирм; П.д. организуют в целях развития деловых контактов и дружественных связей и получения дополнительной информации или проведения предварительных консультаций, в том числе по вопросам развития международного туризма. П.д., которые организуются дипломатическими представительствами, способствуют установлению, поддержанию и развитию контактов посольства со страной пребывания.

Приём и размещение гостя в гостинице (reception and accommodation of guests in a hotel), последовательность процедур, выполняемых администраторами средства размещения в ходе приёма, регистрации и размещения гостя в номере. Отели низкого класса, как правило, не имеют служащих, работающих с прибывающими гостями между парадной дверью и регистрационной стойкой. В таких отелях с гостем может контактировать только портье за стойкой. Гостиницы высшей категории имеют несколько представителей, обслуживающих гостей с момента прибытия до момента регистрации. Гость может встретиться с дежурным гаражной службы, швейцаром и посыльным до того,

как подойдет к службе приёма и размещения. Идеальная регистрация проходит необременительно для гостя, потому что все службы гостиницы функционируют слаженно. От дежурного, паркующего автомобиль, до швейцара, приветствующего гостя, от посыльного, подносящего багаж, до персонала за стойкой – все системы работают чётко. Через несколько минут после прибытия гость уже отправляется в свой номер. В небольшом отеле регистрационная стойка, как правило, малых размеров, и за ней находятся 1-2 портье. Каждый из них готов к выполнению всех функций, связанных с обслуживанием гостей. В больших отелях за стойкой могут находиться 10 и более портье. Прибывающие гости обычно сами выбирают, к какому портье подойти или в какую очередь встать. Две категории гостей появляются у стойки – с бронированием и без такового. Гости с бронированием обслуживаются быстро. Портье подтверждает заказ на размещение, гость подписывает карту регистрации, согласуется способ оплаты и выбирается номер. Гости, забронировавшие номер, могут столкнуться с двумя проблемами: отсутствием записи о бронировании номера или отсутствием мест. В этом случае портье ищет информацию о бронировании или свободный номер и оформляет размещение. Иной уровень ожидания предусмотрен для гостей, не имеющих брони. Если место свободно (в большинстве гостиниц имеются свободные номера), процесс регистрации будет немного длиннее. Портье по размещению предлагает прибывающим гостям без бронирования альтернативные варианты размещения, категорию номера в зависимости от продолжительности пребывания. В высокий сезон, когда отель переполнен, прибывающие гости обслуживаются по принципу «первый приехал – первый разместился». В случае раннего прибытия гостя, если он приезжает до расчётного часа, его могут попросить подождать, пока выезжающие гости не освободят номер. После отъезда гостя, занимавшего номер, в нём производится уборка. И только после этого нового гостя поселят в номер.

Приём с коктейлем (cocktail party), форма организации ресторанного обслуживания участников приёма или вечеринки, во время которого обязательно подаются коктейли, представляющие собой смесь алкогольных и безалкогольных напитков с добавлением фруктов, соков и других компонентов, а также лёгкие закуски.

Приём свадебный (party wedding), торжественное мероприятие по случаю бракосочетания, часто сопровождающееся праздничным коктейлем или обедом. Многие гостиницы и рестораны предоставляют свои усдуги по организации П.с.

Приземление самолёта (landing of the aircraft), завершающий этап полёта воздушного судна, при котором происходит замедление его движения и снижение, а затем момент касания земли самолётом и до полной остановки его на стоянке в аэропорту. См. *Прибытие по расписанию.*

Приключенческий туризм (adventure tourism), подвид спортивного и природного туризма. П.т. часто включает такие распространенные направления туризма, как рыбалка, охота, сафари и т.д. Участники П.т. ставят перед собой сложные цели: например, пешие походы в отдалённых горных районах (треккинг), скалолазание, альпинизм, подъём к жерлам

вулканов, посещение малоисследованных пещер, опасный сплав по горным рекам (рафтинг), поиск кладов, затерянных поселений и др. П.т. включает в себя организацию нестандартных поездок в экзотические, труднодоступные и порою опасные уголки мира, т.е. посещения необитаемых островов, труднодоступных водопадов и т.д., в том числе путешествия на нетрадиционных транспортных средствах. П.т. предусматривает определённую физическую подготовку и мастерство его участников. П.т. близок к спортивному туризму, однако маршруты более хорошо подготовлены и условия существенно комфортнее, риск сводится к минимуму за счёт обеспечения проводниками, промежуточными лагерями, специальным туристским снаряжением и т.д. См. *Активный туризм. Экстремальный туризм.*

Прилавок турагентский (counter of the travel agency), центральное место в помещении турагентства, отведённое для приёма посетителей, у которого производятся основные операции по продаже туристских путешествий или отдельных туристских и транспортных услуг. Прилавок может быть в виде конторки или специально оборудованного стола, на котором установлены подключенные к сети компьютер и кассовый аппарат.

Прилёт рейса (arrival of a flight), приземление самолёта в аэропорту назначения. См. *Прибытие по расписанию.*

Приморский курорт (seaside resort). См. *Морской курорт.*

Принимающая семья (host family), семья, которая заключает договор с учебным заведением или туристской фирмой на приём в своём доме, квартире и т.п., студентов или школьников из другой страны, прибывших для обучения или культурно-познавательного туризма, как правило, по специальной программе.

Принимающая сторона (incoming handing agent), юридическое или физическое лицо, принимающее туристов в другой стране, в ином городе или регионе, которое организует трансферы, размещение в гостинице, питание и предоставление других услуг согласно договору.

Приобретение туристских услуг через Интернет (e-tourism, purchase of tourism services via the Internet), поиск, заказ, приобретение туристских и транспортных услуг с использованием компьютерной связи через программы Интернета. См. *Электронная коммерция.*

Природная среда (natural environment), совокупность всех разнообразных природных и природно-антропогенных объектов, явлений и процессов, окружающих человека в его жизнедеятельности. П.с. отличается от других составляющих окружающей среды свойством самоподдержания и саморегуляции без корректирующего вмешательства человека. П.с. состоит из различных элементов живой и неживой природы. См. *Окружающая среда.*

Природное наследие (heritage natural), природные территории и объекты, созданные физическими и биологическими образованиями или группами таких образований, имеющие выдающуюся универсальную ценность с точки зрения эстетики и/или науки, а также ценнейшие рекреационные ресурсы, имеющие курортное, бальнеологическое и туристское значение.

Природные достопримечательности (natural attraction), выдающиеся или уникальные природные объекты, комплексы и территории, созданные естественным образом, обладающие уникальными или неповторимыми природными и эстетическими свойствами. П.д., как правило, охраняются государством. П.д. являются объектами туристского интереса и показа. См. *Природное наследие*.

Природные парки (natural parks), являются особо охраняемыми природными территориями федерального или регионального значения в Российской Федерации, в границах которых выделяются зоны, имеющие экологическое, культурное или рекреационное назначение, и соответственно этому устанавливаются запреты и ограничения экономической и иной деятельности. На территориях П.п. устанавливаются различные режимы особой охраны и использования в зависимости от экологической и рекреационной ценности природных участков. Исходя из этого на территориях П.п. могут быть выделены: природоохранные, рекреационные, агрохозяйственные, туристские и иные функциональные зоны, включая зоны охраны и использования историко-культурных комплексов и объектов.

Природный ландшафт (natural landscape), естественный ландшафт, не испытавший влияния непосредственной деятельности человека, или это влияние было минимальным; характеризуется сочетанием определённых типов рельефа местности, почв, растительности, сформированных в единых климатических условиях.

Природный туризм (nature tourism), вид туризма, представляющий собой путешествия в различные природные территории и объекты с целью получения удовольствия, познания и более глубокого понимания местной природной среды, которые не нарушают целостность экосистем, при этом делают охрану природных ресурсов выгодной для местных жителей. Объектами П.т. являются: ландшафты, виды растительности, водопады, пещеры, горы, водоёмы и др. П.т. включает в себя экологический туризм и биологический туризм как подвиды. В то же время биотуризм (wildlife tourism) – это туризм, объектами интереса которого являются любые проявления дикой живой природы, будь то отдельные виды растений и животных или биоценозы, ландшафты. Программы П.т. предусматривают посещение и наблюдение за интересными и редкими объектами природы: вулканами, гейзерами, водопадами и т.д. П.т. и все его подвиды – прежде всего экологический туризм – предусматривают участие в охране природных ресурсов, сознательное бережное отношение к природным системам, воспитывающее экологическое мышление у туристов. См. *Экологический туризм. Биологический туризм*.

Природоохранная деятельность в туризме (environmental activities in tourism). См. *Работа природоохранная в туризме*.

Присоединённая сеть бронирования (affiliate reservation network), это специальная система бронирования гостиничной цепи, в которую включены все гостиницы, в неё входящие. Гостиничные цепи объединяют свои базы данных для оптимизации процесса бронирования и уменьшения общих системных расходов. Большим плюсом присоединённой сети является тот факт, что бронирование номера может быть произ-

ведено из любых гостиниц, расположенных в разных городах и странах. Это особенно важно для крупных гостиничных цепей, средства размещения которых находятся по всему миру. Бронирования часто переходят из одной гостиницы в другую через автоматизированную сеть бронирования. Если одна гостиница полностью забронирована, то после уведомления заказчика это бронирование может быть переведено в другую гостиницу этой же цепочки, находящуюся в этой же географической местности. Такая система бронирования значительно повышает загрузку не только в данной гостинице, но и в остальных гостиницах цепи. В целом выигрывает вся цепь. Также это позволяет делиться всей статистической информацией, которая необходима для планирования дальнейшей деятельности по увеличению продаж.

Пристань (pier). См. *Причал*.

Пристань для яхт (yachting harbor), специально оборудованное и отгороженное от морского волнения пространство у берега, предназначенное для стоянки яхт, катеров, моторных лодок и т.д.

Причал (pier, landing place), оборудованное место на берегу реки, озера, моря, где могут причалить суда для посадки и высадки пассажиров и погрузки-разгрузки доставленных грузов.

Причальный сбор (wharfage), плата, взимаемая управляющим пристани за использование причала для погрузки на судно или разгрузки с судна пассажиров или товаров.

Приют туристский (tourist shelter), специальное средство размещения, расположенное в труднодоступной местности, предназначенное для кратковременного отдыха, ночёвки и укрытия от непогоды туристов. П.т. обычно располагаются на пешеходных, лыжных, горных, водных и других маршрутах с активным способом передвижения, с полным или частичным самообслуживанием. П.т. обычно располагаются в горных районах перед перевалами, в тайге в местах планируемых биваков на расстоянии одного дневного перехода, в местах рыбалки, сбора грибов, охоты и т.д. Уровень комфорта П.т., как правило, минимальный. П.т. иногда, по старой традиции, называют «туристской хижиной».

Проблемная научно-исследовательская лаборатория по иностранному туризму (Problem scientific research laboratory for foreign tourism), научно-методическая организация при Главном управлении по иностранному туризму при СМ СССР, существовала в 1970-1980-е гг. Лаборатория проводила теоретические и экспериментальные исследования в области иностранного туризма, занималась изучением зарубежного опыта, организацией социологических опросов среди иностранных туристов. В изданных П.н.-и.л. материалах (сборники «Проблемы иностранного туризма в СССР») был апробирован ряд нетривиальных идей по различным аспектам иностранного туризма в СССР, концептуальные положения которых опережали свое время. Значительный вклад в работу П.н.-и.л. внёс её руководитель Л.Ф. Ходорков с сотрудниками: М.Э. Немоляевой, Г.М. Долматовым, Л.М. Фисенко, Л.Н. Федотовой и др.

Проводник (conductor, travel guide), 1. специалист, который сопровождает туристов в путешествии, указывает

дорогу в пути и т.п.; 2. железнодорожный служащий, сопровождающий пассажирский вагон в пути и обслуживающий пассажиров во время поездки.

Прогноз погоды (weather forecast), составление научно обоснованного предположения о состоянии погоды в конкретной местности или регионе на ближайшее время или на перспективу. П.п. может существенно повлиять на программу туристского путешествия.

Прогнозирование туристского рынка (forecasting the tourism market), определение тенденций и перспектив развития экономических процессов на рынке туристских услуг на основе анализа данных об их прошлом и нынешнем состоянии. Слово «прогноз» происходит от греч. "πρόγνωσις", что означает «знание наперёд». П.т.р. представляет собой вероятностное научно обоснованное суждение о развитии туристского рынка на определённую перспективу, об альтернативных путях и сроках достижения прогресса в различных направлениях туризма. Прогноз может содержать указания на пространственный и временной интервал, внутри которого произойдут прогнозируемые процессы или события. При составлении прогноза необходимо располагать методами оценки, с помощью которых можно оценить его точность и надежность.

Программа отдыха (recreation program), план пребывания отдыхающих в санатории, доме отдыха, пансионате и т.д., с указанием дат и времени проведения развлекательных мероприятий и экскурсионных поездок.

Программа паломнической поездки (pilgrimage program), план последовательных действий с указанием дат и времени пребывания в пунктах остановок на пути паломнической группы, посещения святых мест, названий монастырей, странноприимных домов, гостиниц и паломнических центров, видов внутри-маршрутного перемещения. В П.п.п. должно быть указано: свободное время паломников в период пребывания на маршруте, а также время и места принятия пищи. П.п.п. составляется организатором паломнической поездки и в обязательном порядке вручается перед отъездом каждому паломнику. См. *Паломничество*.

Программа туристского путешествия (tourist travel program), план последовательных действий с указанием дат и времени пребывания в пунктах остановок на пути туристской группы, перечень объектов показа, названий гостиниц и центров туризма, видов внутримаршрутного перемещения. В П.т.п. должно быть указано свободное время туристов в период пребывания на маршруте, а также время и места принятия пищи. П.т.п. составляется организатором туристского путешествия и в обязательном порядке вручается перед отъездом каждому туристу. См. *Поездка туристская*.

Программа экскурсионная (programme of excursions), план экскурсионной поездки с указанием времени посещения мест туристского интереса в пунктах остановки экскурсионной группы по маршруту с целью их осмотра. П.э. разрабатываются организаторами экскурсионной поездки, исходя из тематической направленности экскурсии, наличия и характера достопримечательностей и специфики интересов участников путешествия.

Программный туризм (program tourism), метод подготовки и проведения туристского путешествия, который представляет собой определённый методический способ организации поездки на основе комплексного подхода к подготовке обслуживания туристов, полностью учитывающий их интересы в соответствии с целью путешествия, возрастом туристов, составом группы, социальной принадлежностью и т.д. Основой обслуживания туристов служит туристская программа, которая формируется из комплекса таких услуг, как: проживание, питание, экскурсионное обслуживание, транспортные, досуговые, развлекательные, спортивные, курортные, бытовые услуги и др. При этом базовой основой программирования туристского обслуживания являются, конечно, вкусы, привычки и пожелания клиентов. П.т. – предоставление туристам нормативно заданного объёма услуг, оптимально соответствующего типу потребителя и цели путешествия, гарантирующего содержательную деятельность в соответствии с рекреационными потребностями.

Прогулка на вертолёте (helicopter ride, helicopter round flight), воздушное путешествие на вертолёте, как правило, по круговому маршруту, если целью является осмотр местности сверху, или в заданном направлении с посадкой в конкретном месте, интересующем туристов.

Прогулка на яхте (walk on the yacht, yachting), водная прогулка на яхте или другом виде парусного судна для отдыха или развлечения, которая продолжается, как правило, в течение от 1 до 3 дней.

Прогулка пешком (walking distance), 1. небольшое пешеходное гуляние по городу с целью осмотра достопримечательностей, посещения магазинов и получения удовольствия; 2. краткий поход по лесу, роще, парку, заповеднику, ботаническому саду и т.д. с целью отдыха и получения удовольствия.

Прогулочная палуба (promenade deck), одна из верхних палуб на корабле (закрытая или открытая), предназначенная для прогулок пассажиров, а также для проведения развлекательных мероприятий.

Прогулочное судно (pleasure boat), небольшое, как правило, моторное судно, рассчитанное на 20-40 пассажиров и предназначенное для недлительных экскурсий по рекам, озёрам или в прибрежных морских водах. Как правило, П.с. имеет несколько просторных салонов и широкую открытую палубу с сидячими местами. На П.с. обычно работают бары и буфеты, в некоторых случаях функционирует небольшой плавучий ресторан.

Прогулочный катер (pleasure craft), морской или речной катер, рассчитанный от 2 до 6 человек, с одной или двумя каютами и камбузом, предназначенный для отдыха, рыбной ловли, дайвинга и купания вдали от берега.

Продажа по завышенным ценам (sale at inflated prices, upselling), реализация туристских, транспортных или гостиничных услуг по более высоким ценам, чем они объявлены или опубликованы. Как правило, П.з.ц. происходят во время проведения праздничных или спортивных мероприятий, т.к. в этот период в конкретное место прибывают множество туристов.

Продвижение туристского продукта (promotion of tourism product), совокупность мер, направленных на реализацию туристского продукта, включая прямую рекламу, участие в туристских и других выставках, ярмарках, создание электронного сайта (портала) в Интернете, издание специализированных каталогов, буклетов, организацию и проведение информационных кампаний, поездок и других мероприятий, в том числе рекламных.

Продление пребывания (extension of stay), увеличение срока проживания туриста в гостинице или другом средстве размещения, в зависимости от сезона с повышением или понижением стоимости номера.

Продление поездки (extension of travel), увеличение продолжительности поездки туриста по сравнению с первоначально намеченными сроками за счёт продления пребывания в каких-либо местах или включения в маршрут дополнительных пунктов посещения. Если П.п. не предусмотрено договором, то туристская фирма может отказаться от предоставления дополнительного количества услуг или увеличить их стоимость.

Продлённый день торговли (extended trading day), увеличение времени работы магазинов во время рабочей недели, во многих странах это четверг и пятница, а также дни предпраздничной торговли.

Продлённый конец недели (long weekend). См. *Длинные выходные*.

Продлённый тур (extended tour), дополнительная поездка, которая может быть приобретена туристом в дополнение к первому путешествию; такую поездку туристская фирма обычно продаёт со скидкой или с другими бонусами.

Продолжительность пребывания (length of stay), временной интервал нахождения туристов в стране пребывания, регионе, городе, средстве размещения, исчисляемая количеством ночёвок. Продолжительность пребывания используется в качестве одного из показателей статистического учёта в туристской сфере.

Продукт туристский (tourist product), комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туриста в период его туристского путешествия, оказываемых за общую цену согласно договору. П.т. составляется туристской фирмой, как правило, туроператором, который формирует фиксированный по количеству, качеству и времени исполнения набор, пакет услуг, гарантированно предоставляемый туристам во время их путешествия по выбранному маршруту. В П.т. входят услуги:
- основные (размещение, транспорт, питание и культурная программа);
- дополнительные (развлечения, медицинское и оздоровительное обслуживание и т.д.).

Такая точка зрения на П.т. не связана с концепцией термина «продукт», используемого в экономической статистике, но чаще всего используется профессионалами туристского бизнеса на рынке сбыта своеобразных пакетов (packages) или дестинаций. Статистическая комиссия ООН (39-я сессия, 26-29 февраля 2008 г.) считает, что типичные туристские услуги при определённых условиях могут выглядеть как совершенно новый продукт. Тем не менее, в туристской статистике П.т. не должен рассматриваться в качестве продукта как тако-

вого, но предпочтительнее как сумма составляющих элементов, включая валовую прибыль туроператора и турагентства, которые продают его туристам. Внутренние свойства П.т., основанные на общности цены, призваны скрыть от туриста стоимость конкретной услуги, что вызывает сложности при оценке ущерба потребителя, если такие возникают. П.т. не возникает, если турист хочет взять только перевозку, или только размещение, или другие отдельные услуги. В этом случае потребитель лишается защиты финансовым обеспечением туроператора.

Проживание в гостинице (hotel accommodation, hotel stay), размещение в гостинице с ночлегом на одни сутки и более. См. *Гостиничная услуга*.

Проездная оплата (passenger fare). См. *Плата за проезд*.

Прокат (hire, rent). См. *Аренда*.

Прокат автомобиля (car rental), наём во временное пользование автомашины в специализированной автопрокатной компании. Различают П.а. с водителем или без водителя. Если турист выбирает автомобиль без водителя, он заключает с компанией договор на его использование в конкретный период времени, а также предоставляет водительские права, платит аванс и забирает машину. Если турист выбирает автомобиль с водителем, он заключает с компанией договор, в котором указаны сроки и условия использования машины, время и место её подачи.

Промысел (craft), 1. деятельность человека, связанная с промышлением, добычей кого-либо или чего-либо (зверя, птицы, рыбы, пеньки, соли, шишек и т.д.); 2. мелкое ремесленное производство; 3. промышленное предприятие добывающего типа. См. *Ремесло*.

Промышленный туризм (industrial tourism), подвид познавательного и/или бизнес-туризма, особенностью которого является посещение действующих или когда-то работавших производств и музеев при них. П.т. начался во второй половине XIX в. с рекламных экскурсий на действующие предприятия в Европе и Северной Америке. В настоящее время П.т. во многих странах мира является самостоятельным и массовым сегментом туристского рынка. В настоящее время в России П.т., как самостоятельное туристское направление, находится на начальной стадии развития. В период кризиса многие руководители предприятий в разных странах используют П.т. как эффективный инструмент маркетинга и рекламы. Большой популярностью у туристов пользуются посещения предприятий, где можно что-то сделать самостоятельно, или попробовать продукцию, если это пищевая фабрика, или приобрести товар за более низкую цену, чем в торговых сетях.

Пропаганда туризма (promotion of tourism), печатные и устные обращения к населению с целью популяризации внутреннего и выездного туризма, в частности, туристских поездок в отдельные страны, регионы, туристские центры. П.т. направлена прежде всего на привлечение в какую-либо страну иностранных туристов. В этих целях используются такие средства, как: проспекты, брошюры, плакаты, кино- и видеофильмы, радио, телевидение, выставки, презентации, Интернет и т.д. Расходы на П.т. обычно покрываются за счёт бюджетов

государственных, муниципальных и общественных организаций.

Пропускная способность (throughput, bandwidth), в туризме представляет собой возможность обслужить какое-либо число туристов в определённое время на определённом объекте или территории с учётом состояния инфраструктуры, а также природного и культурного потенциала окружающей среды.

Проскинитарий (proskynetarion), путеводитель для паломников в Восточно-Римской империи (Византии) с перечислением святынь по маршруту следования в Святую Землю. Слово «П.» происходит от греч. «поклонник». В Средние века П. использовались для духовного чтения. См. *Путеводитель. Итинерарий.*

Противопожарная дверь (fire door), специально изготовленные огнеупорные двери, разделяющие помещения в средствах размещения и основные отсеки судна, служащие для предотвращения распространения огня во время пожара. См. *Пожарный выход.*

Прототуризм (предыстория туризма) (prehistory of tourism), формы путешествий, обусловленных и мотивированных культурой Античности, Средневековья и других исторических периодов, которые являются первоначальной основой возникновения элементов туристских путешествий.

Прохладительный напиток (refreshing drink), специально приготовленный продукт, предназначенный для питья и подаваемый обычно в охлажденном виде, служит для утоления жажды. П.н. могут быть как безалкогольными, так и с небольшим добавлением алкоголя. П.н., как правило, продаются в бутылках и банках.

Проход у кресел (aisle seats), коридор между рядами кресел в салоне транспортного средства (самолёте, поезде, автобусе и т.д.), а также в зрительном зале театра, кинотеатра, стадиона и т.д.

Профессии туристские (tourist professions), деятельность в туризме связана со следующими профессиями:
- управляющий (директор) туристской фирмы;
- директор гостиницы (отельер);
- директор предприятия общественного питания (ресторатор);
- руководитель службы приёма и размещения, портье;
- менеджеры различного уровня и направлений;
- консультант, гид-переводчик;
- экскурсовод, сопровождающий группы;
- инструктор, проводник;
- агент, специалист по бронированию;
- администратор;
- аниматор;
- шеф-повар, повар;
- метрдотель, официант;
- сомелье и т.д.

Профессиональная компетенция в туризме (professional competence in tourism), совокупность различных знаний, умений и компетентностей, а также уровни их выраженности, которые необходимы для эффективного выполнения должностных обязанностей и формируются в период получения профессионального образования или во время практической работы в туристской сфере. См. *Компетенция туристская.*

Процедура предъявления жалоб (complaints procedure), официально установленный в соответствии с Законом РФ «О защите прав

потребителя» порядок обращения потребителя к продавцу или производителю товара или услуг с жалобой на неисполнение ими своих обязательств и с требованием материальной и/или моральной компенсации причинённого ущерба.

Процент фактической загрузки (percentage of actual load), в средствах размещения определяется путём деления фактической (средней) загрузки номеров на общее число имеющихся номеров к заселению в определённый период времени.

Процентная доля туризма (percentage of tourism). В экономике какой-либо страны П.д.т. отражает соотношение между стоимостным показателем общей доли туризма и стоимостным показателем соответствующей переменной величины в рамках вспомогательного счёта туризма, выраженной в процентах. Для того, чтобы вычислить П.д.т., необходимо определить прямой доход от туризма, т.е. прямые и косвенные расходы туристов в стране пребывания за определённое время. Сведения для таких вычислений может дать статистика туризма, составляющими которой являются статистика расходов и статистика прибытий туристов. Получив статистические данные о расходах туристов в стране в течение года, вычисляется П.д.т. в национальной экономике.

Процесс обслуживания (service process), единовременное оказание конкретной услуги туристу, постоянно выполняемое оказание совокупности однородных услуг (услуги размещения и проживания, услуги питания и т.д.), весь комплекс услуг туристского, гостиничного или транспортного предприятия и т.д.

Прощальный ужин (farewell dinner), заключительная встреча туристов с организаторами путешествия во время ужина, на котором подводятся итоги поездки, происходит воспоминание о наиболее интересных и знаменательных событиях, а также прощание с устроителями тура.

Прямое воздушное сообщение (direct flight), авиационный рейс, выполняемый в одном направлении по кратчайшему маршруту и без промежуточных остановок.

Психология туристского бизнеса (psychology of tourism business), 1. образовательная программа в высших профессиональных учебных заведениях; 2. составная часть деятельности специалистов туристской сферы в работе с клиентами, учитывающая основные психологические аспекты туриста: его поведение, мотивации, желания, культурные потребности, состояние здоровья и т.д. Сотрудники турфирм также должны знать психологические особенности различных типов туристской клиентуры.

Пул в туризме (pool in tourism), объединение, закреплённое письменным соглашением нескольких туристских фирм, транспортных компаний и т.д. по организации совместной продажи туристских или транспортных услуг.

Пункт обмена валют (currency exchange office), специально оборудованный офис банка на улице или в торговом заведении, в котором производится покупка и продажа иностранной валюты по установленному текущему курсу.

Пункт проката автомобилей (car rental services), офис с гаражом, в котором производится: передача

арендаторам по их заказам автомобилей во временный прокат в соответствии с условиями аренды; приём автомобилей из проката и оформление необходимых для проката документов. П.п.а. является низовой производственной ячейкой автопрокатной компании. Крупные автопрокатные компании имеют широкую сеть своих П.п.а. в стране и за границей. См. *Прокат автомобиля*.

Путёвка туристская (tourist ticket), документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчётности. П.т. представляет собой письменный акцепт оферты туроператора или турагента на продажу туристу пакета услуг и является неотъемлемой частью договора на туристское обслуживание, также это документ первичного учета деятельности туроператора или турагента. П.т., являясь бланком строгой отчетности туристской фирмы, служит подтверждением факта заключения договора на туристское обслуживание и его оплату. П.т. приравнивается к кассовому чеку и предназначается для осуществления наличных денежных расчетов и/или расчётов с использованием платёжных электронных карт. П.т. в настоящее время не действует на территории Российской Федерации. См. *Ваучер*.

Путеводитель (guide book), небольшое издание на бумажном носителе. В П. представлено справочное описание туристских объектов: средств размещения, транспорта, питания, туристских маршрутов, объектов посещения, достопримечательностей, экскурсионных маршрутов и т.д., находящихся в пределах какого-нибудь города, района или страны – с целью оказания помощи туристам в ориентации и ознакомлении с туристскими ценностями на посещаемой ими территории. Для удобства туристов П. выпускаются в виде небольших книжек или брошюр.

Путеводитель электронный (electronic guidebook), электронный или аудиовизуальный справочник, содержащий информацию о каком-либо городе, историческом месте, музее, туристском маршруте. Используются туристами для лучшего ориентирования в незнакомой местности. В настоящее время во многих туристских центрах, гостиницах, музеях мира можно взять напрокат электронный аудиогид. Мультимедийный путеводитель, в отличие от обычного аудиогида, оснащен картой, фотографиями, гипертекстом, а также GPS-навигатором. Он не только расскажет о достопримечательностях, но и покажет дорогу. С П.э. турист сможет получить гораздо больше информации и впечатлений, при этом он сам выбирает маршрут поездки или экскурсии.

Типы и формы П.э.:

- аудиогид, который воспроизводится на любом устройстве, поддерживающем mp3, и проводит аудиоэкскурсию, представляющую собой маршрут, состоящий из остановок, каждой из которых соответствует один трек;
- электронный буклет, отражающий на экране файл буклета, с картой и текстом (обычно в pdf-формате);
- интерактивный справочник, воспроизводящий на экране интерфейс программы с доступом к карте и справочной информации;
- мультимедийный путеводитель, отражающий на экране карту, на которой размещены гипертекстовые ссылки, содержащий фотографии с описанием объектов, звуковой комментарий, а также видеоролики;

- мультимедийный навигатор (GPS-путеводитель), который определяет местонахождение туриста или экскурсанта, показывает дорогу и автоматически включает звуковой комментарий.

Путеводная звезда (guiding star), так в древности путешественники почтительно называли Полярную звезду, неизменно указывающую точно на север, и потому по ней надёжней всего было определять стороны света. Впоследствии словосочетание «П.з.» обрело значение признака верного направления в любом виде деятельности, стало афоризмом.

Путевой очерк (travel essay). См. *Путевые заметки*.

Путевые заметки (travel notes), литературный жанр, имеющий многовековую историю и представляющий собой записки путешественников, которые содержат дорожные впечатления, описание объектов культурного и природного наследия, дорожных происшествий и наблюдений, претендующих на сообщение читателю новых сведений о малоизвестных или новооткрытых странах, регионах и т.д. П.з. часто велись и ведутся в виде путевого дневника. Жанр П.з. в древнерусской литературе возник в XI-XII вв. в виде хождений, которые писали паломники, отправлявшиеся на поклонение в Святую Землю, Константинополь и Афон. В настоящее время П.з. продолжают развиваться как литературное творчество, а также как профессиональное документальное киноискусство. См. *Хождения. Проскинитарий. Итинерарий*.

Путешественник (traveller), физическое лицо, совершающее путешествие вне места своего постоянного проживания, перемещающееся между различными географическими пунктами в пределах своей страны, а также между зарубежными странами, с любыми целями и в течение любого срока.

Путешествие (travel, journey), поездка, передвижение какого-нибудь физического лица или группы лиц на транспорте или пешком из одного места или страны в другое место или страну. Понятие П. относится в основном к деятельности *путешественников и туристов*.

Путешествие в кредит (travel on credit), форма взаимоотношений покупателя и продавца туристских услуг, в соответствии с которой оплата за туристскую поездку производится после её окончания в сроки, указанные в договоре и, как правило, в рассрочку. Условие продажи П.к. являются достаточно распространённой формой коммерческой деятельности туристских фирм, которые таким образом пытаются увеличить продажу своего турпродукта.

Путешествие вокруг света (trip around the world). См. *Кругосветное путешествие*.

Путешествие групповое (group travel). См. *Групповое путешествие*.

Путешествие индивидуальное (individual travel). См. *Индивидуальное путешествие*.

Путешествие круговое (roundtrip). См. *Круговое путешествие*.

Путешествие трансатлантическое (transatlantic travel), проезд на морском или авиационном транспорте через Атлантический океан из Америки в Европу, Африку или

обратно. С развитием пассажирского транспорта количество трансатлантических путешествий постоянно увеличивается и становится популярным массовым туристским направлением.

Путешествующая группа. См. *Группа туристов. Групповое путешествие.*

Пути сообщения (way of communication), разные виды дорог, служащие для перевозки людей, в том числе туристов, и грузов между различными территориями.

Путник (wayfarer), человек, путешествующий пешком. См. *Странник.*

Путь (way), 1. путешествие, поездка, движение; 2. линия в пространстве, по которому происходит передвижение, сообщение, синоним слова «дорога»; 3. направление, маршрут; 4. железнодорожная колея, линия (железнодорожные пути); 5. направление развития чего-либо, образ действий, жизни. См. *Дорога.*

Путь благовоний (way of incense), торговый путь, который в Античности связывал юг Аравийского полуострова со странами Средиземноморья и Месопотамии, его также называли «путь ладана». По нему из древних царств на территории современных Йемена и Омана, а также с Африканского рога и острова Сокотра, доставлялись в Средиземноморье и Междуречье ценные благовония – в основном южно-аравийский ладан, смирна и африканские специи. Широкое применение благовоний на Древнем Востоке создавало большой спрос на них и, как следствие, развило обширную торговлю этими товарами, что и вызвало появление этого торгового пути.

Путь «из варя́г в гре́ки» (route «from the varangians to the greeks"), древнее название знаменитого международного военно-торгового пути, проходившего в большей своей части по территории Древней Руси и связывавшего Скандинавию, Южную Прибалтику, Древнерусское государство между собой и с Византийской империей. Его также называли «Варяжский путь». П.в.г. существовал в VIII-XIII вв. Это был водный (морской и речной) путь из Балтийского моря через Восточную Европу в Византийскую империю. Один из водных путей экспансии варягов из района проживания (побережье Балтийского моря) на Юг — в Юго-Восточную Европу и Малую Азию в VIII-XIII вв. н.э. Этим же путём пользовались русские купцы для торговли с Константинополем и со Скандинавией. Летописец Нестор в «Повести временных лет» называл его Путём «из варяг в греки». Путь начинался от древних торговых центров Скандинавии – Сигтуны, Бирки или Висбю и южного берега Балтики – Волина (Винета, Йомсбург), Старигарда, Ральсвика на Рюгене, Щецина, проходил Балтийским морем через Финский залив, затем по реке Неве (здесь были пороги), по Ладожскому озеру, реке Волхов (ещё одни пороги) в озеро Ильмень. Оттуда – вверх по рекам Ловать, Кунья, Серёжа; затем в районе нынешней деревни Волок волоком в реку Торопа, впадающей в Западную Двину. Вниз по Двине - до Каспли, а по этой реке - вверх до её истока из озера Каспля, где в районе городища Гнёздово существовал древний волок в речку Катынь, впадавшую в Днепр. Далее путь выходил в Чёрное море, минуя Днепровские пороги. По морю - вдоль европейского побережья (Румелийского берега), останавливаясь в портах Констанцу и Варне, функционировавших ещё

с античной эпохи, до Константинополя. Перед тем как выйти в Чёрное море, суда требовали дополнительной оснастки. Близ устья Днепра на острове Березань либо на острове Хортица на Днепре купцы делали остановку для этих целей. Ещё один остановочный пункт существовал на острове Змеиный близ дельты Дуная. «В целом прохождение этой морской и речной трассы требовало, по реконструированным и экспериментально выверенным условиям древнего мореплавания, 90-110 дней, из них две недели занимало преодоление волоков при переходе из Балтийского в Черноморский речной бассейн». (Лебедев Г.С. Эпоха викингов в Северной Европе и на Руси. СПб. 2005. С. 535-536.) Среди исследователей существует также мнение, что П.в.г. распадался на три основных направления:

1. Смоленско-Новгородско-Балтийское — по нему, начиная с XIII в., шла основная торговля с Ганзой;
2. «греческое» — по нему до середины XIII в. осуществлялись связи Киева с Византией;
3. Киево-Новгородское – использовалось главным образом для внутренней торговли и сношений.

П.в.г. возник в конце VIII – начале IX вв. Наибольшее значение путь имел в середине X — первой трети XI вв., т.е. во времена великого княжения Святослава Игоревича, Владимира Святославича Святого и Ярослава Владимировича Мудрого. Во 2-й половине XI — начале XII вв. усилились торговые связи Руси с Западной Европой, и П.в.г. постепенно стал уступать место Припятско-Бужскому, Западно-Двинскому и другим магистралям. Окончательно П.в.г. прекратил своё существование в 40-е гг. XIII в., когда монгольские войска во главе с ханом Батыем захватили Нижнее и Среднее Поднепровье и положили конец древним торговым связям.

Пэкидж тур (package tour), сформированная туристской фирмой программа поездки или пакет услуг, включающий в себя не менее двух услуг, различающихся по своим функциональным особенностям (например, ночлег и трансфер). Формирование П.-т. является основным видом деятельности туроператоров. См. *Продукт туристский*.

Пять звёзд (five stars). См. *Категория гостиничная «пять звезд»*.

Р

Работа природоохранная в туризме (environmental work in tourism), деятельность туристско-экскурсионных предприятий в сфере экологического просвещения и воспитания в ходе подготовки и проведения туристских путешествий и мероприятий. См. *Природный туризм. Экологический туризм.*

Работники временные (temporary workers), сотрудники, которые нанимаются работодателем на ограниченное время – например, на летний сезон. Р.в. широко используются в разгар туристского сезона, когда предприятия туристского обслуживания испытывают максимальную загрузку.

Рабочая смена (work shift), определённая продолжительность рабочего времени на протяжении суток согласно графику работы, установленному работодателем для той или иной категории сотрудников. По завершении Р.с. одни сотрудники меняют других, при этом все они заняты в одном и том же технологическом процессе – например, смена горничных в гостинице, официантов в ресторане, смена экипажа самолёта и т.д. Продолжительность Р.с. регулируется национальным законодательством и трудовыми договорами между работниками и работодателями.

Разбивка стоимости услуг (breakdown of the cost of services), разделение стоимости турпакета на цены входящих в него отдельных услуг. Используется при калькуляции продажной цены поездки. С учётом того, что стоимость услуг, входящих в турпакет, может включать определённые скидки, такая разбивка не показывает их реальную стоимость.

Разблокировка номера (number unlock, release room), снятие брони с номера в гостинице при негарантированном бронировании или в случае форс-мажора. Р.н. происходит, как правило, после времени, оговорённого заранее с клиентом, который к установленному сроку не заехал в гостиницу, поэтому забронированный номер может быть занят другим гостем.

Развитие туризма (development of tourism), процесс возникновения и эволюции туристской деятельности во всём мире и в конкретных странах. Основные факторы, влияющие на Р.т., делятся на две большие группы:
- статичные, имеющие неизменное значение и представляющие собой рекреационно-ресурсный потенциал территории, выражающийся в количестве и качестве культурно-исторических объектов, природных ресурсов, а также в состоянии туристской инфраструктуры;
- динамичные, являющиеся политическими, социально-демографическими, финансово-экономическими, материально-техническими и другими возможностями.

Важным политическим фактором является проводимая государством политика внутри страны по Р.т., а также в области межгосударственного сотрудничества в сфере туризма и других международных экономических связей. Также важнейшими факторами Р.т. в какой-либо стране, с одной стороны, является финансовый интерес к туристской деятельности политической и экономической элиты, а с другой стороны, заинтересованность большей части местного населения, которое должно получать конкретную выгоду от туризма в виде:

увеличения численности рабочих мест, повышения заработной платы, новых возможностей в организации отдыха, досуга, путешествий и развлечений, а также других преференций. См. *История туризма*.

Развлекательный туризм (entertaining tourism), подвид культурно-познавательного туризма, представляющий собой путешествия с целью получения ярких и незабываемых впечатлений от культурно-массовых мероприятий, посещения тематических парков, развлекательных комплексов, выставок и т.д. К Р.т. относятся: поездки для участия в государственных, национальных, народных и религиозных праздниках – например, для участия во встрече Нового года, праздновании Рождества Христова, Дня города, праздника урожая и т.д. См. *Культурно-познавательный туризм. Событийный туризм*.

Развлечение (amusement, entertainment), занятие, времяпровождение, доставляющее удовольствие. Для туристов Р. организуются в виде посещения театров, концертов, выставок, различных дегустаций, участия в народных гуляниях, фестивалях и т.п.

Раздевалка (cloak room). См. *Гардероб*.

Разводной мост (drawbridge), тип моста, имеющего подвижное пролётное строение для обеспечения пропуска судов большой высоты. Р.м. строятся по экономическим или архитектурным соображениям, когда весь мост делать высоким нецелесообразно. Р.м., как правило, оборудуют шлагбаумами. Р.м. являются объектами туристского показа и привлекают во время их развода большое чтсло туристов. См. *Подвижной мост*.

Размещение (accomodation), предоставление туристу места в гостинице, гостевом доме, общежитии и других средствах размещения, предназначенных для ночёвок, на период пребывания его в конкретном месте, что является важным элементом программы туристского путешествия. Виды Р. в гостинице определяются помещением, состоящим из одного или нескольких мест, пригодных для проживания, в т.ч.: место (койко-место) – площадь с кроватью, предназначенная на одного человека; номер – помещение (комната, несколько комнат), состоящее из одного или нескольких мест Р. Номер является единичным элементом бронирования и Р. Номер из двух комнат и более – (Сьют, Suite). Одноместный номер (Сингл, Single) – помещение для размещения одного человека (SGL). Двухместный номер (Дабл, Double) – помещение для размещения двух человек (DBL), может быть обставлен двумя односпальными (Твин, Twin) или одной двуспальной кроватями. Трёхместный номер (Трипл, Triple) – помещение для размещения трех человек (TRL). Четырёхместный номер (Квадрипл, Quadriple) – помещение для размещения четырёх человек (QDPL), в том числе с двухъярусными кроватями. В двухместном номере с двумя взрослыми людьми за дополнительную плату может быть размещён ребенок (Чайлд, Child) в возрасте до 12 лет (CHI) – на дополнительных спальных местах: раскладушках или диванах. См. *Классификация гостиниц*.

Размещение без питания (receive only), проживание в гостинице, в стоимость которого питание не включено (RO).

Размещение более недели (accommodation more than a week, extended stay), проживание в гостинице более 7 суток.

Размещение в семьях (accommodation in families, homestay), проживание в принимающих семьях иностранных учащихся (школьников, студентов, аспирантов), прибывших в другую страну, как правило, по обмену, где они получают возможность общаться на языке, который они изучают в учебном заведении. Р.с. организуют обычно учебные заведения или туристские фирмы, принимающие учащихся. См. *Образовательный туризм*.

Размещение и завтрак (bed and breakfast), размещение в гостинице, в стоимость которого входит только проживание и завтрак (RB, BB). См. *Гостиница «B&B»*.

Размещение объектов (object placement), представляет собой проектную деятельность по определению пространственного расположения и организации функционирования планируемых архитектурных сооружений, транспортной инфраструктуры, населённых пунктов, в том числе гостиничных и туристских комплексов и т.д.

Размещение паломников (accommodation for pilgrims), традиционно для участников паломнических путешествий принято считать достаточным проживание в 3-4 местных номерах в средстве размещения от 1 до 3 «звёзд» с удобствами на этаже или с удобствами в номере: ванна/душ, туалет, горячая вода и т.д. Питание паломников (как минимум, завтрак) может входить в суточную стоимость номера. В период религиозных праздников, для участия в которых приходят тысячи богомольцев, организуют Р.п. в палаточных городках или частных домах и подсобных помещениях, в расположенных рядом населённых пунктах.

Размещение с полным пансионом (full board). См. *Полный пансион*.

Размещение с полупансионом (half board). См. *Полупансион*.

Разница во времени (time difference), разница во времени между различными часовыми поясами. При планировании дальних туристских поездок возникает необходимость учитывать Р.в. между пунктами отъезда и прибытия путешественников.

Разработка экскурсии (tour development), процесс создания нового экскурсионного маршрута или переработка уже ранее подготовленной экскурсии включает в себя:
- определение или корректировку темы;
- постановку целей и задач;
- отбор экскурсионных объектов;
- составление маршрута;
- изучение научных и литературных источников по теме экскурсии, экспозиций и фондов музеев;
- консультации у специалистов;
- комплектование «портфеля экскурсовода»;
- выбор методических приёмов и форм проведения экскурсии;
- составление технологической карты экскурсии.

В основу Р.э. должны быть положены принципы и требования педагогической науки, такие как: взаимосвязь обучения и воспитания, учёт логики предмета, последовательность и систематичность, ясность и доступность изложения, наглядность, учёт возрастных особенностей участников туристских групп. Р.э. заканчивается

демонстрацией её заказчику и получением права экскурсоводу представлять подготовленную экскурсию туристам. См. *Экскурсия*.

Разрешение (permission), документально оформленное право на совершение какого-либо действия или документ, удостоверяющий такое право, – например, Р. на фотографирование объектов туристского показа, на провоз через границу художественных ценностей и т.д.

Разрешение на въезд в страну (permission to enter the country), отметка в паспорте или специально оформленный документ, позволяющий въезд в какую-либо страну с туристскими, деловыми, научными или иными легальными целями. См. *Виза*.

Разрешение на выход (exit permission, landing card), позволение на временный выход иностранным пассажирам при отсутствии у них визы страны пребывания за пределы пограничной зоны аэропорта, морского или железнодорожного вокзала в период стоянки транспортного средства. Р.в. даётся в соответствии с законодательством страны пребывания. Р.в. выдаётся службой пограничного контроля каждому иностранному пассажиру в соответствии с законодательством страны пребывания в виде специальных карточек или талонов.

Разрешение на остановку в кемпинге (camping permit), пропуск, получаемый автотуристом от администрации кемпинга на въезд на территорию кемпинга и остановку в нём в соответствии с приобретённой категорией обслуживания. Р.о.к. выдается туристам в обмен на их ваучер, выданный туристской фирмой, или за оплату наличными и/или кредитной картой на месте.

Разрешение на постоянное жительство (residence permit), официальный документ, который даёт иностранцу право постоянного проживания в стране пребывания в порядке, установленном законодательством. См. *Вид на жительство*.

Разрешение на сход на берег (landing card). См. *Разрешение на выход*.

Разряд гостиницы (class, grade of hotel), официально утверждённый государственными органами на основании законодательства и в соответствии с действующими стандартами и требованиями уровень качества гостиницы. См. *Категорирование гостиниц*.

Рака (shrine), в христианстве богато украшенная гробница для мощей святых, которая может иметь вид саркофага или специальной сени над надгробием. Р. располагается, как правило, в храме или в специальном пределе. Р. являются святынями для верующих людей, поэтому к мощам святых, находящимся в них, всегда стремятся приехать и поклониться паломники. См. *Святыня*.

Раковина умывальника (wash basin), фаянсовая или металлическая раковина с кранами горячей и холодной воды, которая должна быть в наличии во всех жилых номерах средств размещения выше 1 звезды.

Ранчо (ranch), сельская усадьба в Центральной и Латинской Америке, а также скотоводческая ферма в США. Посещение Р. включается в программы туристских поездок и экскурсий для туристов, посещающих указанные страны. См. *Усадьба. Ферма*.

Раритет (rarity; curiocity), редкая вещь, обладающая исключительной ценностью, которая вызвана ее уникальностью. Приобретение Р. часто является целью туристских поездок коллекционеров и других собирателей древностей. Раритетные экспонаты обычно хранятся в государственных и частных музеях, картинных галереях и других, предназначенных для этого учреждениях. Посещение музеев и художественных собраний, в которых представлены Р., пользуются повышенным интересом у экскурсантов и туристов.

Раскопки археологические (archaeological excavations). См. *Археологические раскопки*.

Расписание движения (timetable), официально утверждённый, публично представленный и опубликованный график, содержащий сведения о времени, месте и последовательности пассажирских рейсов, выполняемых транспортными средствами какой-либо компании на всех обслуживаемых ею линиях на определённый период года или на весь год.

Расписание железнодорожное (railroad schedule), график, содержащий сведения о времени, месте и последовательности движения и остановках пассажирских поездов на внутренних или международных линиях на определённый период года или на весь год.

Расписание зимнее (winter schedule), график, содержащий сведения о времени, месте, последовательности и порядке пассажирских перевозок отдельными видами транспорта в осенне-зимний период. В связи с уменьшением интенсивности пассажирского потока, в том числе снижения числа туристов, в этот период для Р.з. характерны ограничения в частоте движения транспортных средств.

Расписание летнее (schedule of the summer), график, содержащий сведения о времени, месте, последовательности и порядке пассажирских перевозок отдельными видами транспорта в весенне-летний период. В связи с повышением интенсивности пассажирского потока, в том числе увеличения числа туристов, в этот период для Р.л. характерно возрастание в частоте движения транспортных средств.

Располагаемый доход (disposable income), финансовые средства физических лиц, остающиеся после уплаты налогов, коммунальных платежей, приобретения необходимых товаров и питания, которые могут быть выделены в семейном бюджете и фактически доступные для расходования, в том числе на отдых и туристские путешествия.

Распродажа (clearance sale), массовая продажа сезонных товаров, осуществляемая обычно большинством торговых предприятий в конце летнего или зимнего сезона по сниженным ценам. Р. в ряде стран становятся важной причиной для совершения туристских поездок многими людьми. См. *Шопинг*.

Рассматривание витрин (viewing showcase, window-shopping), красиво оформленные витрины магазинов, представляющие товары с ценниками, являются объектами интереса туристов и местных жителей, совершающих прогулки по центральным улицам городов в дневное, вечернее и ночное время.

Расстояние до моря (distance to the sea), важный показатель при выборе

туристом того или иного средства размещения на морском побережье или в курортном городе, измеряется в метрах или минутах ходьбы до пляжа. Р.м., как правило, указывается в рекламной информации о средстве размещения.

Расстояние до подъёмника (distance to the lift), важный показатель при выборе туристом того или иного средства размещения на горнолыжном курорте, измеряется в метрах или минутах ходьбы до подъёмника.

Расстояние между креслами (distance between the seats, pich of seat), промежуток между креслами в салоне самолёта, поезда или автобуса, важный показатель комфортности транспортного средства. Длина Р.м.к. имеет особое значение для туриста во время длительной поездки. См. *Проход между креслами*.

Расходы личные (personal expenses), затраты, которые производит турист на приобретение услуг и товаров, не включённых в купленное им комплексное обслуживание в туристской фирме. В иностранном туризме эти покупки оплачиваются туристами в иностранной валюте, которую они ввозят с собой. Государства, заинтересованные в увеличении личных расходов иностранных туристов, создают для них некоторые льготы: устанавливают льготный туристский курс обмена валюты, открывают магазины беспошлинной торговли и т.д.

Расходы, относящиеся к внутреннему туризму (expenditures related to domestic tourism), представляют собой финансовые затраты туриста в рамках экономики страны, резидентом которой он является. Расходы на внутренний туризм во многих странах являются предметом статистического учёта, который необходим в целях определения финансовой поддержки государством туристской инфраструктуры регионов, где развивается туризм. Учёт расходов на внутренний туризм является самым сложным в туристской статистике.

Расходы, относящиеся к въездному туризму (costs related to inbound tourism), представляют собой финансовые затраты туриста в рамках экономики страны, резидентом которой он не является. Расходы на въездной туризм во многих странах являются предметом статистического учёта, который необходим в целях контроля за ввозом валюты в страну.

Расходы, относящиеся к выездному туризму (expenditures related to outbound tourism), представляют собой финансовые затраты туриста за пределами экономики страны, резидентом которой он является. В целом эти расходы являются суммой затрат страны на поездки её граждан за границу с целью туризма и отдыха. Расходы на выездной туризм во многих странах являются предметом статистического учёта, который необходим в целях контроля за вывозом валюты из страны за границу.

Расходы, относящиеся к национальному туризму (costs related to national tourism), представляют собой все финансовые затраты туристов, являющихся резидентами экономики страны, в пределах и за пределами этой страны.

Расходы, относящиеся к туризму в пределах рассматриваемой страны (tourism-related costs within the country under review), включают все финансовые затраты туристов – как резидентов, так и нерезидентов

экономики какой-либо страны. Они представляют собой сумму расходов, относящихся к внутреннему туризму и въездному туризму. К ним относятся приобретение товаров и услуг, импортируемых в рассматриваемую страну и продаваемых посетителям, а также услуги и товары, созданные в рассматриваемой стране. Этот показатель служит наиболее всеобъемлющей оценкой туристских расходов в экономике рассматриваемой страны.

Расходы представительские (representation expenses). См. *Представительские расходы.*

Расходы производственные (cost of production), сумма всех затрат предприятия, в том числе туристской фирмы, на производственную деятельность. По своему значению и характеру Р.п. подразделяются на постоянные и переменные, прямые и косвенные.

Расходы туриста на поездку (tourist's expenses), общая сумма затрат, которые производятся туристом или от его имени на оплату всех туристских, транспортных, гостиничных и других услуг при организации и во время путешествия. Средние расходы туриста во внутреннем и международном туризме являются объектом статистического учёта.

Расчёт цены туристского продукта, услуги (calculation of the price of a tourist product, service), предполагает учёт всех затрат (как переменных, так и постоянных) туристской организации, связанных с формированием и реализацией единицы турпродукта или услуги. В основе методики расчёта лежит ряд затрат по способу включения в себестоимость отдельных видов услуг. Объектом расчёта служит стоимость обслуживания нескольких туристов (при групповом туре) и одного туриста (при индивидуальной поездке). См. *Ценообразование в туризме.*

Расчётное время в гостинице (check out). См. *Время (выезда), освобождения номера.*

Расчётное время отправления (estimated time of departure), ожидаемое время отправления какого-либо транспортного средства из какого-нибудь места отправления в соответствии с расписанием.

Расчётное время прибытия (estimated time of arrival), ожидаемое время прибытия какого-либо транспортного средства в какое-нибудь место назначения в соответствии с расписанием.

Расчётный час (check out time). См. *Час расчётный.*

Ратуша городская (town hall), 1. орган городского самоуправления в некоторых странах в прошлом и настоящем; 2. архитектурное сооружение, в старинных городах, как правило, является объектом культурного наследия и представляет собой музей; используется в настоящее время для проведения торжественных или церемониальных мероприятий. Здания старинных и современных Р.г. являются объектом туристского интереса и показа.

Рафтинг (rafting), подвид спортивного и приключенческого туризма, представляющий собой путешествия в виде сплава по быстрым и бурным рекам на лодках, плотах, катамаранах, не оборудованных моторными двигателями. См. *Водный туризм. Сплав по реке.*

Рафт (raft), тип судна, который используется для сплава по быстрым и бурным рекам. Р. представляет собой надувную лодку с соотношением длины к ширине примерно 2:1 и диаметром борта 40-60 см. Полный объем надувных элементов Р. составляет 2,5-3,5 куб. м. Р. вмещает от 4 до 18 человек.

Рацион дневной (meals, daily diet), питание, предоставляемое туристам в течение дня и включающее различную комбинацию завтрака, обеда и ужина.

Реализация туристского продукта (realization of tourist product), комплекс мер, предпринимаемых туристской компанией, направленных на заключение договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком, а также деятельность по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором.

Ревпар (REV PAR), возможность гостиницы сдать максимальное количество номеров в разгар и вне сезона, гибко работая с ценами. Р. является одним из основных показателей, характеризующих эффективность гостиничного бизнеса, зависит от средней стоимости номеров гостиницы и их средней заполняемости (загрузки) за расчетный период. Данный показатель отражает способность администрации гостиницы эффективно управлять одновременно и загрузкой, и ценами, отвечая определенными мерами на конъюнктуру спроса. Р. является одним из основных показателей при оценке инвесторами целесообразности покупки конкретной гостиницы или гостиничной цепи.

Ребёнок (child), в туризме Р. оформляется особым образом при пересечении границы, проезде на транспорте, поселении в средстве размещения, а также Р. полагаются скидки на билеты и проживание.

Ревизия туристских предприятий (audit of tourism enterprises). См. *Аудит туристской компании*.

Ревю (non-stop show), вид эстрадно-театрального представления, состоящего из отдельных номеров, объединённых одной темой. Р. соединяет музыку, танец и обмен репликами между артистами в цельное сценическое представление. Р. пользуется большой популярностью у туристов. См. *Мюзикл*.

Регата (regatta). См. *Парусные гонки*.

Регион туристский (tourist region), территория (место, область), которая располагает: объектами культурного и природного наследия, разветвлённой туристской инфраструктурой, развлекательными и спортивными центрами, необходимыми для организации туристского обслуживания, отдыха, учебного процесса, оздоровления, развлечений и т.д. Это может быть часть региона, где имеется туристская инфраструктура для организации отдыха и размещения туристов.

Регистрационная анкета (registration form), бланк, заполняемый туристами, проживающими в гостинице, для их учёта в местных статистической и миграционной службах.

Регистрационная карточка гостя (registration card of the guest), документ, содержащий информацию о госте, способе оплаты и выполняющий функции договора между гостиницей и гостем. В неавтоматизированных гостиницах всё ещё

используют Р.к.г. как часть процесса размещения. Прибывающему гостю вручается незаполненная регистрационная анкета, ручка, и его просят заполнить требуемые графы. Заполнив Р.к.г., гость подписывает её, тем самым заключая договор, подтверждающий вид размещения, продолжительность проживания и стоимость номера. В настоящее время автоматизированная система управления отелем уменьшила потребность в ручном сборе информации. Гостиницы, имеющие подобную систему, заполняют Р.к.г. с помощью информации, собранной во время бронирования. Теперь гость, вместо заполнения Р.к.г., просто проверяет информацию на точность и ставит на карте свою подпись. Требуемая при регистрации стандартная информация обычно одинакова в гостиницах всех типов. Обычно каждый турист, поселяемый в гостинице получает отдельную Р.к.г., так называемое внутреннее удостоверение личности.

Регистрация (registration), внесение в книгу или компьютер списка людей (пассажиров) или иной способ фиксации с целью придания состоявшемуся факту прибытия их к определенному сроку необходимой законности. Например, Р. проходят пассажиры, явившиеся для посадки на авиарейс, посетители гостиницы, заказавшие для себя гостиничный номер на определённое время и др.

Регистрация въезда (registration of entry), пограничный учёт иностранцев, приезжающих на территорию государства. Р.в. проводится для учёта и контроля иностранцев на основе заполнения выдаваемых им специальных регистрационных форм (registration form), карточек, бланков со сведениями о паспортных и других необходимых данных, заполняемых ими во время регистрации в иммиграционной службе страны въезда.

Регистрация выезда из гостиницы (check-out). См. *Выезд из гостиницы*.

Регистрация пассажира (passenger check-in, registration), процедура фиксации прибытия пассажира и его багажа на посадку в транспортное средство в авиационном и морском порту, а также на вокзале. После Р.п. пассажир проходит таможенный и пограничный контроль.

Регистрация прибытия в гостиницу (check-in service, check-in at the hotel), представляет собой специальную процедуру регистрации туристов, прибывших для поселения в гостиницу на основе заполненных ими или портье специальных регистрационных карточек на электронных, пластиковых или бумажных носителях со сведениями о паспортных данных. Процесс регистрации в гостиницах различной категории отличается по времени и качеству обслуживания, но объём информации о госте везде одинаков. В отелях, имеющих автоматизированную систему, регистрация проходит быстро и качественно. При предварительном заказе данные о госте уже известны из заявки на бронирование. Портье уточняет номер заявки, выбирает необходимый модуль в компьютерной системе и осуществляет регистрацию. Гость подписывает регистрационную карточку, получает ключи и направляется в номер. См. *Регистрационная карточка гостя*.

Регулярное сообщение (regular service), пассажирский маршрут, обслуживаемый на постоянной основе каким-либо видом транспорта: авиационным, автобусным, водным, железнодорожным и др., по заранее опубликованному расписанию.

Регулярный парк (regular park), искусственная озеленённая территория, имеющая строгую геометрическую планировку, обычно с выраженной симметричностью и регулярностью композиции. Р.п. отличаются прямыми аллеями, цветниками, партерами, фонтанами и бассейнами правильной формы, стрижкой деревьев и кустарников с приданием посадкам разнообразных геометрических форм. Р.п. создавались, как правило, при дворцах и замках, являясь составной частью дворцово-парковых ансамблей. Р.п. зародились в Италии в XIV в., достигли своего расцвета во Франции в XVII-XVIII вв. и Англии в XIX в. Р.п. были модными в этот период практически во всех странах Европы. Р.п. возникли и получили развитие в России в XVIII-XIX вв., среди них такие шедевры садово-паркового искусства, как: Летний сад, Петергоф, Царское село, Стрельна, Ораниенбаум, Кусково, Архангельское и др. Р.п. являются привлекательными объектами туристского интереса и показа. См. *Парк*.

Реестр турагентов (register of travel agents), официальный список юридических и физических лиц, зарегистрированных в какой-либо стране и имеющих право на совершение турагентской деятельности. Отсутствие компании в Р.т. может быть сигналом для потребителя о том, что к такому агентству не стоит обращаться. Участие туристского агентства в Р.т. является подтверждением его профессиональной работы в сфере туризма. В России вступление в Р.т. бесплатное: это значит, что реестровый номер невозможно «купить». Вместо денег каждая компания, вступающая в Р.т., в обязательном порядке предоставляет о себе целый ряд данных и документов.

Реестр туроператоров (registry of tour operators), официальный список юридических лиц, зарегистрированных в какой-либо стране и имеющих право на совершение туроператорской деятельности. В России Р.т. называется «Единый федеральный реестр туроператоров». Необходимым документом для включения в Р.т. является договор страхования ответственности туроператора либо банковская гарантия исполнения обязательств туроператора (финансовое обеспечение). Ведение Р.т. осуществляется федеральным органом исполнительной власти в сфере туризма. В реестре содержатся название компании-туроператора, её официальный адрес, сведения об учредителях, документ о внесении в ЕГРЮЛ, документ о простановке на учет в налоговом органе, ИНН, руководитель, размер финансового обеспечения, номер договора ответственности или банковской гарантии, сфера деятельности (международный, внутренний и другие виды туризма), адреса структурных подразделений. Осуществление туроператорской деятельности юридическими и физическими лицами, не внесенными в Р.т. не допускается.

Режим заповедный (reserved mode), статус охраняемой территории, представляющий собой полное невмешательство людей в природные процессы и/или ограниченное их вмешательство на определённой территории (заповедники, заказники и т.д.), не преследующие других целей, кроме сохранения видов живого и/или оберегаемых сообществ на основе поддержания экологического равновесия.

Режим охраны территории национальных парков (protection regime for the territory of national parks),

представляет собой дифференцированный порядок охраны территорий с учётом их природных, культурных и других особенностей. Режим охраны устанавливается, исходя из этого, на территории национальных парков устанавливаются следующие функциональные зоны: заповедная зона, особо охраняемая зона, зона познавательного туризма, рекреационная зона, зона охраны объектов культурного наследия, зона обслуживания посетителей, зона хозяйственного назначения. См. *Национальные парки*.

Режим питания (diet), распорядок приёма пищи туристами во время поездки или пребывания в гостинице, санатории, доме отдыха и т.д. Р.п. зависит от условий договора, в котором указывается качество и количество питания туриста во время путешествия. См. *Организация питания туристов*.

Режим пограничный (border mode). См. *Пограничный режим*.

Режим рекреационный (recreational mode), представляет собой последовательность рекреационных занятий туристов и отдыхающих с фиксацией их продолжительности и интенсивности в период пребывания на отдыхе.

Резервирование услуг (reservation), сохранение за собой права на получение услуг туристской компании или паломнической службы. Р.у. (гостиничных мест, транспортных перевозок, билетов в театр, на стадион и т.д.) производится на основе сделанного туристом предварительного заказа с указанием времени, количества и качества требуемых услуг, а также – предоплаты.

Резервный пассажир (standby passenger). См. *Пассажир на листе ожидания*.

Резидент (resident). 1. Человек, имеющий гражданство какого-либо государства и постоянно в нём проживающий. 2. Р. страны являются физическое или юридическое лицо, центр доминирующих экономических, правовых и прочих интересов которого находится на её территории и/или экономических зонах. Р. является термином международного финансового и налогового права, а также национальных законодательств большинства государств. 3. Р. гостиницы считаются физические лица, оформившие свое проживание в данной гостинице. Р. гостиницы может быть гражданином данной страны, но который постоянно или какое-то время проживает в отеле.

Резидент-гостиница (resident of the hotel), неформальная классификация средств размещения, предназначенных для длительного или постоянного проживания людей (иногда согласно договору постояльцы считаются жильцами). Номера таких гостиниц могут напоминать номера сюит-отелей (гостиная, спальня, кухня). Р.-г. может предоставлять полный или ограниченный набор услуг (уборку номеров, службу администратора, услуги прачечной и т.д.), на его территории могут находиться ресторан, зоны отдыха, СПА и парковая территория.

Резиденция (residence). 1. Постоянное место пребывания, штаб-квартира главы государства, посла другой страны, руководителя крупной корпорации, банка и любого высокопоставленного лица. 2. Условное название средства размещения повышенной комфортности, часто

для одного человека или для одной семьи, расположенного отдельно от основной части гостиничного комплекса.

Рейс (route), маршрут транспортного средства в один конец. Р. бывают: регулярные, стыковочные, чартерные.

Рейс чартерный (voyage charter), фрахт морского или аренда мест воздушного судна для совершения одного или нескольких рейсов между определёнными городами с целью перевозки туристов и/или их багажа.

Рейсовый автобус (scheduled bus), пассажирский автобус, используемый в городском и междугороднем транспортном сообщении, выполняющий регулярные перевозки по определённому маршруту и установленному расписанию. Р.а. используются индивидуальными туристами для посещения объектов туристского интереса.

Рейтинг (rating), сравнительная оценка, сопоставление каких-либо людей, вещей, организаций, услуг, действий на основе выбранных критериев в целях выявления лучших из них. Оценка Р. проводится специализированными организациями на основе социологических исследований-опросов большей или меньшей группы независимых экспертов или людей-респондентов. В туризме Р. проводят по оценке деятельности туристских фирм, транспортных компаний, средств размещения и т.д.

Реклама в туризме (advertising in tourism, publicity), комплекс специальных мероприятий, направленных на информирование потенциальных покупателей о продаваемых услугах и товаров в сфере туризма и создание на них массового спроса, а также любая оплачиваемая форма представления и продвижения туристских услуг в СМИ, Интернете, на выставках, ярмарках, по почте и т.д.

Реклама туризма скрытая (tourism advertising hidden), материалы, публикуемые в прессе, на радио и телевидении, не являющиеся непосредственными рекламными объявлениями, однако направленные на формирование привлекательного имиджа конкретной территории, объекта и/или содержащие позитивную информацию о деятельности туристской фирмы, средства размещения, курорта и т.д.

Рекламация (complaint), заявление в письменной форме туриста с требованием денежного возмещения продавцом причинённого ему ущерба вследствие ненадлежащего исполнения предоставленных туристских, транспортных или гостиничных услуг. В соответствии с действующим законодательством многих стран туристская, транспортная или гостиничная компания, по вине которой турист не получил оплаченное им обслуживание, обязана возместить ему материальный ущерб. См. *Жалоба. Претензия туриста.*

Рекламно-информационные материалы (advertising and information materials), предметы справочного характера и письменные принадлежности, являющиеся частью оснащения номера в средствах размещения. Р.-и.м.: телефонный справочник, перечень предоставляемых гостиницей услуг, телевизионная программа, меню ресторана для подачи питания в номер, рекламные буклеты, брошюры с туристской и другой информацией, анкета-вопросник для оценки клиентом качества предоставляемых гостиницей услуг, конверты, почто-

вая бумага, ручка, карандаш с логотипом гостиницы. Состав и оформление Р.-и.м. могут варьироваться в зависимости от категории гостиницы.

Рекламные сувениры (promotional gifts), мелкие подарочные предметы, являющиеся носителями рекламной информации, например о гостинице. См. *Сувениры*.

Рекламный тариф (promotional fare), льготный тариф, используемый в период низкого спроса туристскими фирмами, гостиничными компаниями и транспортными предприятиями в целях увеличения продажи своих услуг или проникновения на новый туристский рынок.

Рекламный тур (promotional tour). См. *Ознакомительная поездка*.

Реконструкторы (re-enactors), участники движения исторической реконструкции, занимающиеся воссозданием быта, ремёсел, традиций и боевого искусства конкретной эпохи и конкретного государства. В России Р. объединяются в различные клубы: «Клуб Исторической Реконструкции», «Клуб Исторической Реконструкции и Фехтования», «Военно-Исторический Клуб» и другие, располагающие собственным помещением для тренировок, хранения снаряжения и одежды, мастерской и т.д.

Реконструкция историческая (reconstruction of historical), воссоздание форм материальной и духовной культуры той или иной исторической эпохи или региона с использованием археологических, изобразительных и архивных источников. Р.и. является массовым общественным движением во всём мире, ставящим перед собой научно-просветительские цели, использующим метод ролевой игры и научного эксперимента для решения социокультурных задач и изучения исследуемых вопросов. В России Р.и. появилась в начале 1990 гг. и сразу получила распространение в кругу людей, увлекающихся историей, искусством и романтическим духом Средних веков и Нового времени. В России фестивали и массовые постановки сражений проводятся, в основном, клубами исторического фехтования и реконструкции при поддержке администрации областей и городов, где проводятся мероприятия. Также в разных странах существуют мероприятия Р.и. государственного значения, которыми являются: Куликовское сражение, Бородинская битва, Грюнвальдская битва и т.д. Мероприятия, которые проводят реконструкторы, привлекают внимание множества туристов, которые массово приезжают, чтобы принять в них участие или стать зрителями.

Рекреационная деятельность (recreational activity). 1. Один из основных видов жизнедеятельности человека, направленный на отдых, восстановление и развитие физических сил человека, его интеллектуальное совершенствование, а также характеризуемый самоценностью не только результатов, но и самого процесса. Р.д. происходит, как правило, в свободное от работы время. 2. Разнообразная деятельность физических и юридических лиц, ориентированная на отдых, восстановление человеческих сил в соответствии с физическими стандартами и традициями национальной социокультурной системы. Виды Р.д.: лечебно-курортная, оздоровительная, спортивная и т.д. См. *Отдых*.

Рекреационная нагрузка (recreational load), степень влияния туристов и их

транспортных средств, строительства туристских объектов и других сооружений на природные комплексы и/или рекреационные территории. Выражается количеством людей или человеко-дней на единицу площади или рекреационный объект за определённый промежуток времени (обычно за день или год). Различают следующие виды Р.н.: оптимальная, предельная (максимально допустимая) и деструкционная (гибельная). Р.н. определяется количеством отдыхающих на территории в один га на протяжении всего вегетационного периода.

Рекреационный потенциал (recreational potential), совокупность природных, социокультурных и социально-экономических предпосылок для организации рекреационной деятельности на определённой территории. Главной составной частью Р.п. являются рекреационные ресурсы. Р.п. территории определяется её рекреационной емкостью, которая включает совокупную рекреационную составляющую и возможности выдержать антропологическую нагрузку на всех её частях и участках. Определение Р.п. территории зависит от большого количества компонентов и представляет значительную сложность, т.к. его оценка часто оказывается субъективной и зависящей от комплекса разных проблем. Один и тот же рекреационный ресурс может быть оценен совершенно по-разному представителями стран с разной культурой и специалистами различных профессий.

Рекреационные ресурсы (recreation resources), 1. компоненты природной среды, объекты туристской и медицинской инфраструктуры, обладающие уникальностью, эстетической привлекательностью, целебно-оздоровительной значимостью, могущие быть использованы для организации различных видов и форм рекреационной деятельности; 2. объекты культурного и природного наследия, которые, благодаря определённым свойствам, могут быть использованы для проведения рекреационной деятельности; 3. часть туристских ресурсов, представляющая собой природные и антропогенные геосистемы, объекты и явления природы, артефакты, которые обладают комфортными свойствами и потребительской стоимостью для рекреационной деятельности и могут быть использованы для организации отдыха и оздоровления людей в фиксированное время с помощью существующих технологий и имеющихся материальных возможностей.

Рекреационная система (recreational system), сложный социально-оздоровительный комплекс, направленный на восстановление сил и здоровья людей. Основой Р.с. являются субъекты туризма, а целевой функцией - наиболее полное удовлетворение рекреационных потребностей туристов. Р.с. включает: собственно туристов, природные и культурные комплексы, рекреационную инфраструктуру, профессиональный обслуживающий персонал и структуры управления.

Рекреационный туризм (recreational tourism), подвид оздоровительного туризма, представляющий собой поездки с целью отдыха, оздоровления и лечения, восстановления и развития физических и эмоциональных сил человека. См. *Рекреационная деятельность*.

Рекреация (recreation), восстановление и поддержание здоровья и трудоспособности людей посредством туризма и отдыха на природе

и городской среде, а также в туристских и оздоровительных центрах.

Релаксация (relaxation), комплекс специальных методов, направленных на снятие физических и психологических нагрузок с человека с помощью специально подобранных техник, используемых в курортологии, СПА и Велнес. Р. бывают непроизвольной (расслабленность при отходе ко сну) и произвольной, вызываемой путём принятия спокойной позы, представления состояний, обычно соответствующих покою, расслабления мышц, вовлечённых в различные виды активности. Методы мышечной Р. исторически являются наиболее ранними техниками телесно ориентированной психотерапии и до сих пор остаются её основными методами. Существует большое количество методов, техник и приёмов, направленных на снятие напряжения и расслабление. Методы Р. активно применяются во время отдыха туристов в санаториях, домах отдыха, курортах и т.д.

Религиозный праздник (religious feast), традиционное праздничное событие, установленное в той или иной религии в память о Божественных деяниях, подвигах святых и фактах религиозной истории. Христианские праздники несут живое воспоминание о событиях Священной и церковной истории, Спасителе, Его Пречистой Матери, Ангелов и угодников Божиих. Церковные праздники по важности связанных с ними воспоминаний и по торжественности богослужения разделяются на великие, средние и малые.

Религиозный туризм (religious tourism), подвид культурно-познавательного туризма, представляющий собой путешествие с временным выездом из места проживания и целью посещения религиозных объектов. Р.т. включает в себя также деятельность по организации посещения туристами религиозных объектов и достопримечательных мест, связанных с религиозным культурным и природным наследием, относящимся к существующим и ушедшим в историческое прошлое верованиям и религиям. Р.т. является одной из составных частей современной индустрии туризма, поэтому при организации таких поездок следует руководствоваться законодательством Российской Федерации о туристской деятельности. Целями Р.т. являются:
- изучение истории религий, национальных религиозных традиций, обрядов, ритуалов, церемоний, участие в них в качестве зрителей;
- знакомство с объектами религиозного материального наследия: памятниками архитектуры, в том числе с уникальными приёмами строительства религиозных зданий, с шедеврами иконописи, скульптуры, мозаики и т.д.

Сочетание познавательных и религиозных целей путешествия налагает на туристов дополнительные ограничения морально-этического плана. Эти ограничения связаны с морально-нравственным аспектами, поскольку посещение религиозных объектов и присутствие во время проведения ритуалов, как правило, регламентируется выполнением определённых требований и правил, установленных религиозными канонами и традициями. Р.т. может стать и в некоторых случаях уже является составной частью социального туризма в России. Поэтому имеется перспектива применения к религиозному туризму принципов и концепций социального туризма, в рамках которого путешествия малоимущих и слабо социально защищённых

граждан может осуществляться при финансовой поддержке государственных организаций, работодателей и иных источников. См. *Паломничество*.

Реликвия (relic), в различных культурах являются свято хранимые и почитаемые материальные предметы, связанные с историческими или религиозными событиями прошлого. Светские или исторические Р., как правило, не имеют специальных форм почитания. В христианстве, прежде всего, в католичестве, понятие Р. включает в себя мощи святого или их часть, а также орудия истязаний, одежду и другие личные вещи, а также часть гробницы, канонизированного Церковью подвижника веры и благочестия. В Православии считается целесообразным различать понятия «Р.» и «святыня». Р., в отличие от святыни, является объектом религиозного почитания, а не поклонения. См. *Святыня*.

Ремень безопасности (seat belt), специальный ремень для закрепления пассажира в кресле, находящемся в салоне самолёта, автобуса, автомобиля или другого транспортного средства в целях безопасности во время полёта или поездки.

Ремесленные товары (handicrafts products), изделия народных промыслов, выполненные ремесленниками-мастерами вручную, на простом оборудовании и по старинным технологиям. Р.т. представляют собой предметы быта, ювелирные и музыкальные изделия, сувениры, одежду, оружие, игры и т.д. Р.т. продаются в специальных магазинах, торговых центрах или на ярмарках и пользуются повышенным спросом у иностранных и местных туристов.

Ремесло народное (craft folk, handicraft), мелкосерийное производство, основанное на изготовлении с помощью ручного труда различных предметов, которые создаются в домашних условиях или в небольших цехах. Виды Р.н. образуются от материала, из которого изготовлен предмет. С давних пор люди в разных странах знают такие ремесла, как: кузнечное, плотницкое, ткацкое, гончарное, столярное, прядильное, пекарное, кожевенное и другие. Изделия Р.н. поставляются на местные и региональные рынки, пользуются большим спросом у местных жителей и туристов. См. *Промысел*.

Ремонтная служба (repair service), гостиничная структура, занимающаяся текущим ремонтом помещений средства размещения, устранением неисправностей в механизмах, оборудовании, сооружениях, а также мелким ремонтом имущества посетителей. Р.с. создаются в гостиницах высокого уровня. Некоторые средства размещения заключают договора со специализированными организациями, которые осуществляют функции Р.с.

Реновация (renovation), процесс улучшения, реконструкции, реставрации без разрушения целостности структуры здания или архитектурного комплекса. Р. применяется при комплексной реконструкции исторической городской среды, часто изменяя функциональное назначение зданий и сооружений. В международном туризме особое значение имеет восстановление объектов культурного наследия с целью привлечения к ним внимания иностранных и местных туристов.

Ренатурирование (renovation), совокупность процессов экологической

реабилитации антропогенно нарушенных (в результате человеческой деятельности) природных комплексов путём управления природными регенерационными процессами, благодаря чему гарантируется их восстановление.

Рента туристская (rent tourist), представляет собой доход от туристских ресурсов, который получает владелец этих ресурсов: государство, местные органы власти, юридические и физические лица, которые имеют право собственности на эти ресурсы.

Рентабельность (profitability), показатель, определяющий экономическую эффективность деятельности предприятия, в том числе туристского. Р. комплексно отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, а также природных богатств. Коэффициент Р. рассчитывается как отношение прибыли к активам, ресурсам или потокам, её формирующим. Показатели Р. часто выражают в процентах.

Репатриация туристов (repatriation of tourists), возвращение туристов на родину, которые не смогли во время покинуть страну пребывания в результате стихийного бедствия, природных катаклизмов, социальных волнений, банкротства туристского или транспортного предприятия и т.д.

Репутация (goodwill), общественная оценка, общее мнение о достоинствах и недостатках физического или юридического лица, в том числе туристской, гостиничной и транспортной организации, предприятия общественного питания и т.д. Р. часто является существенным фактором при выборе туристом компании, предоставляющей услуги во время путешествия.

Ресторан (restaurant), предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные, а также предоставляющее посетителям, в том числе туристам, широкий выбор прохладительных и алкогольных напитков. Режим работы Р. зависит от их специализации, но, как правило, они работаю до ночи. По качеству приготовляемой пищи, уровню обслуживания и количеству предоставляемых услуг Р. классифицируются на несколько разрядов. Р. отличается от других видов общественного питания повышенным уровнем обслуживания, наличием банкетных залов, а также в заведениях высокого уровня, как правило, организуются культурные программы, в том числе выступления оркестров, певцов и артистов разговорного жанра.

Ресторан быстрого обслуживания (fast food restaurant), предприятие общественного питания, реализующее узкий ассортимент блюд, изделий и напитков несложного изготовления, как правило, из готовых блюд или полуфабрикатов высокой степени готовности, и обеспечивающее минимальные затраты времени на обслуживание потребителей. Р.б.о. весьма популярны среди туристов, которые пользуются ими в целях экономии времени.

Ресторан диетический (dietetic restaurant), предприятие общественного питания, в котором меню и режим питания соответствуют требованиям диетотерапии и правилам рационального, оздоровительного питания. Р.д. входят, как правило, в состав лечебно-оздоровительных комплексов, авторских клиник по снижению веса, где значительное

число отдыхающих туристов нуждается в диетическом питании.

Ресторан самообслуживания (self service restaurant), предприятие общественного питания, где посетители сами подносят от раздаточного прилавка к своим столам выбранные ими блюда и напитки. Посетители или вносят фиксированную сумму оплаты за выбранные блюда вне зависимости от их количества и ассортимента, или же оплачивают их через кассу по установленным для каждого блюда расценкам. Р.с. обычно создаются для организации быстрого питания туристов в местах их массового пребывания.

Ресторан специализированный (speciality restaurant), предприятие общественного питания, специализирующееся на приготовлении особых блюд, составляющих основу ресторанного меню, а также на особых формах обслуживания посетителей, например, ресторан какой-либо национальной кухни, рестораны «даров моря», «охотника» и другие.

Ресторанная зона (restaurant area, food court), специально выделенная зона или целый этаж в аэропортах, вокзалах, торговых и бизнес центрах, где находятся рестораны, столовые, бары и кафе быстрого обслуживания.

Ресторанная цепь (restaurant chain), объединение нескольких ресторанов в одном или нескольких городах и странах, принадлежащих одному владельцу, работающих под одним фирменным знаком или названием и соблюдающих единые стандарты обслуживания.

Ресторанное обслуживание (restaurant service), комплекс услуг, предоставляемых в ресторанах. В мире существуют различные национальные типы Р.о., основными из которых являются: французский, русский, американский и японский. Французский тип Р.о., используется для ресторанов высокой кухни: пища готовится на кухне и подаётся разложенной на большом блюде и маленьким тарелкам, расставленным на тележке. Французский тип обслуживания считается самым дорогим видом ресторанных услуг. Русский тип Р.о.: пища готовится полностью на кухне, блюдо официант подносит к столу, за которым сидят гости, и каждому гостю в его персональную тарелку кладётся пища. Такой вид обслуживания удобен для обслуживания банкетов и вечеринок. Американский тип Р.о., это упрощённый вариант русского обслуживания: пища готовится и раскладывается по тарелкам непосредственно на кухне, после чего тарелки официанты приносят гостям. Этот метод обслуживания пользуется большой популярностью, благодаря его оперативности: заказ выполняется быстро и пища подаётся горячей. Японский тип Р.о.: пища готовится в зале, на глазах у гостей и тут же им подаётся поваром в горячем виде и нужной консистенции. Существует несколько видов выездного Р.о.: фуршет, шведский стол, кофе-брейк, коктейль, пикник или барбекю, банкет, доставка обедов в офис или на выездное рабочее место. Указанные виды выездного Р.о. также могут использоваться и в стационарных ресторанах.

Ресторатор (restaurateur), владелец ресторанного бизнеса или управляющий рестораном, слово произошло от французского глагола «restaurer». Р. разрабатывает концепцию ресторана и реализует её при создании своего заведения или создаёт проект ресторана по заказу.

Ресурсы предприятия индустрии гостеприимства и туризма (resources of the enterprise of hospitality and tourism industry), здания и сооружения, номерной фонд, рекреационные и иные основные и вспомогательные площади производственного и непроизводственного назначения, оборудование, каналы и средства телекоммуникаций, персонал, территория, водо- и энергообеспечение, природные ресурсы, находящиеся в распоряжении туристских и гостиничных предприятий.

Ресурсы туристские (tourist resourses), природные и социально-культурные объекты, а также объекты инфраструктуры и другие, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению здоровья и развитию их физических сил. Р.т., по определению М.Б. Биржакова, – это природно-климатические, социокультурные, исторические, архитектурные и археологические, религиозные, зрелищные, научные, промышленные и иные объекты и явления, способные удовлетворять потребности человека в процессе туристских путешествий. Среди природных объектов туристский интерес вызывают: ландшафты и пейзажи тундры, тайги, степей, пустынь, морей; геологические и гидрологические объекты – вулканы, скалы, группы камней, отдельные валуны, пещеры, реки, озёра, водопады, гейзеры и т.д. Р.т. также являются объекты культуры: религиозные сооружения, пирамиды, мавзолеи, скульптуры, храмовая архитектура, дворцово-парковые ансамбли, музейные коллекции, шедевры народного творчества. В качестве Р.т. могут рассматриваться и любопытные природные явления и процессы, которые представляют интерес для туристов и могут быть использованы для их привлечения. См. *Культурное наследие. Природное наследие.*

Рецептивные туроператоры (receptive tour operators), туристские операторские фирмы, которые работают только на приём, т.е. комплектующие туры и программы обслуживания в месте приёма и предоставления услуг туристам. См. *Инициативный туроператор.*

Речной круиз (river cruise), туристское путешествие на судне по рекам, каналам и озёрам, на остановках, как правило, туристы совершают экскурсионные поездки для знакомства с объектами туристского показа.

Речной порт (river port), удобные для швартовки и оборудованные пристанями места на реке рядом с городами и сельскими населёнными пунктами, представляющие собой комплекс сооружений, оборудованных для обслуживания пассажиров и судов, погрузки, выгрузки, приёма, хранения и выдачи грузов, взаимодействия с другими видами транспорта. Р.п. обычно имеет один или несколько причалов и речной вокзал, в котором обслуживаются пассажиры судов, в том числе туристы.

Речной трамвайчик (river boat; water bus), небольшое пассажирское судно, курсирующее по определённому маршруту на реке в пределах крупного города. Поездки на Р.т. привлекают, как правило, туристов и экскурсантов.

Речной транспорт (river transport), различные виды плавательных средств, занятых перевозкой пассажиров и грузов по судоходным рекам, каналам и озёрам.

Речной туризм (river tourism), подвид водного туризма, представляющий собой путешествие на различных плавательных средствах по рекам, каналам и озёрам. См. *Речной круиз. Водный туризм.*

Реэкспозиция (re-exposure), частичная или полная замена экспозиции в музее или постоянно действующей тематической выставке. Р. может служить дополнительным фактором привлечения туристов.

Ривьера (riviera), средиземноморское побережье во Франции, Италии и Монако, известное и популярное место отдыха и туризма, начиная с XIX в. Это название в настоящее время часто используется для обозначения центров туризма и отдыха на южных морских побережьях во многих странах мира.

Рикша (rickshaw), 1. вид общественного транспорта, особенно распространённый в Восточной и Южной Азии, представляющий собой повозку (чаще всего двухколёсную), которую тянет человек за собой, взявшись за оглобли; 2. человек, который, впрягшись в легкую двухколесную коляску, перевозит грузы и людей, в том числе туристов. Пешие Р. встречаются все реже. Им на смену приходят велорикши и моторикши. Правительства некоторых стран пытаются запретить труд пеших Р. как жестокий и бесчеловечный, позорящий туристские центры. Однако эти попытки успехом пока не увенчались. См. *Велорикша.*

Риски в туризме (risks in tourism), страховой термин, подразумевающий явление или совокупность явлений, а также потенциальную возможность причинения ущерба объекту страхования, то есть туристу или его имуществу. В туризме осуществляется страхование на случай болезни, от несчастного случая, на случай смерти, утраты багажа и т.д. Осуществляя страхование имущества туристов, точно указывается, какое имущество, какую сумму, от какого риска оно страхуется (от кражи, поломки в связи со стихийными бедствиями, порчи от пожара и прочее). Особенности страхования в туризме: рисковость (высокая вероятность происшествий), кратковременность поездок, неопределенность наступления страховых случаев. В туристском бизнесе риск наступления нежелательных событий и их негативных последствий особенно велик: сам характер оказания услуг часто связан с пребыванием туристов в различных экзотических, экстремальных и непривычных для них местах, где часто бывает тяжело предусмотреть наличие неблагоприятных для туристов факторов. Кроме того, при взаимодействии большого числа не зависящих друг от друга деловых партнеров (зарубежные туроператоры, консульские службы, администрации отелей, транспортные компании и другие) вероятность наступления страховых случаев повышается. В мировой практике принято приобретать страховые полисы путешественника в офисе страховой компании или имеющей с ней договор турфирме. См. *Страхование в туризме.*

Ритуальный тур (ritual tour), поездка в места захоронения родственников или друзей, погибших в катастрофах и войнах. Многие туристы посещают места своего исторического проживания, в том числе с целью посетить кладбища, где находятся могилы их предков. Другим направлением Р.т. являются поездки к мемориалам, местам гибели солдат и офицеров, участвовавших в недавних войнах,

а также в акватории, где погибли корабли или подводные лодки.

Родео (rodeo), традиционный вид спорта в Южной, Центральной и Северной Америке, исторически сложившийся в среде мексиканских и американских ковбоев, представляющий собой состязания, включающие укрощение необъезженной лошади или быка, а также верховую езду на них. Р. привлекает большое количество зрителей, в том числе туристов.

Розничная торговля (retail sale), все виды торговой деятельности, связанные с продажей товаров и услуг непосредственно потребителям для личного, некоммерческого использования.

Розничная цена (retail price), максимально высокая установленная цена продажи единичного или небольшого количества товаров или услуг, которая официально представлена и опубликована и с уровня которой могут быть представлены скидки. См. *Оптовая цена*. *Групповой тариф*.

Розыск багажа (retrieval the baggage). См. *Бюро находок*.

«Российское общество туристов», РОТ (“Russian society of tourists”, ROT), одна из первых и крупнейшая для своего времени организация, объединившая любителей активных путешествий в России на рубеже XIX-XX вв., которая существовала в 1895-1928 гг. В современной России идейным преемником «Российского общества туристов» является «Туристско-спортивный союз России» (ТССР).

Ростуризм (Russiatourism), Федеральное агентство по туризму, является федеральным органом исполнительной власти в Российской Федерации, деятельность которого с 2018 г. курирует Министерство экономического развития Российской Федерации. Основными функциями Р. являются:
- определение приоритетных направлений государственного регулирования туристской деятельности в России;
- информирование в установленном порядке туроператоров, турагентств и туристов об угрозе безопасности туристов в стране (месте) временного пребывания;
- разработка и реализация документов стратегического планирования с сфере туризма на федеральном уровне;
- осуществление функций государственного заказчика федеральных целевых, научно-технических и инновационных программ и проектов в установленной сфере деятельности;
- взаимодействие с органами государственной власти иностранных государств и международными организациями, включая представление интересов Российской Федерации в международных организациях в сфере туризма;
- осуществление продвижения отечественных туристских продуктов на внутреннем и мировом туристских рынках;
- создание представительств за рубежом в сфере туризма и другие.

Ротель (rotel), неформальная классификация средства размещения, организованного в железнодорожном поезде, представляющим собой вагон с одно/двухместными отсеками, в которых расположены сидячие и/или спальные места. Имеется отсек для переодевания, туалет, душевая кабина, кухня, холодильник. Р., как правило, представляет собой доро-

гую передвижную гостиницу с большим количеством услуг и высоким уровнем сервиса.

Руководитель гостиницы (hotelier, hotel manager), физическое лицо, которое владеет и/или управляет гостиничным предприятием. См. *Ресторатор*.

Руководитель туристской группы (tourleader, tour courier, tour conductor), сотрудник туристской фирмы или агент, сопровождающий группу, хорошо знающий маршрут туристской поездки, обычаи и условия туризма в регионе или стране пребывания. Р.т.г., как правило, имеет профессиональную туристскую подготовку, опыт, знания и навыки, может оказывать своевременные и качественные информационно-экскурсионные, организационные услуги, включённые в турпакет, квалифицированную помощь туристам в пределах, предусмотренных договором о предоставлении туристских услуг. Р.т.г. представляет интересы направляющей туристской фирмы в период зарубежной поездки, помогает туристам разрешить трудные вопросы, контролирует выполнение программы туристской поездки и качество обслуживания, оформляет документы, в том числе ваучеры.

Руральный туризм (turismo rural), подвид сельского туризма, имеющий много названий: зеленый, аграрный, сельский. Р.т. представляет собой отдых в сельской местности, проживание в деревенских условиях и участие в сельскохозяйственных работах. Интерес к этому виду туризма объясняется небольшой стоимостью и возможностью оторваться от городской суеты, стать ближе к природе, слиться с ней. “Turismo rural”, что в переводе с английского означает «сельский туризм». См. *Сельский туризм*.

Русская баня (russian bathhouse). См. *Баня русская*.

Русская кухня (russian cuisine). См. *Кухня русская*.

Ручная кладь (hand luggage), личные вещи, находящиеся вместе с пассажиром во время его путешествия. Подноска Р.к. носильщиками на вокзалах, в гостиницах может включаться в пакет услуг. В соответствии с правилами допускается взять в салон самолёта одно или два места незарегистрированного багажа, причём его вес входит в разрешённую норму бесплатного багажа. Незарегистрированный багаж не должен превышать установленных размеров, т.е. помещаться на полку или под сидение. Сверх установленной нормы бесплатного провоза багажа можно также захватить в самолет: дамскую сумочку или папку для бумаг; печатные издания для чтения в полете; питание для ребенка и детскую дорожную колыбель; зонтик или трость; пальто или плащ. Компьютеры, мобильные телефоны и другая электронная техника также разрешаются для вноса в салон самолёта, но их использование по-разному регламентируются в различных авиакомпаниях. Вес Р.к. в различных авиакомпаниях также определяется по-разному.

Ручная тележка (handcart), лёгкая повозка с корзинкой или небольшой платформой, предназначенная для перевозки багажа пассажиров в аэропорту, на вокзалах и т.д. Р.т. используется также для перевозки товаров и продуктов в современных крупных магазинах.

Ручной багаж (hand baggage). См. *Ручная кладь*.

Рыбалка (fishing), увлечение и занятие добычей рыбы из рек, озёр, водоёмов, морей и т.д. с целью прокорма или просто для развлечения. Рыбалка делится на любительскую и спортивную. В отличие от коммерческого рыболовства, Р. представляет собой развлечение, досуг, вид отдыха, туризма и спорта.

Рыболовный туризм (fishing tourism), подвид спортивного туризма и отдыха, представляющий собой туристские поездки в России и за рубежом с целью проведения или участия в рыбалке в места, где расположены рыболовные угодья и организованы специализированными предприятиями комплекс платных услуг.

Рынок (market), экономическое понятие, представляющее собой, сферу товарного обмена, то есть совокупность процессов и процедур, обеспечивающих обмен между покупателями (потребителями) и продавцами (поставщиками) тех или иных товаров и услуг. Одним из главных критериев Р. является свобода действий участников, что обеспечивает наличие конкуренции. Чем больше число независимых участников, тем выше конкурентоспособность Р.

Рынок блошиный (flea market), место в городе, как правило, расположенное на широкой площади под открытом небом, где разрешена торговля на открытых прилавках, с которых продаются дешёвые товары, в т.ч. бывшие в употреблении, а также старинные вещи и даже антиквариат. Р.б. часто становятся местом туристского интереса, поэтому они отмечаются на картах и в путеводителях.

Рынок торговый (market trading), специальное место в населённом пункте, городе или на отдельной территории, где продаются и покупаются товары и услуги. Здания исторических или современных Р.т. представляют собой объекты туристского интереса, посещения и показа.

Рынок туристский (tourist market), сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями туристских, гостиничных, транспортных и других услуг, характеризуемая наличием платёжеспособного спроса и предложения на внутренние и международные туристские путешествия. По своим масштабам Р.т. подразделяется на: международный, национальный и местный. По характеру спроса Р.т. складывается из различных демографических, социально-экономических, социокультурных и других сегментов.

Рыночная площадь (market square), торговая площадь в городе или сельском населённом пункте, на которой в определённые дни (выходные и праздничные) или на постоянной основе работает торговый рынок. См. *Площадь торговая*.

Рыночный сегмент (market segment), группа потребителей туристских услуг, обладающая похожими потребностями, желаниями и возможностями, которые также могут одинаково реагировать на выдвинутые предложения. Разделение рынка на различные сегменты и их последующее изучение позволяет туристским компаниям сконцентрировать своё внимание на наиболее перспективных, с точки зрения прибыльности, Р.с.

Рюкзак (backpack, rucksack), заплечный мешок или сумка с карманами и ремнями, используемый туристами во время походов для переноски снаряжения, одежды, личных вещей, продуктов питания и т.д.

С

Сабвэй (subway), городская железная дорога, проложенная по специальной эстакаде над поверхностью земли на уровне 2-3 этажей. С. строятся в крупных городах-миллионниках, ими пользуются местные жители и туристы.

Сад (garden), специально выделенная территория с искусственно посаженными плодовыми и декоративными деревьями и кустарниками. В С. могут произрастать декоративные деревья, кустарники, цветы, а также в них могут выращивать плодово-ягодные культуры и лечебные травы. С. бывают разных типов: ботанические, декоративные (зимние сады), китайские, фруктовые, японские (сады камней) и т.д. С. в разных странах мира являются частью национального культурного и природного наследия, поэтому привлекают к себе многочисленных туристов.

Сакральное место (sacral place). См. *Святое место. Святыня.*

Сайт туристской компании (website of the travel company), электронный информационный, рекламный и оперативный ресурс туристской фирмы. С.т.к. создаются с целью увеличения продажи туров, повышения качества обслуживания и привлечения новой целевой аудитории. С.т.к. используют для бронирования номеров в гостиницах, продажи туристских поездок и билетов на различные виды транспорта. Большинство туристских компаний уже давно обзавелись собственными сайтами. С.т.к. должен быть максимально удобным, запоминающимся и интересным для посетителей, которые могут стать потенциальными покупателями туристского продукта компании.

Салат-бар (salad bar), стойка с салатами и овощами в ресторане, подойдя к которой посетитель может положить в свою тарелку пищу по своему выбору. Как правило, С.-б. используется при обслуживании в форме «шведского стола». Стойка представляет собой специальное оборудование, которое так же называется «С.-б.», и должна обеспечивать не только соответствующие условия хранения продуктов, но и иметь привлекательный вид. Блюда С.-б. могут оплачиваться отдельно или в общем счёте.

Салон (lounge), общая гостиная в отеле, клубе или на крупном морском пассажирском судне, предназначенная для отдыха и общения посетителей отеля, клуба или пассажиров судна.

Салон пассажирский (cabin of the passenger, passenger's salon), помещение, предназначенное для нахождения пассажиров в транспортных средствах: самолётах, автобусах, железнодорожных поездах, автомобилях и т.д. В понятие «С.п.» не входят помещения, в которых расположены буфеты, кухни, туалеты, багажные отделения, пространства для персонала и хранения оборудования и расходных материалов. С.п. состоит из:

- стенообразующих поверхностей (оконных панелей, багажных полок для ручного багажа и мелких вещей пассажиров, панелей потолка и т.д.);
- пассажирских кресел;
- средств индивидуального обслуживания пассажиров (индивидуальной вентиляции и освещения, кнопок вызова бортпроводников и т.д.);
- систем зрительной информации (надписи, табло и др.) и развлечения

пассажиров (телевизионные экраны, наушники для прослушивания музыки и т.д.)

Салфетка бумажная (tissue), предмет личной гигиены, изготовленный из тонкой мягкой бумаги, используемый в косметических и сервировочных целях. В гостиницах С.б. выкладываются, как правило, в рулонах, в ванных комнатах жилых номеров и в общественных туалетах. В ресторанах С.б., как правило, подаются в специальных салфеточницах.

Салфетка столовая (table napkin), предмет столового и гостиничного белья. С.с. представляет собой небольшой платок из ткани, который выкладывается вместе со столовыми приборами на каждом посадочном месте в ресторане или кафе для того, чтобы посетитель мог прикрыть свою одежду от возможного попадания на неё пищи, а также в конце трапезы при необходимости вытереть рот и руки. С.с. обязательно входит в комплект белья, которым укомплектовывается номер в гостиницах выше 3 звёзд.

Самодеятельный туризм (amateur tourism), вид туризма, в котором индивидуальные и групповые путешествия организуются их участниками самостоятельно, без участия туристских фирм, а также без использования средств размещения (гостиниц, кемпингов и др.). С.т. основывается на деятельности физических лиц или туристских групп, а также добровольных туристских объединений, союзов и туристских клубов, которые на добровольной основе участвуют в подготовке, организации и осуществлении туристских путешествий. С.т. осуществляется группами туристов самостоятельно для совершения походов и путешествий спортивно-оздоровительной направленности в природных условиях. См. *Самостоятельный туризм*.

Самолёт (aircraft, airplane), транспортное воздушное средство, представляющее собой летательный аппарат, предназначенный для полётов в атмосфере с помощью силовой установки, создающей тягу, и неподвижного относительно других частей аппарата крыла, создающего подъёмную силу. В настоящее время С. перевозят значительное число туристов в мире.

Самолёт-автомашина (fly and drive), обозначение комбинированного путешествия, при котором для передвижения по маршруту используются два вида транспорта: самолёт и автомашина. Авиационный транспорт используется для перелёта на международных участках, а автомашина – для путешествия по сухопутному маршруту по территории посещаемой страны. Поездки С-а. популярны у туристов, посещающих страны, где традиционно хорошие дороги и относительно недорогая аренда автомобилей.

Самолётный трап (aircraft ladder), самодвижущаяся лестница, предназначенная для посадки и высадки пассажиров из самолёта. См. *Трап*.

Самостоятельная регистрация (self-registration, self check-in), проведение пассажиром процедуры регистрации на рейс самостоятельно, используя специальные регистрационные автоматы в аэропорту или дома – с помощью компьютерных программ Интернета, которые предоставляет авиакомпания. В результате С.р. пассажир получает посадочный талон с указанием своего места.

Самостоятельное бронирование (self-booking), заказ, как правило, с помощью Интернета, транспортных, гостиничных и других услуг туристом без участия посредников – туристских и транспортных компаний.

Самостоятельный туризм (independent tourism), вид туризма, в котором индивидуальные и групповые путешествия организуются их участниками самостоятельно без участия и посредничества туристских фирм, в том числе и за рубеж. С.т. основывается на самостоятельной деятельности физических лиц или малых туристских групп. С.т. в последние годы стал распространённым явлением благодаря Интернету, и занимает существенное место в туристских потоках в России и во всём мире. См. *Самодеятельный туризм*.

Самообслуживание (self service), обслуживание посетителями самих себя без помощи официантов в предприятиях общественного питания – например, в кафетериях, буфетах, закусочных, ресторанах самообслуживания и ресторанах со «шведским столом».

Санаторий (sanatorium), лечебно-оздоровительное учреждение и средство размещения, расположенное, как правило, в курортной местности, где находятся минеральные и целебные воды, а также термальные источники и лечебные грязи. В С. для лечения и профилактики заболеваний используют природные факторы (климат, морские купания и т.д.) в сочетании с лечебной физкультурой, физиотерапией и рациональным и диетическим питанием при соблюдении определённого режима лечения и отдыха. С. используются для организации лечебно-оздоровительного туризма и отдыха. Созданная в Российской империи и Советском Союзе санаторная система представляет собой уникальный оздоровительный и восстановительный комплекс, который в настоящее время развивается с учётом достижений современной отечественной и зарубежной курортологии.

Санаторно-курортная деятельность (sanatorium activity), совокупность всех видов научно-практической деятельности по организации и осуществлению профилактики заболеваний, лечению и реабилитации больных на основе использования природных лечебных ресурсов, изучения их свойств и механизмов воздействия. С.-к.д. представляет собой комплекс мероприятий по организации, строительству, управлению курортами, обеспечению лечения и культурно-бытового обслуживания туристов на курорте, эксплуатации и охране природных лечебных ресурсов и санитарной охране курортов.

Сани (sleigh), традиционная повозка на полозьях, сделанная из дерева и других материалов, в которую запрягают лошадей, оленей, мулов или собак – для езды нескольких человек по снегу, как правило, в зимний период. Катание на С. – известное развлечение зимой в северных регионах России, Белоруссии, Финляндии и других стран, популярное среди местных жителей и туристов. Синонимами С. в русск. яз. являются следующие слова: «дровни», «возок», «волокуши», «розвальни».

Санитария (sanitation), система мероприятий, обеспечивающих охрану здоровья и профилактику различных заболеваний, а также комплекс мер по практическому применению разработанных гигиенической наукой нормативов, санитарных правил

и рекомендаций, создающих условия для оптимизации условий жизни, воспитания, обучения, быта, труда, отдыха, путешествий, питания людей с целью укрепления и сохранения их здоровья.

Санитарные и фитосанитарные меры (sanitary and phytosanitary measures – SPS), необходимые меры по обеспечению защиты жизни и здоровья людей, животных и растений от угроз, возникающих при использовании добавок, токсинов, веществ, загрязняющих окружающую среду, к ним относятся и санитарно-ветеринарные нормы. С.ф.м. применяются на предприятиях средств размещения, транспорта и общественного питания в целях защиты туристов и путешественников от рисков, возникающих в связи с болезнями, переносимыми людьми, а также животными, растениями или продукцией из них.

Санитарные формальности (sanitary formalities, sanitary control), официальная процедура, связанная с проверкой органами санитарного контроля соблюдения туристами, пересекающими государственную границу, установленных требований по санитарно-эпидемиологической безопасности.

Санки (sledge). 1. Небольшие ручные повозки с полозьями, рассчитанные на одного человека или на одного ребёнка, для катания по укатанному снегу с горы или по ровной поверхности. Катание на С. с гор является распространённым развлечением местных жителей и туристов зимой в северных регионах многих стран. Синонимом С. в русск. яз. является слово «салазки». 2. С. гоночные, представляющие собой спортивное оборудование, рассчитаны для одного или двух спортсменов, участвующих в соревнованиях по санному спорту.

Сауна (sauna), финская баня, представляющая собой парную комнату с оборудованием, которое создаёт горячий сухой пар. С. широко используется жителями Финляндии, Швеции, Норвегии, России, Канады и других стран. С. является обязательной или дополнительной услугой во многих гостиницах в северных регионах и странах, пользуется популярностью у туристов. См. *Баня. Банный туризм.*

Сафа́ри, (safary tour), поездки с целью охоты, рыбной ловли и наблюдения за животными, фотоохота. Первоначально С. представляли собой охотничьи поездки по Восточной Африке. Позже понятие «С.» стало применяться и в других частях Африки и мира, а его значение существенно изменилось. В настоящее время понятие «С.» чаще означает вполне мирные и сравнительно недорогие экскурсии в дикую природу, во время которых туристы фотографируют зверей. Однако С. как вид дорогостоящей охоты сохраняется до настоящего времени. В некоторых странах развилась целая индустрия С., в которую входят специализированные средства размещения, автомобильный парк, опытные сопровождающие: профессиональные охотники, проводники, сотрудники заповедников и т.д. Типология С. определяется по виду транспорта, на котором туристы передвигаются в дикой природе: С. на верблюдах, С. на джипах, С. на снегоступах, С. на катамаранах и т.д. См. *Автомобильный туризм. Экологический туризм. Фотоохота.*

Сбор консульский (collection of consular, visa fee). См. *Консульский сбор.*

Сбор портовый (harbour due). См. *Портовый сбор.*

Сбор таможенный (customs fee), дополнительный сбор, взимаемый сверх таможенных пошлин за работу с таможенными документами и проведение таможенных мероприятий (например, складирование, сохранность и вывоз товара, бандерольный сбор, оценка вывозимого туристом имущества и др.).

Свадебный приём (wedding reception), праздник по случаю бракосочетания, который организуется в ресторане или гостинице и сопровождается торжественным обедом, ужином или коктейлем, а также культурной программой.

Свадебное путешествие (honeymoon trip, wedding tour), поездка молодой пары сразу или вскоре после свадьбы, которая может продолжаться от нескольких дней до нескольких недель. Организацией С.п., как правило, занимаются специализированные туристские фирмы. См. *Медовый месяц.*

Свадьба (wedding). См. *Свадебный приём.*

Сванидзе Александр Семёнович (1886-1941), советский и грузинский государственный деятель, председатель Государственного комитета СССР по иностранному туризму в 1929 г., брат Сванидзе Екатерины Семёновны (1885-1907), первой жены И.В. Сталина. С. родился в обедневшей дворянской семье и провёл детство в селе Баджи Кутаисской губернии. Образование получил на историко-филологическом факультете Иенского университета. В 1903 г. вступил в РСДРП, большевик. Вёл партработу в Закавказье. Участник Гражданской войны. С 1921 г. – нарком просвещения, финансов, иностранных дел Грузинской ССР. В 1920-1930 гг. занимал ответственные посты в советских госучреждениях: Наркоминделе, Наркомфине, Наркомвнешторге, в том числе и в заграничных советских учреждениях. В 1929 г. С. был назначен председателем Госкоминтуриста. В 1935-1937 гг. являлся заместителем председателя правления Внешторгбанка СССР. Организатор и редактор журнала «Вестник древней истории». Автор многих литературоведческих и исторических работ, переводчик. С. принадлежит один из лучших переводов на русский язык эпической грузинской поэмы Шота Руставели «Витязь в барсовой шкуре». В 1936 г. в Тбилиси вышла его книга «Материалы по истории ало-родийских племен», посвященная этнической истории Закавказья в древности. В 1937 г. С. был арестован, в 1941 г. расстрелян. Посмертно реабилитирован.

Сверхбронирование (overbooking), избыточное бронирование (овербукинг), превышение ресурсов (двойное бронирование). В реальности С. означает, что одно и то же место (в самолете, гостинице, ресторане) было продано сразу нескольким людям, т.е. это принятие и подтверждение заявок на бронирование мест в гостиницах или на транспорте сверх их реальной вместимости. С. или двойное бронирование используется гостиничными и транспортными предприятиями как способ обеспечения максимально возможной загрузки имеющихся у них мест в ожидании аннуляции значительной части ранее принятых заказов на бронирование.

Сверхкомиссия (overriding commission), дополнительная норма комиссионного вознаграждения, выплачи-

ваемого туроператором в качестве поощрения турагенту за значительное увеличение последним объёма продаж поездок и других услуг туроператора.

Сверхурочное время (overtime), дополнительное время, в течение которого персонал исполняет свои обязанности сверх установленного временного периода своей смены. Такая необходимость часто возникает в гостиницах, ресторанах и турфирмах в период высокого туристского сезона. С.в. оплачивается сотрудникам, как правило, по более высокой ставке.

Сверхурочная работа (overtime). См. *Сверхурочное время.*

Световой маяк (lighthouse). См. *Маяк.*

Световые сигналы бедствия (warning lights). См. *Аварийные световые сигналы.*

Свидетельство карантинное (certificate of quarantine), санитарный официальный документ, подтверждающий, что ввозимые и вывозимые растения, в том числе фрукты и овощи, защищены от вредителей, не имеют заразных болезней и были выращены в регионах с благоприятной экологической обстановкой. С.к. необходимо иметь автотуристам, если они перевозят через государственную границу определённое количество растений, овощей и фруктов.

Свобода передвижения (freedom of movement), право любого человека беспрепятственно передвигаться по территории своей страны, выбирать своё место жительства и пребывания, покидать страну и возвращаться в неё. С.п. является одним из основных личных прав человека, и это право включено во Всеобщую декларацию прав человека, принятую Генеральной Ассамблеей ООН в 1948 г. С.п. является правовой основой для путешествий туристов в своей стране и других государствах, что отражено в ряде международных документов, которые признаёт Российская Федерация. Так, согласно Манильской декларации о мировом туризме (1980), свобода туристских путешествий включает:

1. свободу передвижения в пределах национальной территории;
2. разрешение въезжать на национальную территорию и покидать её для туристов;
3. свободный выбор туристских направлений, видов путешествий и организаций;
4. разрешение иностранным туристам обменивать оставшуюся у них национальную валюту при отъезде на основании соответствующих правил.

Свобода передвижения в России (freedom of movement in Russia), статья 27 Конституции Российской Федерации гарантирует каждому человеку, законно находящемуся на российской территории, право свободно передвигаться, выбирать место пребывания и жительства и выезжать за пределы страны; российским гражданам также гарантируется право беспрепятственно возвращаться в Россию. Согласно Закона РФ от 25.06. 1993 г. № 5242-1 «О праве граждан Российской Федерации на свободу передвижения, выбор места пребывания и жительства в пределах Российской Федерации», право граждан России на передвижение и выбор места жительства и пребывания может быть ограничено в пограничной зоне, в закрытых военных городках, в закрытых администра-

тивно-территориальных образованиях, в зонах экологического бедствия, на территориях, где введено чрезвычайное или военное положение, где существует опасность распространения инфекционных заболеваний, массовых неинфекционных заболеваний и отравлений. Существуют населённые пункты и территории, которые иностранные граждане могут посетить только по разрешению местных или федеральных властей. В России ведётся регистрационный учёт места жительства и места пребывания граждан. Граждане обязаны регистрировать пребывание в каких-либо жилых помещениях, в которых они временно проживают свыше 90 дней. Граждане, изменившие постоянное место жительства, обязаны подать документы на регистрацию не позднее 7 дней со дня прибытия на новое место жительства. Места жительства и пребывания иностранных граждан фиксируются через миграционный учёт. Для иностранцев сроки регистрации места пребывания значительно жёстче, чем для российских граждан. Как для временно пребывающих, так и для постоянно проживающих в России иностранных граждан это 7 рабочих дней.

Свободная экономическая зона (free economic zone), небольшая территория внутри государства, с особым юридическим статусом по отношению к остальным регионам и имеющая систему льгот и стимулов для национальных или иностранных предпринимателей. В С.э.з. в разных государствах разрешено вести розничную торговлю с более низкими ценами, поэтому многие туристы стремятся посетить С.э.з. и приобрести различные товары. В России, согласно Федеральному закону «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» от 22.07.2005 г. № 116-ФЗ (ред. 18.07.2017 г. № 177-ФЗ), определяется, что особая экономическая зона – это часть территории Российской Федерации, на которой действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности. На территории Российской Федерации могут создаваться туристско-рекреационные зоны (ФЗ от 03.06.2006 № 76-ФЗ). См. *Туристско-рекреационные зоны.*

Свободное время (leisure). См. *Досуг.*

Свободное место (free space, vacant seat), незанятое и незабронированное место в гостинице, транспортном средстве, ресторане и т.д., которое в данный момент может быть продано или забронировано по заявке любого туриста.

Свободный день (free day), в программе туристского путешествия день или полдня, во время которого туристы предоставлены сами себе и могут самостоятельно провести свой отдых или организовать свою деятельность.

Свободный номер (vacant room), комната в гостинице, готовая к заселению (убранная), незанятая и незабронированная.

Связанные города (related cities, cities pair), два города в одной или разных странах, связанные прямой транспортной линией: авиалинией, железнодорожной или шоссейной магистралью. См. *Несвязанные города.*

Связи с общественностью (Public relations – PR), направление деятельности государственных, общественных и коммерческих организаций, в том числе туристских фирм, содержанием которого является использование с помощью третьей

стороны различных контактов и связей с общественностью в целях повышения имиджа и предпочтительности туристской компании со стороны потенциальных клиентов.

Святая Земля (Holy Land), места, связанные с евангельской историей и земной жизнью Иисуса Христа и Пресвятой Богородицы, включающие области, находящиеся в настоящее время на территориях нескольких государств Ближнего Востока. С.З. представляет собой историческую область на Ближнем Востоке, между Средиземным морем на западе, Мёртвым морем и севером Аравийского полуострова на востоке, Красным морем на юге и горами Ливана и Антиливана на севере. Территория С.З. является одним из древнейших очагов человеческой цивилизации. В христианской традиции географическое понятие «Палестина» до середины XX в. было синонимом С.З., которая была целью совершения паломничества миллионов христиан-богомольцев.

Святилище (sanctuary), место совершения религиозных обрядов, где находились алтари или изображения божеств первобытных и языческих религий. С. устраивались в пещерах, рощах, на возвышенностях, огороженных участках, в специальных строениях и т.д.

Святые места (holy places), территории и объекты, которые, согласно различным религиозным традициям, связаны с божественными деяниями, событиями священной истории, подвигами и жизнью святых, чудотворениями, а также являются объектами поклонения верующих людей, совершающих к ним паломничество. С.м. должны обязательно сохраняться и охраняться. В русской православной традиции С.м. подразделяются на местночтимые, общероссийского значения и зарубежные, которые традиционно называются святынями Вселенского Православия.

Святыня (shrine), термин, который включает в себя всё то, что освящено или посвящено Богу. Таким образом, к С. относятся не только сакральные предметы, но и здания, сооружения, а также природные объекты и территории. В этом смысле понятия «С.» и «святое место» часто рассматриваются как синонимы. В различных религиозных культурах С. являются священные предметы и объекты, которым поклоняются верующие люди, в том числе паломники. В честь С. в разных религиях устанавливаются праздники, во время которых проводятся специальные богослужения и различные ритуалы поклонения священным предметам и святым местам, как правило, с участием многочисленных паломников.

Сделка (deal, transaction), в туризме действие физических и/или юридических лиц, направленное на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей по отношению друг к другу, в частности, при купле-продаже туристских услуг.

Себестоимость паломнической поездки (cost of pilgrimage), оценка стоимости текущих затрат организатора паломнического путешествия на подготовку, организацию и проведение поездки паломников без учёта его комиссии.

Себестоимость туристской поездки (cost of tourist trips), денежное выражение текущих затрат организатора туристского путешествия на подготовку, организацию и проведение

туристской поездки без учета его комиссии.

Северное сияние (northern lights). См. *Полярное сияние*.

Сегмент туристского рынка (segment of the tourist market), группа фактических и потенциальных потребителей туристских услуг, которые одинаково реагируют на их потребительские свойства и стоимостные оценки – например, рыночные сегменты автотуризма, молодёжного туризма, туризма с целью отдыха и развлечения, делового и конгрессного туризма и др.

Сегментация рыночная (market segmentation), изучение различных рыночных источников, генерирующих деловую активность в туристской сфере бизнеса. Например, в гостиничном бизнесе различными рыночными сегментами будут рынки деловых поездок и поездок с целью отдыха. Внутри рынка деловых поездок наблюдается сегментация на инсентив-туры, проведение конференций, семинаров и т.д.

Сезон (season), в туризме период года, отличающийся большей или меньшей активностью туристских путешествий. Наиболее часто выделяются три сезона:
- высокий, летний сезон, период самого массового туризма;
- межсезонье или переходный сезон, приходящийся на осенние и весенние месяцы;
- низкий, зимний сезон, период резкого спада туристской активности.

В зависимости от природно-климатических условий и географического положения отдельных стран и регионов сезонное распределение туристских поездок может проходить по различным месяцам года.

Сезон высокий (high season), сезон большой активности на туристском рынке, время действия высоких тарифов на туристские продукты и услуги. Характеризуется благоприятными и комфортными условиями для рекреации.

Сезон «мёртвый» (dead season), туристский сезон, неблагоприятный для организации рекреационной деятельности. В С.«м.», как правило, средства размещения и общественного питания закрываются и/или работают не в полном объёме, а транспортные организации значительно сокращают количество рейсов. Существует особая категория туристов, которые предпочитают по разным причинам совершать туристские путешествия и осуществлять отдых в С.«м.» Для этого сезона характерны самые низкие цены на туристские услуги.

Сезон низкий (low season). См. *Сезон «мёртвый». Переходный сезон*.

Сезон отпусков (holiday season), летнее время, когда большинство учащихся средних и высших учебных заведений уходят на каникулы, работающие люди получают очередной отпуск и в своей преобладающей части отправляются на отдых и в туристские путешествия.

Сезон «пик» (peak season), сезон туристской деятельности, наиболее благоприятный для организации рекреационной деятельности людей, характеризующийся максимальной плотностью туристских потоков и наиболее комфортными условиями для рекреации, а также наивысшими ценами на туристские продукты и услуги. Для туристских путешествий и отдыха в С.«п.» необходимо все услуги бронировать заранее, обычно за полгода.

Сезон туристский (tourist season), определённый период года, во время которого устойчиво повторяется характерная для данного места цикличность туристской деятельности, связанная с состоянием погодных условий, природной среды, социально-культурных факторов (каникул, массовых отпусков, государственных праздников, театральных фестивалей и т.д.). Различают четыре С.т.: «пик», высокий, низкий и «мёртвый». С.т. в различных географических местах нашей планеты бывают разными и отличаются по временам года и погодным условиям. В каждый из С.т. устанавливаются сезонные цены на туристские услуги.

Сезонность в туризме (seasonality in tourism), природно-географический климатический фактор, определяющий степень благоприятности использования природных ресурсов и объектов культурного и природного наследия конкретной страны, местности, дестинации, как следствия периодического изменения климатических условий в течение года. В высоких широтах – это наступление холодных периодов, в тропических и экваториальных – сезона дождей или чрезмерной жары.

Сезонные цены (seasonal prices), уровень цен на туристские, гостиничные и транспортные услуги, связанные с сезонными колебаниями туристского спроса. Увеличение цен характерно для высокого туристского сезона, а снижение цен – для «мёртвого» сезона.

Сезонный билет (season ticket), специальный билет, приобретаемый на одного человека и дающий право на неограниченное количество поездок на городском или пригородном транспорте в течение определённого срока (сезона) между установленными пунктами в обоих направлениях.

Сезонный отель (seasonal hotel), неформальная классификация средства размещения, предназначенного для использования в ограниченный период времени в течение года, т.е. в туристский сезон.

Сезонный тариф (seasonal tariff). См. *Сезонные цены*.

Сезонный туризм (seasonal tourism), вид туризма, связанный с посещением туристских мест в определённое время года в зависимости от природно-климатических условий. С.т. разделяют на два подвида: односезонный и двухсезонный. Односезонный туризм распространен в тех районах, которые посещают в одно определенное время года, преимущественно летом (например, морские курорты). Двухсезонный туризм характеризуется туристскими потоками и летом, и зимой.

Сейсмическая опасность (seismic hazard), подверженность какой-либо территории регулярным землетрясениям, представляющим опасность для людей. Туристские фирмы обязаны предупреждать туристов о С.о. в регионах, куда они направляют их на отдых или в путешествия.

Сейф в гостинице (safe deposit box), специально изготовленные несгораемые ящики с кодовым замком, устанавливаемые в жилых номерах или в службе размещения, в которых клиенты гостиницы могут хранить свои личные ценности: деньги, билеты, ювелирные изделия, документы и т.д. С.г. является, как правило, дополнительной услугой, стоимость которой входит в цену гостиничного номера.

Сексуальный туризм (sex tourism), направление развлекательного туризма, представляющее собой поездки, главной целью которых является участие в развлечениях сексуального характера. В некоторых странах этот вид туризма в последние десятилетия стал ведущим: Украина, Таиланд и др. С.т. запрещён в ряде стран, а также существуют специальные рекомендации ЮНВТО и многих международных общественных организаций, призывающие цивилизованную общественность и государственные органы препятствовать этому направлению туризма. Понятие С.т. имеет несколько значений. 1. Поездки для мужчин для развлечений с местными женщинами пониженной социальной ответственности, посещения публичных домов в стране пребывания. Такие поездки особенно популярны в ряде стран Юго-Восточной Азии, а также практикуются для военнослужащих и вахтовых рабочих, редко объявляются открыто. 2. Поездки, организуемые для молодых женщин, которые направляются на неделю или более длительный срок за рубеж с целью подработать древней профессией, иногда совмещая с работой в казино, ресторанах, отелях, развлекательных шоу и т.д. 3. Поездки на специальные мероприятия для представителей секс-меньшинств.

Сектор туристской экономики (tourism sector of the economy), представляет собой систему экономических отношений, возникающих в сфере туризма в процессе производства, распределения, обмена и потребления услуг и сопутствующих форм деятельности в определённой стране. С.т.э. включает в свой состав: туристские фирмы (туроператоров и турагентов), средства размещения, предприятия туристской индустрии, в том числе транспортные, общественного питания и т.д. Эффективность С.т.э. определяется по объёму финансовых средств, поступивших в государственную казну в виде налогов и других отчислений от сферы туризма, и уровню туристских потоков, прошедших в течение года через страну.

Секьюрити (security guard), 1. сотрудник службы безопасности, в том числе в гостинице, на транспорте и т.д.; 2. служба безопасности. См. *Безопасность в туризме. Служба безопасности.*

Сельская гостиница (country hotel), неформальная классификация средства размещения, представляющего собой небольшую, как правило, частную или муниципальную гостиницу в сельской местности с домашней кухней и ограниченным набором услуг.

Сельская туристская деятельность (rural tourism activities), хозяйственная деятельность сельского жителя и/или юридического лица, субъекта малого и среднего предпринимательства на селе в сфере туризма. С.т.д. предоставляет отдельные виды или комплекс туристских услуг, включающий: приём, проживание, питание, организацию знакомства с сельским производством и бытом, народными ремёслами и промыслами, проведение экологической деятельности, экскурсионного обслуживания и других мероприятий, способствующих организации отдыха и оздоровления туристов в природной среде.

Сельский праздник (rural holiday), торжественное мероприятие, которое организуют и в котором принимают участие местные жители сельского поселения. С.п., как правило, являются традиционными мероприятиями,

посвящёнными завершению уборки урожая, религиозным праздникам, историческим событиям и т.д. С.п. во многих странах представляют собой красочные фольклорные представления, сопровождающиеся традиционными угощениями блюдами местной кухни. С.п. неизменно привлекают большие потоки туристов.

Сельский тур (country tourism, rural tourism). См. *Сельский туризм*.

Сельский туризм (rural tourism). 1. Вид туризма, который предполагает поездки и временное пребывание туристов, российских и иностранных граждан и лиц без гражданства, в сельской местности с целью отдыха, оздоровления, знакомства с сельской средой обитания, национальными и культурными традициями и/или безвозмездного участия в сельскохозяйственных работах. Обязательным условием С.т. является то, чтобы средства размещения туристов – как правило, индивидуальные, специализированные – находились в сельской местности или малых городах без промышленной и многоэтажной застройки. 2. С.т. представляет собой сектор туристской индустрии, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов сельской местности и её особенностей для создания комплексного туристского продукта. Разновидностью С.т. является совмещение работы с отдыхом, когда в обмен на участие в сельскохозяйственных работах сельский турист часть услуг (обычно размещение и питание) получает от принимающей стороны без денежной компенсации. См. *Сельская туристская деятельность*.

Семейная скидка (family discount), уменьшение стоимости туристской поездки для семьи, путешествующей с детьми и родственниками (родителями, братьями, сёстрами, племянниками и др.). С.с. предоставляется с целью увеличения рыночного спроса на туристский продукт, удержания клиентов и для рекламы.

Семейный билет (family ticket), льготный билет для проезда в транспортных средствах семьи, состоящей из родителей (родителя) и сопровождающих членов семьи, как правило, детей. По условиям перевозки глава семьи оплачивает полный тариф, членам семьи предоставляется определённая скидка. С.б. оформляются обычно для проезда туристов в экономическом классе.

Семейный дом отдыха (family holiday home), неформальная классификация средства размещения, представляющего собой оздоровительное учреждение с регламентированным режимом проживания, предназначенное для организованного отдыха туристов с детьми и ближайшими родственниками. С.д.о. представляют услуги, связанные с организацией досуга для детей различного возраста, а также специализированное детское питание и наблюдение врачами-педиатрами. См. *Дом отдыха. Пансионат*.

Семейный номер (family room), многоместный двух- или трёхкомнатный номер в средстве размещения, в котором имеются детские кровати и мебель, а в гостиницах высокого класса – небольшая кухня, игровая комната, два туалета и две ванны.

Семейный план (family plan), система скидок со стоимости размещения (в одном или нескольких номерах), предоставляемых гостиницами членам одной семьи, путешествующим

вместе. В том случае, если дети живут в одной комнате с родителями, цена номера также снижается. С.п. применяется не во всех гостиницах. В некоторых гостиницах за возможность детей проживать в номере с родителями берут дополнительную плату.

Семейный тариф (family rate), льготный тариф или скидки, которые применяются средствами размещения и транспортными предприятиями при размещении или перевозке семей. См. *Семейный план*.

Семейный туризм (family tourism), вид туризма, представляющий собой туристские путешествия семьи (с детьми или без них) или группы, состоящей из нескольких семей, более чем на сутки в местность, отличную от места постоянного жительства. По организации С.т. делится на две категории. Первая категория С.т. представляет собой путешествия, спланированные и организованные туристскими фирмами, к ним также относятся поездки в дома отдыха, пансионаты, на курорты и т.д. Вторая категория С.т. представляет собой путешествия, которые семьи планируют и организуют самостоятельно. В этом случае семья сама планирует маршрут, определяет способ передвижения, а также выбирает средства размещения. Самостоятельная организация предполагает и большее взаимодействие между членами семьи на всех этапах подготовки и проведения путешествия.

Семинар туристский (tourist seminar, travel workhop), специализированное мероприятие или занятие, проводимое крупной туристской фирмой или транспортной компанией со своими агентами с целью их ознакомления с особенностями рекламы и продажи туристских или транспортных услуг. С.т. также проводятся на туристских фестивалях, ярмарках, выставках и т.д. с целью продвижения туристского продукта, рекламы туристских возможностей каких-либо объектов, территорий, стран или регионов.

Сенин Виль Савельевич (1931-2008), известный учёный в сфере туризма, профессор, кандидат технических наук, член Совета учебно-методического объединения учебных заведений РФ по образованию в области сервиса и туризма Министерства образования и науки РФ; член ученых советов: Института гостиничного бизнеса и туризма ГОУ ВПО «Российский университет дружбы народов» (РУДН), Института туризма и развития рынка Государственного университета управления (ГУУ); исполнительный директор Ассоциации вузов туристского образования, вице-президент Международной общественной туристской академии (МТА), член правления Национальной Туристской Ассоциации, член редколлегии и автор журнала Российской гостиничной ассоциации «Парад отелей». Родился в г. Городок Витебской области. Русский. Окончил в 1953 г. Артиллерийскую инженерную академию им. Ф.Э. Дзержинского. Службу в армии завершил в звании подполковника. С 1982 г. – проректор по учебной работе Института повышения квалификации работников туристско-экскурсионных организаций. Участник создания Российской международной академии туризма (РМАТ). Автор и соавтор ряда изобретений и более 140 работ: учебников, статей, методических пособий, трудов по стандартизации и сертификации туристских и гостиничных услуг, словарей, монографий. Содействовал развитию туристской науки и практического туризма,

воспитанию кадров для сферы туризма. Один из авторов создания первого государственного стандарта высшей школы по специальности «Туризм и гостиничное хозяйство». Участник Конгресса Всемирной Туристской Организации (Рим, 1993) и ряда других международных и российских научно-практических конференций по туризму и гостиничному бизнесу. Соч.: «Организация международного туризма» (издания 1999-2005 гг., с грифом учебника Министерства образования РФ), «Управление индустрией туризма» (2004), «Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения» (2005).

Сервировка стола (table setting), производится в ресторанах и кафе, представляет сбой раскладывание и расстановку по определённой системе столовых приборов: ножей, вилок, ложек, тарелок, фужеров, стаканов, чашек, салфеток и т.д. Указанные предметы выкладываются и выставляются на каждом посадочном месте стола. Повседневная С.с. отличается от банкетной сервировки. С.с. также зависит от набора подаваемых блюд и напитков.

Сервис в индустрии гостеприимства (service in the hospitality industry), процесс предоставления гостиничных услуг, во время которого персонал средства размещения осуществляет систему мер, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих разнообразные бытовые и хозяйственные запросы гостей. С.и.г. строится по принципу спроса и предложения, при этом персонал не может навязывать услуги туристам. Персонал гостиницы не вправе без согласия потребителя предоставлять дополнительные услуги, оказываемые за плату. Потребитель вправе отказаться от оплаты услуг, не предусмотренных договором. Также запрещается обусловливать выполнение одних услуг обязательным оказанием других услуг. Перечень гостиничных услуг зависит от категории отеля. Однако в гостиницах всех категорий персонал должен стремиться к тому, чтобы набор услуг полностью соответствовал заявленной категории средства размещения.

Сервис в общественном питании (service in public catering), процесс предоставления услуг питания, который является совокупностью операций, выполняемых персоналом ресторана, кафе, бара, закусочной и т.д. Услуги предоставляются сотрудниками предприятий общественного питания при непосредственном контакте с туристами при реализации кулинарной продукции и организации досуга для путешественников и местных жителей. Понятие «С.о.п.» составляют функции реализации и организации потребления туристами и местными жителями продукции общественного питания. При осуществлении С.о.п. готовая кулинарная продукция проходит ряд операций по доведению её до потребителя (хранение в местах реализации, порционирование, комплектация и отпуск потребителю). Процесс обслуживания является цикличным, а время предоставления услуги для одного или группы посетителей называется циклом обслуживания. Продолжительность цикла равна времени пребывания потребителя в торговом зале и включает время осуществления процесса обслуживания и интервалы между ними. Основными задачами С.о.п. являются:

- наиболее полное удовлетворение потребителей услугами общественного питания туристов и местных жителей;

- использование наиболее экономичных для объекта общественного питания и удобных для туристов и местных жителей форм и методов обслуживания;
- повышение качества приготовления пищи и культуры обслуживания;
- широкое внедрение современных технологических и организационных форм и методов обслуживания посетителей.

Выполнение этих задач должно обеспечивать экономический интерес собственника и работников в конечных результатах своей деятельности, приносить прибыль для дальнейшего развития предприятия общественного питания.

Сервис в туризме (service in tourism), процесс предоставления туристских услуг турфирмами от момента приобретения путёвки до окончания срока туристской поездки. С.т. имеет существенную особенность, которая заключается в разнообразии потребителей туристских услуг. Различные категории туристов отличается: по целям путешествий, требованиями к туристским услугам, уровнем цены, которую они готовы заплатить за поездку, и т.д. Для каждой группы потребителей туристских услуг необходим свой перечень предложений. Различные туристские фирмы разрабатывают свою стратегию и тактику обслуживания, которые претворяются в конкретные планы действий, определяющие уровень конкуренции на туристском рынке. Стратегическими направлениями в обслуживании туристов являются такие, как: качество и культура обслуживания, информированность и насыщенность программ, ненавязчивость сервиса и т.д. С.т. должен учитывать определённый целевой туристский сегмент. Например, специфика обслуживания японских туристов отличается от специфики обслуживания европейцев, соответственно обслуживание китайских туристов отличается от обслуживания американцев. Различаются по содержанию и стоимости программы обслуживания пенсионеров и подростков, экономичные молодёжные поездки и эксклюзивные VIP-программы для состоятельных туристов. С.т. должен удовлетворить комплекс разнообразных потребностей туристов: комфорт на транспорте, уровень проживания, требования к организации питания, проведение познавательных экскурсий, приобретение билетов на спортивные, театральные, концертные и развлекательные мероприятия и т.д. Во время программных путешествий предполагается удовлетворение специфических потребностей туристов в лечении, деловых встречах, посещении фитнес и др.

Сервис на транспорте (transport services), процесс предоставления транспортных услуг, включающий высококачественное обслуживание пассажиров, обеспечение перевозок багажа, предоставление комплексных и дополнительных услуг. У каждого вида транспорта есть свои преимущества, но все преследуют одну главную цель – наиболее полное удовлетворение потребностей пассажиров при реализации услуг по перевозке с максимальной безопасностью. Сервисные службы на транспорте:
- участвуют в процессе организации перевозки пассажиров и грузов;
- оформляют (переоформляют) билеты пассажирам в прямом и обратном направлениях, ведут грузовую (почтовую) документацию;
- осуществляют финансовые расчёты с пассажирами и грузоотправителями;
- предоставляют пассажирам информационно-справочное обслуживание

в пунктах отправления и прибытия транспорта;
- выполняют мероприятия по обеспечению безопасности на транспорте.

Сервис фирменный в туризме (service corporate in tourism), система туристских услуг, которые предоставляет конкретная известная туристская фирма. См. *Сервис в туризме*.

Сервисные сборы (service charge), виды дополнительных оплат, которые взимаются за переоформление билетов на различные виды транспорта, внесение дополнений или изменений в туристский маршрут и т.д.

Сердечный приступ (heart attack), угрожающее жизни состояние человека, проявляющееся во внезапном появлении острых загрудинных болей, вызывающих чувства страха, удушья, слабости, головокружения, иногда сопровождается потерей сознания. Если С.п. произошёл с туристом во время путешествия, необходимо лечь, принять лекарства, если они есть, увеличить доступ воздуха и обязательно срочно вызвать скорую медицинскую помощь.

Сертификат вакцинации (certificate of vaccination), официальный медицинский документ в виде удостоверения или свидетельства, которое подтверждает вакцинацию его владельца против некоторых эпидемических заболеваний – например, холеры, оспы, желтой лихорадки. Сертификат выдаётся официальными медицинскими органами страны по форме, установленной Международной организацией здравоохранения, лицам, направляющимся в страны, посещение которых разрешается только при наличии у путешественника соответствующей предохранительной прививки.

Сертификат ветеринарный (certificate of veterinary), официальный документ, подтверждающий отсутствие заражённости ввозимого или вывозимого из страны животного (скот, птица), а также продуктов их переработки, и удостоверяющий их происхождение из экологически чистых регионов. С.в. оформляется в том случае, когда турист перевозит с собой животное (собаку, кошку, попугая и т.д.) за привычную территорию его обитания, в том числе другую страну. Для этого оформляется специальный С.в., который необходимо заверить в управлении ветеринарии по месту проживания. С.в. выдаётся после осмотра животного врачом-ветеринаром; в паспорте животного должны стоять отметки о дате последней вакцинации, в том числе от бешенства. Перемещение животного разрешено в период не менее одного месяца после вакцинации – для тех животных, которые были вакцинированы впервые, и не менее двух недель после повторного прохождения прививочных мероприятий.

Сертификат соответствия (certificate), официальное письменное удостоверение о чём-либо. Сертификат качества, например, является документом, удостоверяющим соответствие товара или услуги установленным официальным стандартам и требованиям. В Российской Федерации С.с. применяют на добровольной основе средства размещения и туристские компании для официального подтверждения качества предоставляемых услуг туристам и другим потребителям.

Сертификат страховой (certificate of insurance), документ, выдаваемый страховщиком или действующим от его имени юридическим лицом

страхователю, т.е. туристу, в подтверждение его страхования на время конкретного путешествия. Туристы из стран дальнего зарубежья, прибывающие в Россию, как правило, имеют обязательный по законодательству страны проживания С.с. или специально приобретенный по случаю туристской поездки страховой полис. См. *Страхование в туризме*.

Сертификация в туризме (certification in tourism), процедура, которая подтверждает соответствие объекта сертификации, т.е. туристской услуги, правовым нормам и профессиональным правилам и требованиям, установленным государством. Во многих странах мира С.т. подлежат туристские услуги и услуги средств размещения. Процедуру подтверждения соответствия осуществляет, как правило, специализированный орган по сертификации, представляющий собой независимую от потребителя и исполнителя уполномоченную организацию. Законодательство разных стран предусматривает два вида С.т.: обязательную и добровольную. Обязательная сертификация обычно вводится там, где нет чётких механизмов саморегулирования, которые действуют при наличии мощных профессиональных объединений, оказывающих своим членам помощь в цивилизованной рыночной форме. Там, где такие объединения существуют, обязательная сертификация уступает место добровольной, т.е. инициированной производителем услуги процедуре подтверждения соответствия уровня качества предоставляемых услуг, требованиям стандартов обслуживания и другим нормативным документам, которые определяют уровень качества услуг подобного рода. По итогам проведения сертификации выдается документ, который служит письменным подтверждением того факта, что услуга, которая сертифицируется, соответствует установленным требованиям. См. *Стандартизация*.

Сетевая гостиница (chain hotel), средство размещения, принадлежащее какой-либо гостиничной сети, выступающее под фирменным названием и/или знаком, выполняющее стандарты обслуживания своей корпорации. См. *Гостиничная корпорация. Гостиничная сеть*.

Сетевой ресторан (chain restaurant), предприятие общественного питания, принадлежащее какой-либо ресторанной сети, выступающее под фирменным знаком, имеющее фирменное оформление, фирменное меню и готовящее фирменные блюда, а также выполняющее общие стандарты обслуживания своей цепочки.

Сеть турагентская (agents network), система туристских агентств, расположенных в различных городах и странах, через которые крупные туроператоры на основании заключенных соглашений реализуют на туристском рынке различных регионов и государств свои турпродукты, как правило, под единым брендом.

Сигнал бедствия (alarm, distress signal), различные сигналы, в том числе сигнал «SOS», которые подаются туристской группой или индивидуальными туристами, находящимися в поездке или походе и нуждающимися в экстренной помощи. Виды сигналов могут быть самыми разнообразными: крики, махание руками, свет фонарей, факелы, костры, выстрелы, а также условные знаки, которые устанавливают на открытой местности. Применяются различные виды современной связи: сотовые

телефоны, гаджеты, планшеты, через которые имеется выход в Интернет, а также переносные рации, радио-телефонная связь, установленная на кораблях, поездах, самолётах и других видах транспорта.

Сигнал общей тревоги (general alarm signal), 1. световое, звуковое и другие виды оповещения туристов, находящихся в средстве размещения, или пассажиров транспортного средства о возникновении пожара, шторма, наводнения, землетрясения или другой опасности; 2. С.о.т. на морском корабле: 7 коротких гудков и 1 длинный.

Сиеста (siesta), самое жаркое время суток в полуденные часы, отведённые традиционно для отдыха и сна, в странах на побережье Средиземного моря, Индийского океана, а также в других государствах, расположенных в тропическом климате. Туристы должны знать, что во время С., как правило, не работают предприятия общественного питания, музеи, банки, государственные учреждения и т.д. Планируя путешествия в страны с жарким климатом, время С. лучше отводить для отдыха в закрытом от солнца помещении.

Символика национальная (symbols of the national), совокупность символов, цветовых сочетаний и знаков, установленных Конституцией или специальным законом какого-либо государства, олицетворяющих его национальный суверенитет, самобытность, а иногда также несущие определенные политические, национальные, идеологические, социокультурные и другие смыслы. С.н. отражается на гербе государства и его флагах. Туристы, находящиеся в стране пребывания, должны знать С.н. и уважительно к ней относиться. Во многих государствах неуважительное отношение к С.н. карается законом.

Символика паломническая (pilgrim's symbols), графические изображения религиозных символов какой-либо религии, которые используются богомольцами во время совершения паломничества. В православном паломничестве используются следующие символы: пальма, верба, крест и другие, которые располагаются, как правило, на значках, эмблемах, флагах и т.д.

Символика туристская (tourist symbols), бывает нескольких видов:
- международная, представляющая систему градации номеров в отеле и варианты размещения, транспортного обслуживания и т.д.;
- национальная или региональная, которая представляет в туристских символах главные достопримечательности какой-либо страны или региона;
- дорожные указатели, ведущие к объектам показа или объектам туристской инфраструктуры;
- символика туристских, гостиничных, транспортных фирм и предприятий общественного питания.

Символика туристская международная (symbols of international tourism), связана с гостиничной, транспортной и финансовой деятельностью. Гостиничные символы:
OB/RO – only bed, room only – размещение без питания;
BB – Bed&breakfast – в стоимость проживания включен только завтрак;
HB – Half board – система питания «полупансион»: завтрак и обед или завтрак и ужин;
FB – Full board – система питания «полный пансион»: завтрак, обед, ужин;

Extended fb – Extended full board – трехразовое питание плюс напитки во время трапезы (алкогольные и безалкогольные местного производства в ассортименте);
All incl – All inclusive – система питания «всё включено»: питание и напитки местного производства в течение дня;
Ultra all incl – Ultra all inclusive – система питания «ультра всё включено»: питание и напитки местного и импортного производства в течение дня;
Sgl/sng – Single – одноместное размещение;
Dbl – Double – двухместное размещение;
Tpl – Triple – трёхместное размещение;
Quad – Quadruple – четырёхместное размещение;
Roh – Run of the house – размещение на усмотрение отеля;
ExB – extra bed – дополнительная кровать;
Adl – Adult – взрослый;
Chid – Child – ребёнок от двух лет;
Inf – Infant – ребёнок до двух лет;
Sv – Sea view – комната с видом на море;
OV – Ocean view – комната с видом на океан;
CV – City view – комната с видом на город;
MV – Mountain view – комната с видом на горы;
PV – Pool view – комната с видом на бассейн.
Транспортные символы:
Y – Economic class – авиаперелёт эконом-классом;
C – Business – авиаперелёт бизнес-классом;
F – First – авиаперелёт первым классом;
Trf – Transfer – трансфер.
Финансовые символы:
Vs – Visa – виза;
¤ – знак валюты;
₽ – Russia Ruble – рубль российский;
€ – Euro Member Countries – евро;
$ – United States Dollar – доллар США;
¥ – China Yuan – китайский юань.

Синагога (synagogue), иудейский молитвенный храм, служащий местом общественного богослужения и центром религиозной жизни еврейской общины. Название С. происходит от греческого слова “synagoge”, что в переводе означает «собрание» и соответствует еврейском слову «кнесет». Еврейское название синагоги – «бет ха-кнесет», что означает «дом собрания» или «бет ха-тефилла», т.е. «дом молитвы». При многих С. существуют религиозные школы для детей. Для С. не предписано никаких определенных архитектурных форм. Это может быть скромное здание или даже комната в доме, используемом для других целей, а также роскошное здание в любом архитектурном стиле. Непременные детали интерьера С.: помост, который называется «альмемар» или «бима», и ковчег со свитками Торы. Другими традиционными деталями интерьера являются вечный огонь, изображение скрижалей завета (оба элемента располагаются над ковчегом) и два светильника. В ортодоксальных С. мужчины и женщины молятся отдельно; в некоторых синагогах для женщин предусмотрены отдельные галереи.

Сингл (single), одноместное размещение в гостинице. См. *Размещение*.

Синдром смены часового пояса (jet-lag, circadian synchronism), нарушение суточного ритма организма в связи с перелётом на самолёте через несколько часовых поясов, характеризуемое расстройством сна, снижением работоспособности и целым комплексом

других неприятных отклонений в состоянии здоровья туриста. С.с.ч.п. называется в медицинской практике десинхроноз. Различают два вида десинхроноза — внешний и внутренний. Часто десинхроноз вызывается быстрой сменой часовых поясов при перелётах, он называется внешним десинхронозом. У путешественника день и ночь меняются местами, в итоге человек становится дезориентированным во времени. В таком случае нарушается функционирование органов и систем, а для адаптации к новым условиям человеку обычно требуется несколько дней или недель. Как правило, перелёт в западном направлении переносится легче, чем в восточном. Если нарушение биоритмов происходит без смены часовых поясов, то в таком случае говорят о внутреннем десинхронозе. Чаще всего это нарушение наблюдается при неправильном чередовании труда и отдыха, чрезмерных напряжениях и стрессовых ситуациях.

Синицын А.С., председатель Государственного комитета СССР по иностранному туризму (Госкоминтуриста) в 1939-1940 гг.

Система бронирования (booking system), процесс и технологический цикл, включающий в себя приём от туристов заявок на бронирование туристских, гостиничных или транспортных услуг, их поиска в системе учёта с целью закрепления за принятой заявкой и выдачи подтверждения о бронировании. С.б. создаётся в каждом предприятии, продающем туристские, гостиничные или транспортные услуги. Наиболее совершенной является автоматизированная система бронирования, основанная на электронно-вычислительной технике и связанная с системой Интернет.

Система национальных счетов (system of national accounts), согласованная на международном уровне система взаимосвязанных статистических показателей, отражающих движение общественного продукта в форме доходов, финансовых ресурсов, представленных в виде таблиц и счетов, которые характеризуют результаты экономической деятельности страны. В основе С.н.с. лежит балансовый метод комплексного изучения экономических операций и оценки результатов деятельности отдельных отраслей, в том числе и сферы туризма, а также межотраслевых связей.

Система сертификации услуг (service certification system). См. *Сертификация в туризме*.

Система туризма (tourism system). См. *Туризм*.

Система туристской информации (system of tourist information). См. *Информация туристская*.

Система электронных платежей (electronic payment system), представляет собой систему расчётов между финансовыми организациями, коммерческими предприятиями и интернет-пользователями при покупке-продаже товаров и услуг через Интернет. С.э.п. представляют собой электронные версии традиционных платёжных систем и по схеме оплаты делятся на: дебетовые (работающие с электронными чеками и цифровой наличностью); кредитные (работающие с кредитными карточками). С.э.п. пользуются большинство туристских, транспортных и гостиничных предприятий, а также многие туристы во время своих путешествий.

Ситуационно-кризисный центр (Situation and crisis center), департамент МИД РФ, созданный 01.01.2013 г., главной задачей которого является обеспечение безопасности российских граждан, загранучреждений и других объектов за пределами территории России в условиях кризисных и чрезвычайных ситуаций. С.к.ц. является механизмом внутри- и межведомственной координации. С.к.ц. и другие российские государственные ведомства разрабатывают комплексные решения по быстрому и эффективному реагированию на чрезвычайные ситуации за рубежом, в которых под угрозой могут оказаться жизнь и безопасность российских граждан, в том числе туристов.

Скальный маршрут (rocky route), альпинистское понятие, представляющее собой восхождение на вершину горы по скальному рельефу, прерываемому снегом или льдом на незначительном его протяжении. С.м. бывают разной сложности и категории трудности.

Скатерть столовая (tablecloth dining room), тканое изделие из плотного полотна, которым покрывают обеденный стол. В зависимости от разряда и стиля предприятия общественного питания для накрытия столов могут использоваться С.с. различного размера, качества и расцветки.

Скачки конные (horse racing). См. *Конные скачки*.

Скидка (discount), уменьшение первоначальной продажной цены туристской поездки, транспортного билета, гостиничного номера от опубликованной, справочной. С. бывают: сезонные, групповые, социальные, выходного дня, для детей и других категорий туристов. Билет со С. (half-rate ticket) предоставляется для проезда на пассажирском транспорте при перевозке детей в возрасте от 2 до 12 лет, учащихся, ветеранов, инвалидов.

Скидка за предварительное бронирование (discount for advance booking, early booking discount), значительное снижение стоимости билетов на различные виды транспорта и гостиничных номеров при их оплате за полгода и ранее этого срока.

Скидка середины недели (discount mid-week), предоставление пониженного тарифа на проживание в некоторых средствах размещения с понедельника по четверг; как правило, не действует во время высокого сезона.

Скит (skete), небольшое монашеское поселение, входящее в состав православного монастыря; принадлежащий монастырю участок земли с возведенными на нем кельями и храмом. С. устраивается в отдалении от монастыря для монахов-отшельников. С. подчиняется настоятелю обители, составной частью которой он является. Слово «С.» происходит от названия одной из пустынь Египта, в которой в III-IV вв. египетские монахи-христиане устраивали уединённые поселения. Туристам и паломникам посещать С. без специального благословения настоятеля обители возбраняется.

Склеп (crypt). См. *Усыпальница*.

Скорая помощь (Ambulance), 1. медицинская служба, организующая экстренную медицинскую помощь по вызову в место, где человеку стало плохо; 2. медицинская бригада, прибывающая для оказания медицинской помощи; 3. название специально оборудованного автомобиля для

перевозки больных и медицинской бригады.

Скоростная дорога (expressway), автомобильная магистраль, на которой установлен нижний предел скорости, т.е. двигаться можно только с высокими скоростями и нельзя останавливаться. С.д. доступна для въезда только через развязки и часто бывает платной. С.д. привлекают к себе внимание автотуристов, желающих проехать по ним, что называется, «с ветерком». См. *Автострада.*

Скоростной паром (speed ferry), морское или речное судно, оборудованное каютами для размещения пассажиров, автомобильной палубой, предприятием общественного питания и иной инфраструктурой для путешествий, идущий со скоростью более 25 узлов. Билеты на С.п. дороже обычных паромов, но экономия времени и повышенный комфорт компенсируют затраты пассажиров. С.п. бывают открытого и закрытого типов. См. *Паром.*

Скорый поезд (fast train). См. *Поезд скорый.*

Скоростной поезд (high-speed train). См. *Поезд высокоскоростной.*

Скрытый импорт (hidden import, invisible import), статьи расходов от внешней торговли страны, включающие оплату зарубежным партнёрам транспортных услуг по перевозке пассажиров, в том числе туристов, выезжающих из данной страны.

Скрытый экспорт (hidden export, invisible export), статьи, приносящие доход от международной торговли страны, представляющие собой оплату зарубежными партнёрами за транспортные услуги, а также расходы туристов, посещающих данную страну.

Сладкое (sweet). См. *Десерт.*

Слёт туристский (meeting of the tourist), многодневный сбор большого числа самодеятельных туристов в определённом и заранее подготовленном месте, куда по маршрутам различной сложности собираются команды, совершающие пешие, конные и другие походы. С.т. проводятся с целью пропаганды самодеятельного туризма, обмена опытом работы, воспитания молодёжи, проведения туристских соревнований и конкурсов. Комплексные С.т. включают как конкурсную программу, так и соревнования по одному или нескольким видам. 1-й Всесоюзный С.т. состоялся в 1981 в Северной Осетии. Для подготовки и проведения С.т. создается оргкомитет, в обязанности которого входит: организация размещения, питания и бытового обслуживания участников слёта, подготовка и оборудование мест проведения конкурсов и соревнований, комплектование жюри и судейской коллегии. Оргкомитет также занимается обеспечением информацией о жизни слёта, обеспечивает доступ в Интернет, доставку прессы, работу радио и телевидения. Оргкомитет особо занимается разработкой мероприятий по обеспечению безопасности участников С.т., медицинским обслуживанием и охраной природы. Регулярно проводятся слёты туристов-школьников. Весной или в начале лета проходят слёты-старты – смотры готовности юных туристов к предстоящему сезону, осенью – заключительные, итоговые С.т. Кроме того, в течение года проводятся слёты-первенства: школы, района, города, области и другие, а также С.т., посвящённые наиболее значительным событиям

в жизни страны. Организацией С.т. занимаются школы и внешкольные детские учреждения. 1-й Всесоюзный слёт туристов-школьников состоялся в 1954 г. на оз. Тургояк (Южный Урал). В 1970-е гг. стали проводиться Всесоюзные слёты-соревнования, которые значительно активизировали развитие детского спортивного туризма. Обычно С.т. начинаются походами групп по намеченному маршруту, который завершается сбором («слётом») отрядов в заранее выбранном месте. Здесь оцениваются навыки юных туристов по оборудованию бивака, организации питания, ночлега и др., а также готовность отрядов к предстоящим соревнованиям и конкурсам.

Словарь карманный (pocket dictionary), краткий словарь общеупотребительных слов какого-нибудь иностранного языка, изданный в форме небольшой книжки карманного формата. С.к. часто используется туристами во время зарубежных путешествий. В настоящее время С.к. размещаются в телефонах и гаджетах.

Служащий охраны (security guard). См. *Охранник.*

Служба безопасности (security), специализированное подразделение, обеспечивающее охрану людей, в том числе туристов, а также помещений, багажа, оборудования и т.д. С.б. создаются в средствах размещения, на транспорте, в вокзалах, аэропортах, на территориях парков, выставок и т.д.

Служба бронирования (reservation service), структура в предприятиях туристского, гостиничного или транспортного обслуживания, которая занимается бронированием туристских поездок, номеров в отелях, билетов на транспортные средства и т.д. См. *Система бронирования.*

Служба встреч и проводов (service of meeting and seeing), служба в крупных отелях, туристских фирмах, выставочных и конгрессных организациях, сотрудники которой оказывают помощь туристам или участникам мероприятий, прибывающим и отъезжающим из средств размещения.

Служба горничных (housekeeping service), структура в средствах размещения, сотрудники которой осуществляют уборку и поддержание порядка в номерах, коридорах и местах общего пользования, а также осуществляют доставку расходных материалов, газет и т.д.

Служба информации (information service), 1. специально оборудованное место в гостинице или киоск на улице, в вокзале или аэропорту, где турист может получить необходимую информацию; 2. структура в предприятиях туристского, гостиничного или транспортного обслуживания, предоставляющая необходимую туристам справочную информацию. С.и. может действовать в различных организационных формах: справочный стол, справочное бюро, бюро информации, информационный центр и т.д.

Служба маркетинговая (marketing service), структурное подразделение туристских, гостиничных и транспортных предприятий, которое занимается системами управления и организацией деятельности по разработке новых, более эффективных видов услуг, их созданию и продаже с целью получения прибыли на основе повышения качества.

Служба носильщиков и швейцаров (porters and doormen service), струк-

турное подразделение средства размещения, обычно в крупных гостиницах. В состав С.н.ш. входят служащие автомобильной парковки, швейцары, носильщики, водители лимузинов и т.д. Сотрудники С.н.ш. встречают гостей, приветствуют их на входе, оказывают помощь в подноске багажа, доставке сообщений, сопровождают гостей к стойке портье перед въездом и выездом, оказывают мелкие услуги.

Служба приёма и размещения (service of reception and accommodation, front office), специальная круглосуточная структура в средстве размещения, которая осуществляет большую часть контактов с гостями: регистрацию прибывших гостей, расселение их по номерам, выписку в день отъезда, приём платежей, выдачу ключей, предоставление информации, доставку сообщений и т.д. С.п.р. обычно располагается в главном вестибюле гостиницы за специально оборудованной стойкой и имеет отдельное помещение. См. *Портье*.

Служба присмотра за детьми (child care service, baby sitting service), структурное подразделение средства размещения, сотрудники которого организуют присмотр за детьми с привлечением квалифицированных нянь и воспитателей на время, когда их родители заняты проведением деловых встреч и заседаний, а также посещением музеев, театров, концертов и т.д.

Служба управления персоналом (office of personnel management), кадровая структура в предприятиях туристского, гостиничного или транспортного обслуживания, которая занимается вопросами подбора, расстановкой, обучением, контролем и управлением персоналом совместно с руководством и в рамках избранной кадровой политики.

Служебные помещения (back office), комплекс специальных помещений в средствах размещения, вокзалах, аэропортах, ресторанах и т.д., предназначенные исключительно для персонала, который не имеет прямого контакта с пользователями услуг – туристами, пассажирами, клиентами и т.д.

Случай несчастный (accident). См. *Несчастный случай*.

Смежные номера (connecting rooms), комнаты в средствах размещения, расположенные рядом и имеющие между собой общую внутреннюю дверь, запирающуюся на ключ с обеих сторон. С.н. могут использоваться как изолированные номера (внутренняя дверь закрыта), так и как один двухкомнатный номер (внутренняя дверь открыта).

Смежные туристские продукты (related tourism products), услуги, предоставляемые смежными отраслями экономики. Хотя их увязка со сферой туризма в мировом масштабе ограничена, признаётся их значение для анализа туризма в экономике каких-либо стран. Поэтому перечни таких продуктов должны составляться по конкретным странам.

Смена рабочая (work shift). См. *Рабочая смена*.

Смог (smog), атмосферное явление, представляющее собой смесь дыма, тумана и некоторых загрязняющих веществ, выделяемых в результате работы промышленных производств, транспортом и тепло-производящими установками, при определённых погодных условиях. Специалисты

особо выделяют фотохимический С., который считается одной из основных проблем современной цивилизации. В городах и местностях, где постоянно или периодически возникает С., туристам находиться не рекомендуется, поэтому туристские фирмы обязаны предупреждать об этом туристов, которые приняли решение совершить путешествие в такие места.

Смотритель (attendant), должностное лицо, несущее дежурство на каком-либо объекте, в музее, выставочном зале, на охраняемой территории, с целью наблюдения за установленным порядком, сохранностью экспонатов, имущества в помещении и т.д.

Смотровая площадка (observation deck), место на возвышенности, дороге, тропе, как правило, специально ограждённое или оборудованное, откуда открывается панорамный вид на: город, поселение, природный пейзаж, море, реку, водопад и т.д. С.п. являются местами туристского интереса и показа.

Снаряжение туристское (tourist equipment), предметы и приспособления, необходимые туристу в походе; к ним относятся: одежда и обувь, бивачное снаряжение, средства передвижения и страховки, транспортировки грузов, а также другое имущество. С.т. подразделяется на групповое и индивидуальное. Часть С.т. используется во всех видах самодеятельного и спортивного туризма, а часть составляет специальное снаряжение, применяемое только как средство передвижения и транспортировки в каком-либо отдельном виде, а также для преодоления тех или иных препятствий. Основные требования, предъявляемые к С.т.:

- по возможности меньшая масса, высокая надёжность, удобство в эксплуатации и ремонтопригодность в походных условиях; соразмерность при совместном использовании (например, палаток и теплоизоляционных ковриков);
- соответствие требованиям гигиены, безопасности, технической эстетики;
- стойкость к атмосферным воздействиям, старению и коррозии.

Некоторые виды С.т. должны отвечать природоохранным требованиям. Предметы С.т. должны быть по возможности универсальными, т.е. иметь качества, позволяющие использовать их для различных целей – например, спасательный жилет в качестве тёплой одежды и теплоизоляционного коврика для ночлега. Определённое значение имеет однотипность предметов личного и группового снаряжения, обеспечивающая их взаимозаменяемость. Все основные виды С.т. выпускаются промышленностью, однако многие предметы туристы изготовляют сами или заказывают умельцам. Выбор С.т. зависит от вида и особенностей похода (водный или горный, выходного дня или многодневный, технически простой или сложный, с участием детей или без них и т.п.) После приобретения С.т. его следует испытать в условиях, приближённых к походным. Необходимо обеспечить сохранность снаряжения при движении на маршруте, уход за ним в походных условиях, а также его хранение в межпоходный период.

Снегоход (snowmobile), моторное транспортное средство для передвижения по снегу и льду на гусеничном или колёсном ходу с рулевой лыжей. С. в последние годы стали излюбленным развлечением туристов в центрах зимнего отдыха.

Снорк-линг (snork ling), вид подводного плавания под поверхностью воды с маской и дыхательной трубкой и, как правило, с ластами. См. *Подводный туризм*.

Снятие брони (removal of armor). См. *Разблокировка номера*.

Собор (cathedral church). 1. Главный христианский храм в городе или в монастыре, рассчитанный на богослужение архиерея с большим представительством духовенства. Расположенный в городе С. отличается от приходского храма большим числом штатных клириков. Слово «собор», как церковное архитектурное сооружение, пишется со строчной буквы. В России С. привлекают к себе обычно множество паломников, т.к. в них находятся всероссийские или местночтимые святыни. Если С. представляет собой историческое здание древней архитектуры, то он, как правило, становится объектом туристского показа и интереса. 2. Собрание представителей Церкви для обсуждения вопросов, связанных с вероучением, устройством и управлением Церкви, а также с религиозно-нравственной жизнью и дисциплиной её членов. С. бывают: Архиерейскими, Вселенскими, Духовными, Поместными. Слово «Собор» как собрание представителей Церкви пишется с прописной буквы. 3. Собор (synaxsis), собрание святых монастыря, епархии, митрополии, когда происходит празднование памяти одновременно многим святым как определённому сообществу, совместно предстоящему Богу. Например: Собор Афонских преподобных, Собор Валаамских святых, Собор Московских святителей, Собор Новомучеников и исповедников Церкви Русской, Собор всех Киево-Печерских преподобных отцов, Радонежских святых и др.

Соборная мечеть (cathedral mosque), мусульманское архитектурное сооружение, предназначенное для пятничной молитвы, как правило, самое большое в городе и которое может вместить наибольшее число молящихся мусульман в пятничный день. С.м., представляющие собой древние памятники архитектуры, пользуются вниманием туристов.

Собственник средства размещения (owner of the accommodation facilities), юридическое и/или физическое лицо, которому принадлежит на правах собственности гостиница, мотель, кемпинг и т.д. С.с.р. могут выступать: местный муниципалитет, частная фирма, государственное ведомство (министерство, госкомпания, предприятие и т.д.), общественная организация, физическое лицо и т.д. Собственность может быть смешанной в том случае, когда доли гостиницы принадлежат нескольким юридическим и физическим лицам.

Собственник турфирмы (owner of the travel agency), юридическое и/или физическое лицо, которому принадлежит на правах собственности туроператорская фирма, туристское агентство и т.д., в том числе помещения, оборудование и бренд.

Событие рекреационное (recreational event), мероприятия, связанные с той формой туризма и отдыха, которую выбрали туристы. Поэтому к С.р. относятся большое количество мероприятий: спортивные соревнования, праздники, походы, экскурсии, рыбалка, охота и т.д.

События туристские (tourist events), любые специально подготовленные мероприятия, привлекающие внимание и интерес туристов, которые приезжают специально, чтобы принять

в них участие. С.т. могут относиться к сферам: культуры, искусства, спорта, бизнеса, развлечений, моды, торговли и т.д.

Событийный туризм (event tourism), вид туризма, главной целью которого является посещение местности в определённое время, когда происходит какое-либо событие, для того чтобы турист мог его посетить или принять в нём непосредственное участие. Наиболее известные события, которые привлекают туристов:
- театральные фестивали;
- спортивные соревнования, в том числе Олимпиады, чемпионаты мира по футболу и другим видам спорта;
- музыкальные фестивали, в том числе рок-фестивали;
- выставки, в том числе всемирные выставки, автомобильные, авиационные, гастрономические и др.;
- кинофестивали;
- карнавалы, народные праздники;
- туристские выставки и ярмарки;
- научные форумы, конференции и конгрессы, в том числе экономические;
- показы мод и т.д.

С.т. – один из самых динамично развивающихся видов современного международного туризма.

Совместный рейс (joint flight), совмещённый рейс двух авиакомпаний, когда он выполняется одним из авиаперевозчиков по одному и тому же маршруту, в один и тот же пункт назначения, но при этом обозначается двумя разными номерами рейсов. С.р. организуется на основании соглашения двух авиаперевозчиков, цена и условия полёта на совмещённом рейсе для пассажиров не меняется.

Содержание гостиницы (hotel maintenance), обеспечение нормальной работы средства размещения, содержание в исправном рабочем состоянии всех элементов его материально-технической базы, финансовое обеспечение деятельности персонала.

Содержание паломнической поездки (contents of the pilgrimage). См. *Программа паломнической поездки*.

Содержание туристской поездки (contents of a tourist trip). См. *Программа туристского путешествия*.

Соколиная охота (falcon hunting), подвид охотничьего туризма, представляющий собой охоту на мелких животных с помощью прирученных и натренированных хищных птиц: соколов и ястребов. С.о. известна во многих странах мира на протяжении нескольких тысяч лет и практически в неизменном виде сохранилась до наших дней. Культура С.о. была развита и остаётся до сих пор элитным видом отдыха и развлечения практически во всех странах Евразии. В 2016 г. ЮНЕСКО, отметив тесную связь с такими понятиями, как защита окружающей среды, культурное наследие и привлечение общин, а также существенную распространенность в 60 странах мира, включила С.о. в репрезентативный Всемирный список нематериального культурного наследия человечества.

Солнечная ванна (sunbath), воздействие солнечных лучей на кожу во время отдыха. С.в. представляет собой профилактическое использование отдыхающим человеком прямого излучения Солнца, богатого лучами ультрафиолетового спектра. Обычно приём С.в. осуществляется на пляже – на лежаке или песке около моря, реки, озера и т.д. Загорать полезно для организма, но при этом необходимо учитывать,

что прямые солнечные лучи должны воздействовать на человека в умеренных дозах, в противном случае могут возникнуть неприятные последствия: ожоги кожи, солнечный удар, головная боль и т.д. Также нужно знать, что С.в. полезны не всем людям, поэтому перед их приёмом необходимо проконсультироваться с врачом.

Солнечная терраса (sun terrace), открытая площадка перед зданием средства размещения, ресторана, кафе и т.д., расположенная на солнечной стороне, а также предназначенная и оборудованная для отдыха, игр, загорания и приёма пищи.

Солнечный удар (sunstroke), внезапное заболевание человека, вызванное длительным пребыванием на солнце без головного убора и солнцезащитной одежды. С.у. сопровождается головной болью, вялостью, рвотой, повышением температуры тела (иногда выше 40°С), нарушениями пульса, дыхания, судорогами, возбуждением и другими симптомами. (В тяжелых случаях С.у. может привести к летальному исходу.) Пострадавшего надо перенести в тень, сделать водный компресс и вызвать медицинскую скорую помощь. Направляя туристов в страны жарким климатом, сотрудники турфирмы должны предупредить о мерах против С.у.

Солнцезащитные очки (sunglasses), специальные очки с тёмными стеклами, предназначенные для предохранения глаз человека от повреждений при повышенной освещённости, ультрафиолетовом излучении, сильном ветре и т.д. С.о. являются необходимым предметом в туристской поездке.

Солярий (solarium), специально оборудованное место или площадка для приёма солнечных ванн: терраса, балкон, лоджия, плоская крыша, солнечная палуба на судне. См. *Солнечная терраса*.

Сомелье (sommelier), специалист по винам и подачи их на стол в ресторанах, винотеках и специализированных винных магазинах. Туристам, не знающим местные вина страны пребывания, желательно получить консультации С., чтобы приобрести вино по вкусу.

Сопровождаемый багаж (accompanied luggage). См. *Багаж сопровождаемый*.

Сопровождающее лицо (accompanying person). 1. Приглашённый человек, сопровождающий участника туристской поездки, фестиваля, соревнования, конгресса, выставки, официального приёма и т.д., – например: переводчик, супруга, врач, медсестра и т.д. 2. Взрослый человек, которому родители доверили сопровождать в поездке несовершеннолетнего ребёнка. 3. Официальные лица, которые сопровождают первых лиц государств, руководителей официальных делегаций, специальные грузы, дипломатическую почту и т.д.

Сопровождающий бесплатный (free tour conductor), физическое лицо, сопровождающее группу туристов, которому во время путешествия с группой отправляющая или принимающая туристская фирма предоставляет бесплатное обслуживание наравне с туристами. Обычно бесплатное обслуживание предоставляется сопровождающему группы численностью 20 и более туристов.

Сопровождающий паломническую группу (accompanying a group of pilgrims), физическое лицо, имеющее

соответствующую профессиональную подготовку; является верующим человеком и принадлежит к той же религии, что и все участники паломнической группы, которую он сопровождает. С.п.г. является, как правило, представителем организатора паломнической поездки, знает программу путешествия, отвечает за полноту, качество и безопасность паломнической поездки на всех этапах её осуществления.

Сопровождающий туристскую группу (accompanying tourist group, guide), физическое лицо, как правило, представитель организатора туристской поездки, знающий программу путешествия, отвечающий за полноту, качество и безопасность туристской поездки на всех этапах её осуществления (размещение, питание, перевозка и пр.)

Сопровождение туристов (escort of tourists, guiding), предоставление индивидуальным туристам или туристским группам сопровождающего (гида-переводчика) для проведения их по маршруту путешествия, информирования о программе поездки и оказания необходимой языковой и иной помощи.

Сортовое вино (varietal wine), вино, полученное переработкой одного сорта винограда. Обычно С.в. называются по сорту винограда, из которого они получены: Алиготе, Пино, Каберне, Рислинг, Ркацители, Саперави и т.д. В некоторых странах-изготовителях допускается присутствие до 15-25% других ампелографических сортов, соответствующих данному сорту по ботаническому виду. С.в. пользуются большим спросом у туристов, путешествующих в странах, производящих эти вина.

Сосед по номеру (roommate), 1. участник туристской группы, размещённый в двухместном или многоместном номере гостиницы, в соответствии с заранее составленном списком проживания участников поездки; 2. гость, занимающий место в номере гостиницы или общежития вместе с другим лицом или другими лицами.

Состав паломнической группы (pilgrim group membership), список, характеризующий паломническую группу с точки зрения численного, полового, семейного, возрастного и профессионального состава участников. Список С.п.г. в напечатанном виде в нескольких экземплярах (при необходимости на иностранном языке) с указанием паспортных данных должен находиться у организатора паломнической поездки и сопровождающего группы.

Состав туристской группы (membership of the tourist group), список, характеризующий туристскую группу с точки зрения численного, полового, возрастного, семейного и профессионального состава участников. При подготовке туристского путешествия знание С.т.г. является важным условием при коррекции программы туристской поездки. Список С.т.г. в напечатанном виде в нескольких экземплярах (при необходимости на иностранном языке) с указанием паспортных данных должен находиться у организатора туристской поездки и сопровождающего группы.

Сотовый телефон (cell phone, mobile telephone), аппарат для беспроводной телефонной связи, который туристы и паломники, как правило, берут собой в путешествие. Руководитель и/или сопровождающий туристской или паломнической группы должны знать номера С.т. участников поездки.

Софа-кровать (sofabed), широкий диван, который на ночь раскладывается в форме кровати. С.-к. имеют спинку и подлокотники одной высоты, наиболее часто используются в гостиничных номерах категории «студио». Гостиницы используют С.-к., когда все номера с двуспальными кроватями заняты или необходимо разместить дополнительно детей в номер.

Социальный туризм (social tourism), вид туризма, расходы по осуществлению которого покрываются частично или полностью из государственных бюджетных средств или внебюджетных источников негосударственных фондов, профсоюзных, общественных и частных организаций. С.т. организуется в любом сегменте туристских поездок и предназначается для инвалидов и престарелых, пенсионеров и лиц старшего возраста и иных категорий населения, имеющих социальные льготы и дотации, а также для детей и подростков.

Социология туризма (sociology of tourism), специальное направление социологической науки, изучающее туристские мотивацию, роли, отношения, институты и их влияние на туристов и на местное население, которое принимает их в различных регионах и странах. С.т. исследует с помощью социологических методов основные тенденции и факторы развития туризма как социально-культурного и экономического феномена. С.т. рассматривает влияние общества, его социальной структуры на туризм и ответное воздействие туризма на социальную стратификацию общества, а также прикладную отрасль знания в составе социологии, ориентированную на решение практических вопросов в сфере туристского бизнеса. Методы социологии также применяются при решении различных вопросов статистики в сфере туризма.

СПА-индустрия (spa industry), направление оздоровительного туризма. СПА – это аббревиатура латинского выражения “Sanitas (здоровье) per aquam” или “Salus (благополучие) per aquam”, т.е. «здоровье и благополучие через воду». СПА-и. представляет собой поездки туристов в специализированные средства размещения, оздоровительные комплексы и небольшие СПА-поселения, куда люди приезжают, чтобы отдохнуть и поправить здоровье, сбросить груз стрессов и вновь почувствовать себя здоровыми. СПА-процедуры для тела – это прежде всего минеральные воды, лечебные грязевые ванны, морские купания, водоросли и соли, которые положены в основе всех косметических действий, а также климатические условия территорий, где располагаются СПА-курорты, сауны и бани, это также лечебная гимнастика и массаж и т.п. СПА процедуры это:
- гидротерапия – «тропический душ», гидромассаж в специальных ваннах, «жемчужные ванны», ароматические ванны с маслами и солями и т.д.;
- арома- и рефлексотерапия;
- стоун-терапия;
- общий, точечный, травяной и другие виды массажа;
- процедуры для волос, призванные восстановить их структуру и стимулировать рост;
- талассотерапия, бальнеотерапия, грязелечение;
- процедуры по уходу за лицом.

См. *Оздоровительный туризм. Велнесс.*

СПА-курорт (spa resort), лечебно-оздоровительный курорт, где основ-

ным видом лечения и оздоровления является использование различных минеральных вод и грязей. См. *Бальнеоклиматический курорт. СПА-индустрия.*

Спальная ячейка (sleeping cell, sleep box), кабина для сна туристов в средствах размещения капсульного типа. См. *Капсульный отель.*

Спальник (sleeping bag), часть туристского походного снаряжения, представляющего собой специально изготовленных мешок, используемый для сна и отдыха туриста на стоянках и остановках. С. делают из лёгкой, прочной, быстро сохнущей и плотной ткани в несколько слоёв, между которыми вшивается утеплитель. Типы С.: одеяло, кокон, квилт, нога. С. предназначен для туристов, альпинистов, спелеологов, геологов и других путешественников, живущих в походных условиях.

Спальное кресло (sleeping chair, sleeper seat). См. *Кресло спальное.*

Спальное купе (sleeping compartment), отдельное купе в железнодорожном пассажирском вагоне с мягкими полками, предназначенными для сна путешественников. См. *Купе. Купейный вагон.*

Спальное место (berth, sleeping bunk), полка в железнодорожном пассажирском вагоне или койка в морских или речных кораблях, которую пассажир занимает согласно купленному билету и может использовать для сна и отдыха.

Спальный вагон (sleeping carriage), железнодорожный пассажирский вагон, в котором расположены купе со спальными местами. См. *Купейный вагон.*

Спальный мешок (sleeping bag). См. *Спальник.*

Спальня (bedroom), 1. комната в многокомнатном номере средства размещения, предназначенная и оборудованная для сна посетителей; к С., как правило, примыкают помещения, в которых находятся душ и туалет; 2. комната в доме, коттедже, квартире, на даче и т.д., которая используется для сна.

Спасатель (rescuer), специалист, служащий аварийно-спасательного подразделения или формирования, выполняющий обязанности по проведению аварийно-спасательных работ, имеющий соответствующую подготовку и квалификацию, которая подтверждается его аттестационными документами. С. оказывают помощь пострадавшим людям, в том числе туристам, во время или после чрезвычайных ситуаций.

Спасательная служба (rescue service), профессиональное аварийно-спасательное формирование экстренного реагирования, учреждаемое органами государственной и региональной власти в целях оказания специализированной помощи при чрезвычайных ситуациях во время возникновения стихийных бедствий, техногенных катастроф и других непредвиденных обстоятельств, угрожающих жизни, здоровью и имуществу путешествующих. Участники туристских и паломнических поездок должны быть информированы о том, куда им обращаться в случае возникновения чрезвычайных ситуаций.

Спасательные средства (safety means), специальный инвентарь и снаряжение для индивидуального или коллективного использования в транспортных средствах, гостиницах

и других предприятиях на пути следования туристов, предназначенные для спасения пассажиров или постояльцев гостиниц в экстренных случаях. Например, спасательная шлюпка, закреплённая на палубе судна, спасательные жилет и плот и т.д.

Спасательный жилет (life jacket). См. *Жилет спасательный*.

Спасательный круг (life ring), спасательное средство для оказания срочной помощи утопающим и попавшим в кораблекрушение. С.к. изготавливается из нетонущих материалов и находится на открытых палубах пассажирских кораблей и других плавательных средств, а также в местах массового купания людей, в том числе туристов. См. *Пояс спасательный*.

Спасательный плот (life raft), спасательное плавающее средство, закреплённое на палубах пассажирских кораблей и других плавательных средств, которое в случае необходимости надувается воздухом и используется для спасения пассажиров и экипажа во время кораблекрушения.

Спасательный пояс (lifebelt). См. *Пояс спасательный*.

Спелеотуризм (speleotourism), подвид спортивного туризма, посещение пещер со спортивной или познавательной целью. Смысл С. заключается в путешествиях туристов по естественным подземным полостям (пещерам) с преодолением в них различных препятствий (сифоны, колодцы, завалы, подземные реки и озёра) с использованием различного специального снаряжения (акваланги, карабины, верёвки, крючья, индивидуальные страховочные системы и др.).

Специализированная группа (special interest group). См. *Группа специализированная*.

Специализированные средства размещения (specialized accommodation facilities), гостиницы, в которых кроме предоставления основных услуг, связанных с проживанием и питанием, предлагают гостям специализированное обслуживание. К типам С.с.р. относятся: оздоровительные и курортные гостиницы, мотели, конгресс-центры, а также размещение в средствах передвижения: в поездах, на яхтах, морских и речных судах и т.д.

Специализированный ресторан (specialized restaurant), предприятие питания, в котором готовят особые блюда, составляющие основу ресторанного меню и представляющие различные виды продуктов (мясо, морепродукты, овощи и т.д.); кулинарные фантазии шеф-повара или национальные блюда какой-либо страны или региона. Также особым специалитетом могут быть различные виды и формы обслуживания посетителей, в том числе туристов.

Специализированный тур (special interest tour), туристская поездка, проходящая по специальной программе с посещением объектов и участием в различных мероприятиях по профессиональным, научным, общественным или частным интересам участников туристской группы. Организуются С.т. для искусствоведов, архитекторов, врачей, инженеров, педагогов и других специалистов.

Специальные тарифы (special rate), цены на транспортные билеты, телефонный роуминг и т.д. с наибольшим количеством ограничений и условий, но при этом с самой низкой ценой.

Специальный поезд (special train), железнодорожный пассажирский состав, все места в котором закупаются организатором путешествия для перевозки большой группы туристов, совершающих поездку по одному специально разработанному маршруту. С.п., выполняющий перевозку туристов с целью проведения экскурсий в пунктах остановки по маршруту, называется круизным поездом. См. *Поезд круизный*.

Специальный рейс (special flight). См. *Авиарейс специальный*.

Список группы (tourists list). См. *Состав туристской группы*.

Список корреспондентский (correspondents' list, mailing list), перечень адресов организаций и частных лиц, которым туристская или паломническая служба регулярно высылает информационные материалы и другую деловую корреспонденцию.

Список размещения в номерах (rooming list), перечень участников туристской группы, в котором их фамилии расположены в порядке, определяющем, кто с кем размещается в двух-, трёх- и одноместных номерах в гостинице во время путешествия по маршруту. Обычно список начинается с указания фамилий супружеских пар, далее попарно перечисляются фамилии и пол остальных членов группы. Такой список высылается принимающей стороне (гостинице) за несколько дней до прибытия группы.

Список «чёрный» (black list), неформальный перечень отдельных туристских или транспортных компаний, или фамилии некоторых бывших служащих таких компаний, или фамилии туристов, которые проявили себя с неблагонадежной стороны и не могут быть рекомендованы для дальнейшего сотрудничества с гостиницей, авиакомпанией и т.д. С.«ч.» носят неофициальный характер и распространяются между сотрудничающими компаниями в порядке конфиденциальной информации.

Сплав по рекам (river rafting). См. *Водный туризм. Рафтинг.*

Спортзал (gymnasium), светлый и просторный зал, специально оборудованный для спортивных занятий и игр, неотъемлемая часть спортивных комплексов и учебных заведений, а также некоторых современных средств размещения, наряду с тренажёрными залами.

Спортивная площадка (sports field), специально оборудованное и ограниченное по периметру место на открытом воздухе, предназначенное для игровых и других видов спорта. С.п. площадки создаются в спортивных комплексах, учебных заведениях, по месту жительства, а также в средствах размещения, имеющих собственную территорию.

Спортивный туризм (sport tourism). 1. Вид туризма и спорта, целью которого являются путешествия и отдых в сочетании с физическими нагрузками и преодолением естественных препятствий. Туристы – как правило, молодёжь – преодолевают различные труднопроходимые участки пути во время длительных туристско-спортивных походов. Походы могут быть не обязательно пешие, но и конные, водные, на лыжах, велосипедах, мотоциклах и т.д. 2. Поездки на различные спортивные соревнования с целью участия в них в качестве спортсменов, а также для того, чтобы «болеть» за любимую команду или национальную сборную.

Спортивно-оздоровительный туризм (sports and recreation tourism), подвид спортивного туризма, представляющий собой путешествия со спортивными и оздоровительными целями, а также для отдыха, характеризующийся свободным выбором форм активной деятельности всех социально-демографических групп населения, начиная с детей дошкольного возраста и заканчивая пенсионерами. См. *Самодеятельный туризм*.

Способы оказания услуг (modes of international service transactions) согласно Генеральному соглашению по торговле услугами (ГАТС) торговля услугами осуществляется следующими способами:
- трансграничная поставка (с территории одной страны на территорию другой страны) – cross-border movement of service products;
- потребление за рубежом (передвижение потребителя в страну, где предоставляется услуга) – consumption in the country of importation;
- коммерческое присутствие (учреждение услугодателем одной страны своего присутствия в другой для оказания услуги – например, открытие отделения турфирмы) – commercial presence;
- перемещение физических лиц (оказание услуги поставщиком одной страны через присутствие физических лиц этой страны на территории другой страны) – temporary movement of natural persons.

Способность покупательная (purchasing power), в туризме это наличие у потребителя туристского продукта, т.е. туриста, необходимых финансовых средств на оплату предлагаемых туристских услуг.

Справочник адресов турагентский (travel agents directory), информационный справочник на бумажном или электронном носителе, содержащий краткие сведения о зарегистрированных в стране или каком-либо городе туристских агентствах. С.а.т. включает следующую информацию: название, адрес, телефон, вид и род деятельности, фамилии руководителей и т.д. С.а.т. создаются национальными или местными ассоциациями туристских агентств или коммерческими издательствами.

Справочник для турагентов (travel agents manual), информационный справочник, выпускаемый туроператором для своих турагентов, содержащий информацию и сведения служебного характера, необходимые для организации продажи турагентами турпакета оператора.

Справочник туристский (tourist guide), информационный справочник на бумажном или электронном носителе, предназначенный для туристов, прибывающих первый раз в страну, регион, город, район и т.д. С.т. представляет краткую информацию о туристской инфраструктуре, объектах показа, а также необходимые данные о географии, истории, а также о главных торговых, медицинских объектах и правоохранительных органах.

Справочное бюро (information desk). См. *Бюро справочное*.

Спрос на туристские услуги (demand for tourist services), соотношение привлекательности туристских услуг и способности туриста приобрести их по предложенной цене в определённое время года. С.т.у. связан с наличием у населения желаний и финансовых возможностей для покупки туристской поездки. С.т.у. с экономической точки зрения можно рас-

сматривать как определённый объём спроса на туристский продукт в предложенном диапазоне цен в конкретный период времени (высокий или низкий сезон). С.т.у. имеет характерные признаки: динамизм, комплексность, эластичность, сезонность и др. Туристские потребности, а следовательно и спрос, меняются вместе с развитием общества.

Среда обитания (habitat), совокупность природных условий, в которых обитают и развиваются все живые существа. Различают естественную и искусственную С.о., т.е. созданную человеком. Естественная С.о. представляет собой природную среду, в которой представители животного мира обитают в состоянии естественной свободы. Искусственная С.о. представляет собой часть окружающей среды, которая создана человеком в процессе эволюции и исторического развития общества и не существует сама по себе как природа. В туризме понятие «С.о.» используется как профессиональный термин, обозначающий места проживания различных народов, а также разнообразных видов животных. См. *Обычная среда*.

Средиземноморье (Mediterranean area), исторический регион в бассейне Средиземного моря, включающий острова и приморские территории стран Южной Европы, Передней Азии и Северной Африки. С. традиционно является излюбленным местом для туризма и отдыха миллионов людей во всём мире, благодаря благоприятным природным и климатическим условиям, большому количеству доступных объектов культурного и природного наследия, развитой туристской инфраструктуре, а также традициям гостеприимства местного населения.

Средняя цена номера (average price of a room), определяется отношением общего дохода от номерного фонда средства размещения к числу проданных в нём номеров за определённый срок. С.ц.н., позволяющая оценить работу службы портье, рассчитывается по формуле: выручка от продажи номеров за неделю (месяц) по отношению к количеству проданных номеров за тот же период.

Средства обслуживания туристов (tourist facilities), представляют собой: туристские фирмы, гостиницы, предприятия транспорта и общественного питания, экскурсионные бюро, которые предоставляют туристам основные и дополнительные услуги.

Средства страховки (insurance funds). См. *Страховочное снаряжение*.

Средства размещения (accommodation means), здания или помещения, имеющие не менее 5 номеров (в разных странах количество номеров определяется по-своему) и используемые организациями различных организационно-правовых форм и индивидуальными предпринимателями для временного проживания туристов на коммерческой основе. С.р. делятся на коллективные и индивидуальные. Коллективными С.р. считаются предприятия гостиничного типа, специализированные заведения и другие, предоставляющие ночлег посетителям. Индивидуальные С.р. представляют собой различные жилые помещения: квартиры, виллы, особняки, коттеджи, в том числе апартаменты таймшера, комнаты, арендуемые на коммерческой основе у частных лиц или агентств, а также помещения, предоставляемые бесплатно родственниками или

знакомыми. Несмотря на широкое многообразие существующих С.р. – от роскошных отелей до недорогих придорожных мотелей и студенческих общежитий – для простоты их часто объединяют одним названием «гостиница». Предоставление услуг размещения в коллективных и индивидуальных С.р. регулируется законодательными и нормативными актами многих стран мира. См. *Размещение. Гостиница.*

Средства размещения дополнительные (supplementary means of accommodation), общежития, жилые дома, квартиры, которые могут быть на условиях временной аренды использованы для размещения туристов. В основном С.р.д. используются в разгар туристского сезона, когда гостиничные предприятия из-за большой перегрузки не могут удовлетворить резко возросший спрос на размещение.

Средства размещения негостиничного типа (non-hotel type accommodation), кемпинги, палаточные городки, студенческие общежития, частные дома, квартиры и другие дополнительные средства размещения, используемые для приема туристов в период повышенного спроса.

Срок аннуляции (cancellation period), установленный правилами или договором срок, когда турист может отказаться от туристской, транспортной или гостиничной услуги, от этого зависит, получит он полный или частичный возврат денег, которыми оплачена какая-либо услуга. В некоторых случаях, когда С.н. существенно просрочен или считается поздним, возврата денежных средств может и не быть вовсе. С.а. также называется «периодом отказа». См. *Аннуляция в последний момент.*

Срок действия (period of), время и/или дата начала и окончания годности транспортного билета, туристского договора, туристского ваучера и других документов, используемых при путешествии туристов.

Стадион (stadium), комплексное спортивное сооружение, имеющее трибуны для болельщиков, специальную инфраструктуру для зрителей и спортсменов, а также футбольное поле, беговые дорожки, оборудованные площадки для соревнований и тренировок. С. бывают: открытые и крытые, а также предназначенные для различных видов спорта. На С. организуют в разных странах массовые мероприятия: торжественные церемонии открытия Олимпийских игр и других спортивных мероприятий, футбольные матчи, различные спортивные соревнования, концерты, политические митинги и т.д. На многих С. созданы и работают спортивные и олимпийские музеи. Античные С. являются объектами культурного наследия, которые входят в обязательную программу туристского посещения Греции, Италии и др. стран. Древние и современные С. являются объектами туристского показа.

Стандартизация (standardization), деятельность государства в сфере туризма, направленная на достижение и установление прогрессивных норм и требований путём создания нормативно-технической документации по предоставлению различных услуг: туристских, гостиничных, транспортных, экскурсионных, общественного питания и т.д. С. является одним из способов государственного регулирования туристской деятельности, целью которого является защита прав и интересов туристов и добросовестных произ-

водителей туристского продукта. Стандартами в сфере предоставления услуг, к которой принадлежит туризм, согласно национальному законодательству, устанавливаются обязательные требования к качеству услуг, предоставляемых туристу. Существуют следующие виды стандартов: межгосударственные, национальные, отраслевые и конкретных организаций (транспортных, гостиничных и др. предприятий).

Стандартная цена (standard price, flat rate), стоимость на туристские, гостиничные, транспортные и др. услуги, установленные на среднем уровне и применяемые при продаже значительного объёма услуг в конкретный период времени.

Стандартный номер (standard room), наиболее часто встречающиеся однотипные номера в средстве размещения, уровень цен в которых, как правило, одинаков. С.н. могут быть одно-, двух- или трёхместными и по уровню оснащения и предоставлению услуг должны соответствовать классу гостиницы.

Стандартный тур (standard tour), туристская или экскурсионная поездка по определённому маршруту, с набором постоянных услуг, которую туристская фирма многократно повторяет для групп или индивидуальных туристов или экскурсантов.

Стандарты гостиничные (standards of the hotel), документально оформленные характеристики и требования к предоставлению гостиничных услуг, определяющие и регулирующие деятельность средства размещения. Под С.г. подразумевается совокупность регламентированных ежедневных действий, выполняемых персоналом гостиницы и способствующих максимальному удовлетворению гостей. С.г. – это не только правильная технология предоставления услуг гостям, но и гостеприимное, чёткое и профессиональное отношение персонала к своей работе.

Стандарты туристские (tourist standards). См. *Туристские стандарты.*

Станция туристская (tourist station). См. *Приют туристский.*

Станция юных туристов (station of young tourists), учреждение дополнительного образования для детей и юношества. Основные задачи С.ю.т.:
- обеспечение необходимых условий для личностного развития, укрепления здоровья, профессионального самоопределения и творческого труда детей в возрасте преимущественно от 6 до 18 лет;
- адаптация детей к жизни в обществе;
- формирование общей культуры у подростков;
- организация содержательного досуга детей;
- удовлетворение потребности детей в занятиях туризмом и краеведением, физической культурой и спортом.

С.ю.т. самостоятельно разрабатывает программу своей деятельности с учётом запросов детей, потребностей семьи, образовательных учреждений, детских и юношеских общественных объединений и организаций, особенностей социально-экономического развития региона и национально-культурных традиций. С.ю.т. организует работу с детьми в течение всего календарного года. В каникулярное время учреждение может открывать в установленном порядке лагеря и туристские базы, создавать различные объединения с постоянными и (или) переменными соста-

вами детей в лагерях (загородных или с дневным пребыванием) как на своей базе, так и по месту жительства детей. С.ю.т. организуют и проводят массовые туристско-краеведческие мероприятия (слёты, соревнования, полевые профильные лагеря, экспедиции, конференции и др.), создают необходимые условия для совместного труда, отдыха детей, родителей (их законных представителей). В С.ю.т. ведется методическая работа, направленная на совершенствование образовательного процесса, программ, форм и методов деятельности объединений, мастерства педагогических работников. Деятельность детей на станции осуществляется в одновозрастных и разновозрастных объединениях по интересам (клуб, группа, секция, кружок и др.)

Старший официант (headwaiter). См. *Метрдотель*.

Старший портье (senior receptionist, head porter), руководитель службы приёма и размещения гостиницы. С.п. организует и контролирует работу сотрудников службы приёма и размещения, а также швейцаров, носильщиков и посыльных. С.п. решает вопросы поселения туристских групп, улаживает конфликты, принимает решения о переселении гостей в другие номера и т.д. См. *Портье*.

Старый город (old town), историческая территория городов, расположенная, как правило, в центральной части и представляющая собой древние или старинные кварталы, возникшие в античные или средневековые времена. С.г. может быть обнесён крепостными стенами или валами, а на его территории располагаются замки, дворцы, торговые ряды, ратуши и т.д., в которых организуют музеи и выставочные залы, предприятия питания и магазины. На площадях С.г. местные жители организуют различные праздники и ярмарки, которые привлекают многочисленных туристов. См. *Исторические города и поселения*.

Статистика туризма (tourist statistics), отрасль социально-экономической статистики, рассматривает и учитывает вопросы развития туризма и туристской индустрии. Предметом С.т. является сбор информации о количественном и качественном состоянии и развитии отрасли туризма, т.е. учёт и отчётность предприятий сферы туризма, которые занимаются организацией туристских путешествий во внутреннем и международном туризме. Важной целью С.т. является статистическое обследование туристского рынка – как для самостоятельного анализа деятельности в этой сфере, так и для использования в качестве источника данных для разработки связанных с туристскими услугами показателей платёжного баланса и составления счетов СНС. Основными задачами С.т. являются: организация статистического наблюдения за потоками туристов, местами их размещения, характеристиками поездок, оптовой и розничной торговлей, транспортом, строительством, занятостью, финансовым обеспечением, доходами и расходами, связанными с туризмом, на основе единой научной методологии, соответствующей международным правилам и стандартам. В качестве основных показателей С.т. должна учитывать: количество прибытий туристов в страну и выездов из страны с целью туризма, а также финансовые потоки поступлений и расходов в сфере туризма. С.т. ведется масштабах отдельных стран, регионов и всего мира. Статистика поездок с паломническими целями

государственными организациями в Российской Федерации в настоящее время не ведётся.

Статья «путешествия» (article "travel"), в платёжном балансе организации. С.«п.» находится в счёте товаров и услуг платёжного баланса: активы по статье «путешествия» охватывают товары и услуги для собственного использования, для подарков и т.д., приобретённые в какой-либо стране туристами-нерезидентами в ходе их поездок (за рубежом). Пассивы по этой статье охватывают товары и услуги для собственного использования или для подарков, приобретённых в других странах туристами-резидентами в ходе их поездок в эти страны.

Стенд на туристской выставке (stand at the tourist exhibition, fair stand), место, арендованное турфирмой – участником туристской выставки, на котором её сотрудники размещают свою экспозицию, материалы, рекламирующие продаваемые услуги и/или турпакеты. С.т.в., как правило, арендуют вместе с оборудованием на всё время проведения выставки. См. *Выставка туристская. Выставочная деятельность туристская.*

Стимулирование покупателя (consumer promotion), меры материального и морального поощрения потенциальных покупателей туристских, гостиничных или транспортных услуг с целью вызвать у них желание купить предлагаемые услуги. В качестве С.п. обычно применяются скидки, различные льготы, сувениры, реклама и др. меры.

Стимулирование сбыта (sales promotion), разнообразные побудительные средства и поощрительные акции (главным образом, кратковременные), проводимые турфирмами, призванные ускорить и/или увеличить продажи отдельных туристских услуг потребителям.

Стихийное бедствие (natural disaster), природная катастрофа, природно-антропогенное явление или процесс значительного масштаба, в результате которого может возникнуть или возникла угроза жизни и здоровью людей, произойти разрушение или уничтожение материальных ценностей и окружающей природной среды. К С.б. относятся: извержения вулканов, землетрясения, ураганы, лесные и торфяные пожары, сходы лавин и т.д. При прогнозировании или во время С.б. туристов, как правило, предупреждают об опасности и эвакуируют из опасных районов.

Стоимость путешествия (cost of travel), затраты на одного человека на определённое время проведения туристской поездки. В С.п. входят обязательные расходы и дополнительные. Обязательные расходы включают: оплату страхового полиса, транспортных, гостиничных услуг и питания на всё время путешествия. Дополнительные расходы включают: оплату экскурсий, культурно-развлекательных и спортивных мероприятий, оздоровительных процедур, приобретение сувениров, одежды и т.д.

Стойка (counter), профессиональное оборудование, представляющее собой высокий прилавок, используемый для продажи продуктов и напитков в кафе, барах, закусочных, буфетах, а также туристских или транспортных услуг в офисах турфирм, гостиницах, аэропортах, на вокзалах.

Стойка регистрации (front desk), место в аэропорту или гостинице, где

происходит регистрация пассажиров на рейс или гостей, прибывших в гостиницу, а также производятся расчёты за проживание.

Стойка информации (information desk). См. *Бюро справочное*.

Стойка в турфирме (front in the travel agency), место в турфирме или гостинице, где можно получить информацию о дополнительных услугах, экскурсиях, транспортных билетах, трансферах и т.д.

Столовая (canteen), предприятие питания, которое производит и реализует кулинарную продукцию местному населению и туристам во многих странах мира. С. обеспечивают полноценное питание, в том числе завтрак, обед, состоящий не менее чем из трёх блюд, и ужин. Распространены С. с использованием системы самообслуживания, особенно в учебных заведениях и на предприятиях. С., согласно ассортименту реализуемых блюд, делятся на два типа: общего типа и диетические. С. организуются в домах отдыха, санаториях, детских здравницах, молодёжных лагерях и т.д.

Столовая посуда и приборы (tableware and cutlery), набор необходимых предметов для приёма пищи: тарелки, чашки, блюдца, стаканы, бокалы, солонки, перечницы, ложки, ножи, вилки и т.д., используемые для сервировки стола в предприятиях питания.

Столовая салфетка (dining table napkin). См. *Салфетка столовая*.

Столовое вино (table wine, flatware), ординарное вино, которое имеет небольшую крепость из-за малого количества сахара в своём составе. С.в. обычно подают во время еды, потому что оно хорошо сочетается с основными блюдами. Традиционно в большинстве винодельческих стран С.в. подразделяют на сухие, полусухие, полусладкие, сладкие. Ещё одним отличием С.в. от обычного является меньший контроль за виноградом для их производства, т.е. для изготовления такого вина могут использоваться любые ягоды, причем на этикетке бутылки обычно не указывают, где виноград был выращен, в какой стране или территории. Также не всегда указывается и год производства С.в. Впрочем, это совсем не значит, что С.в. низкого качества. Производители следят за своей продукцией, а именно за вкусовыми качествами С.в., поэтому некоторые сорта имеют достаточно высокую стоимость. Туристам во время поездок в разные страны подаются С.в. См. *Вина виноградные*.

Стоянка автомобилей (parking), здания, сооружения или открытые площадки, специально оборудованные и предназначенные только для нахождения там автомобилей. С.а. должна иметь: ограждение, обозначение на местности, систему охраны, специальные въезд и выезд транспортных средств, их учёт и т.д. С.а. организуют около аэропортов, вокзалов, торговых центров, крупных гостиниц, а также в городах и сельских поселениях. Около С.а. часто работают пункты проката автомобилей.

Стоянка на якоре (anchorage), стоянка корабля на якоре в гавани или в открытом море, недалеко от порта; в этом случае пассажиров доставляют на берег и обратно на катерах и небольших судах.

Стоянка у причала (moorage, mooring), стоянка пассажирского корабля

или яхты в порту у специально отведённого для него и оборудованного пассажирского причала, на котором осуществляется сход и посадка пассажиров, а также погрузка грузов.

Страна постоянного проживания (country of domicile), определяется в соответствии с центром доминирующих экономических, общественных и личных интересов, в том числе собственности, трудовой занятости и пр., конкретных людей, в том числе туристов, путешественников, посетителей и т.д. Если какое-либо лицо проживает (или намерено проживать) более одного года в конкретной стране, где находится центр его экономических, общественных и личных интересов (например, где это лицо проводит самое большое количество времени на какой-либо работе), оно считается постоянным жителем (резидентом) этой страны. См. *Резидент. Нерезидент.*

Страна пребывания (country of reference), государство, на территории которого осуществляется путешественниками краткосрочное туристское посещение. Следует отметить, что в Международных рекомендациях ЮНВТО 2008 г. термин «страна» может быть перенесен на другой географический уровень, используя термин «место» (для области, муниципалитета или других субнациональных географических регионов).

Странник (wanderer), исторический термин, обозначавший людей, посвятивших свою жизнь странничеству, т.е. пешеходным путешествиям по святым местам, монастырям и храмам. В Древней Руси понятие «С.» до XII в. было тождественно терминам «паломник» и «поклонник», позже они могли различаться. Различие заключалось в том, что С. всю свою жизнь посвящал хождениям по святым местам, а паломник, направляясь в паломническое путешествие, обязательно возвращался в родные места и продолжал заниматься своей обычной деятельностью. В настоящее время С. называют людей, странствующих с разными целями (необязательно религиозными), т.е. не живущих долго на одном месте, а предпочитающих постоянно передвигаться на любых видах транспорта или пешком по разным странам и регионам.

Странноприимный дом (pilgrim's, traveller's house), исторический термин, обозначавший средство размещения паломников, странников и других путешествующих. Понятие «С.д.» возникло более тысячи лет назад. С.д. создавались и в настоящее время создаются, как правило, рядом с монастырями и святыми местами, регулярно посещаемыми паломниками. Современные С.д. отличаются простотой обстановки и минимумом удобств.

Страноведение (country study). 1. Направление научных исследований в природоведении, истории, географии, экономике, науках о туризме, которое изучает комплексные вопросы развития различных стран в их исторической динамике, уделяя внимание совокупности таких факторов, как: экономическое развитие, географическое положение, социокультурные и природные условия. 2. Образовательная дисциплина, изучаемая в высших учебных заведениях на различных гуманитарных факультетах, в рамках которой выделяют следующие подразделы: востоковедение, европеистика, американистика, латиноамериканистика.

Страноведение туристское (tourism's country studies), является относительно молодым направлением в науке, которое занимается сбором и систематизацией знаний о странах с точки зрения развития их туристского потенциала и инфраструктуры, особенностей объектов культурного и природного наследия, социальной организации, культурной и повседневной жизни народов, их населяющих.

Стратегия развития туризма (strategy of tourism development), основные идеи, направления, методы и формы развития туризма в конкретном регионе, стране или территории, которые получают своё воплощение в решениях законодательной и исполнительной власти, регулирующей налогообложение и систему поддержки национального туристского бизнеса и всей туристской сферы какого-либо государства.

Страхование багажа (luggage insurance), вид имущественного страхования, заключение между пассажиром, транспортной и страховой компанией договора и получение страхового полиса о возмещении пассажиру ущерба (утеря, хищение, повреждение багажа), который может быть причинён багажу в период поездки по вине перевозчика.

Страхование в туризме (insurance in tourism), система отношений между страховой компанией и туристом по защите его жизни, здоровья и имущественных интересов при наступлении страховых случаев. См. *Риски в туризме*.

Страхование медицинское (health insurance), заключение туристом со страховой компанией договора на компенсацию ему расходов на лечение в случае его заболевания во время путешествия.

Страхование паломника (pilgrim insurance). См. *Страхование туриста*.

Страхование пассажира (passenger insurance), заключение между пассажиром и транспортным предприятием договора на выплату пассажиру или третьему лицу, предусмотренному в договоре, денежной компенсации за причинённый по вине перевозчика вред здоровью или жизни пассажира. Обычно такой договор оформляется автоматически при покупке пассажиром транспортного билета.

Страхование туриста (tourism insurance), заключение туристом возмездного договора со страховым учреждением (страховщиком), которое берет на себя обязательство возместить туристу возможный ущерб, понесённый страхователем в оговорённых по договору случаях (страхование медицинское, багажа, ущерба при аннуляции поездки и т.д.)

Страхование ущерба при аннуляции тура (cancellation insurance), заключение между туристом и страховой компанией договора на возмещение туристу суммы аннуляционного штрафа, который турист должен уплатить туристской фирме в случае его отказа от использования забронированного им тура позднее установленного срока. Страхование от аннуляции тура широко используется в деятельности иностранных и российских туристских фирм.

Страхователь (policy holder), юридическое или физическое лицо, заключающее со страховой компанией какой-либо договор страхования, в том числе на совершение туристского путешествия.

Страховка (insurance policy). См. *Полис страховой.*

Страховое возмещение (insurance indemnity), сумма выплаты из страхового фонда, покрытие ущерба при имущественном страховании и страховании гражданской ответственности. Может быть равна страховой сумме или быть меньше, исходя из условий договора страхования.

Страховой полис (insurance policy). См. *Полис страховой.*

Страховой случай (insurance event), событие или совокупность событий, предусмотренных условиями страхования (договором страхования), с наступлением которых в силу закона или действующего договора страхования страховщик обязан выполнить свои обязательства по возмещению ущерба, который понёс турист.

Страховой тариф (insurance rate), выраженная в рублях и других иностранных валютах плата с единицы страховой суммы или процентная ставка от совокупной страховой суммы, служащая для формирования страхового фонда.

Страховочное снаряжение (safety gear), применяется в туристских и спортивных походах различной категории сложности и включает: верёвки и верёвочные петли, крючья и молотки, закладные элементы, амортизаторы, захваты, приспособления для торможения верёвки, обвязки страховочные, карабины, лавинное снаряжение и т.д.

Страховщик (insurer), страховая компания, которая на основании государственной лицензии занимается различными видами страхования юридических и физических лиц.

Структура управления туризмом (structure of tourism management), распределённая система и организованная совокупность взаимосвязанных элементов деятельности какой-либо туристской фирмы, находящихся между собой в устойчивых отношениях и функционирующих как единое целое. С.у.т. направлена на то, чтобы оптимально распределять цели и задачи между структурными подразделениями и работниками турфирмы. Создание такой структуры направлено на функциональное распределение между отдельными подразделениями организации прав и ответственности. В структуре управления турфирмы выделяются отделы и сектора, уровни управления и связи: горизонтальные и вертикальные.

Студенческий туризм (student tourism), подвид культурно-просветительского, молодёжного и спортивного туризма, представляющий собой групповые туристские путешествия учащихся высших учебных заведений, которые совершаются обычно во время летних и зимних каникул. Основу С.т. составляют групповые поездки, организуемые различными национальными и международными студенческими клубами, союзами или туристскими фирмами. Для поощрения С.т. принят ряд международных соглашений о предоставлении путешествующим студентам значительных скидок с цен на туристские услуги.

Студия (studio room), однокомнатный номер в средстве размещения площадью не менее 25 кв. м с планировкой, позволяющей использовать часть помещения в качестве гостиной-столовой-кабинета. С. рассчитан на проживание 1-2 человек с отдельной ванной, встроенной кухней и

софой-кроватью, которая используется как диван в дневное время, а на ночь раскладывается как кровать. См. *Номер-студио*.

Ступа (stupa), буддийское религиозное архитектурное сооружение, предназначенное для хранения святынь или являющееся памятником в честь значимых буддистских событий. Название «С.» характерно только для Индии и Непала; в Шри-Ланке применяется название «дагоба», в Мьянме – «зеди» и «пато», в Таиланде – «чеди» и «пранн», в Лаосе – «тхат», в Тибете и Бутане – «чортен», в Монголии – «суварга», в России (Бурятия, Калмыкия, Тыва, Алтай) – «субурган», в Китае и Вьетнаме – «бао та», «пагода» и т.д. С. являются объектами паломничества буддистов с целью совершения ритуальных обходов вокруг них.

Стыковочный авиарейс (connecting flight). См. *Авиарейс стыковочный*.

Стюард (steward). См. *Бортпроводник*.

Стюардесса (stewardess). См. *Бортпроводник*.

Субагентство туристское (subagency tourist), небольшое агентство в форме юридического или физического лица, входящее в сбытовую сеть более крупного турагентства и продающее по его поручению различные туристские услуги.

Субъект туризма (subject of tourism), участник туристского путешествия, т.е. турист или группа туристов. См. *Объект туризма*.

Сувенир (souvenir, memento), художественное и/или массовое изделие, отражающее культурные, национальные и прочие традиции и технологии, а также природные особенности региона, страны, города, местности, посещаемые туристами. С. приобретают на память или для подарков. Производство и продажа С. является одним из элементов туристской индустрии. С. широко распространены практически во всех странах мира.

Сувенирная лавка (souvenir small shop), павильон по продаже сувениров, книг, путеводителей и т.д., расположенный на выставках, в музеях, вокзалах, аэропортах и др. местах массового скопления туристов.

Сувенирный магазин (souvenir shop). См. *Магазин сувениров*.

Сувениры музейные (souvenirs of the museum), копии музейных экспонатов, значки, музейные издания, которые можно приобрести в сувенирных магазинах, расположенных в музеях. С.м. посвящены, как правило, предметам из основной экспозиции. С.м. бывают нескольких видов:
- предметы с музейной символикой,
- реплики предметов музейной коллекции,
- сувениры с символикой территориальной принадлежности музея,
- тематические сувениры, коррелирующие с профилем музея.

Сувениры туристские (tourist souvenirs). 1. Сувениры, отражающие бренды туристских организаций, регионов, стран, городов, а также представляющие образы объектов культурного и природного наследия, в том числе музеев, архитектурных и мемориальных памятников и других объектов туристского показа. 2. Дорожные сувениры, представляющие собой набор мелких предметов, которые турист приобретает во время поездки: головные уборы, фонарики,

сумки, надувные подушки, фляжки, стаканчики, куртки-дождевики, термосы и т.д.

Судно (ship, steamer), плавучее транспортное средство, предназначенное и оборудованное для перевозки по морям, рекам и озёрам пассажиров и грузов, для водного промысла, спортивных состязаний и других целей.

Судно круизное (cruise ship), большое пассажирское судно, используемое для туристских путешествий-круизов по реке, озеру или морю. С.к. отличаются большой комфортабельностью, разнообразием предлагаемых пассажирам услуг, организацией для них развлечений, аттракционов и т.д. См. *Круизный корабль*.

Судно на воздушной подушке (hovercraft), корабль, приподнимаемый над поверхностью воды нагнетаемым под днищем воздухом. С.в.п. используются для перевозки пассажиров, грузов, а также для проведения экскурсий, например, в заболоченных местах, на мелководье и т.д.

Судно-муха («bateau mouche»). См. *Прогулочное судно*.

Судоходство (shipping), использование водных путей в океанах, морях, на реках, озёрах, каналах для движения судов в период, когда по природным условиям возможно плавание кораблей для перевозки грузов и пассажиров, в том числе туристов. См. *Навигация*.

Сумка через плечо (shoulder bag). См. *Дорожная сумка*.

Супермаркет (supermarket), торговый комплекс по продаже полного ассортимента продуктов питания и напитков, а также предметов домашнего хозяйства, предметов одежды и повседневного спроса, бытовой техники и канцелярских товаров, косметики и посуды. С., как правило, имеют форму самообслуживания, в них работают рестораны, кафе и столовые, а также специальные игровые комнаты для детей. С. привлекают внимание туристов возможностью купить в одном месте сразу много необходимых товаров.

Суперструктура туризма (superstructure of tourism), представляет собой весь комплекс индустрии туризма, который обслуживается инфраструктурой и находящимися в этом месте другими объектами, предназначенными для местных жителей, делающих данное направление привлекательным для туристов. В С.т. включаются, помимо средств размещения, транспорта и предприятий питания, культурно-развлекательные и игровые заведения, торговые центры и магазины, образовательные организации и выставочные комплексы и т.д. См. *Инфраструктура туризма. Индустрия туризма*.

Супружеский тариф (matrimonial rate, spouse fare), льготный тариф, предоставляемый одному или обоим супругам, совершающим совместное туристское путешествие.

Сухое вино (dry wine). См. *Виноградные вина*.

Сухой паёк (packed lunch). См. *Пакет с едой*.

Сфера туризма (sphere of tourism), всё, что относится к туризму, т.е. совокупность всех организаций, предприятий и учреждений, производящих материальные и нематериальные туристские услуги и товары, которые

обеспечивают процесс производства, распределения и потребления туристского продукта, а также туристских ресурсов.

Сфера туристских услуг (sphere of tourist services), деятельность, связанная с предоставлением любых услуг, связанных с подготовкой и проведением туристских путешествий.

Схема маршрута (scheme of the route), топографический чертёж какой-либо местности, отображающий основные особенности трассы и стоянки туристского похода.

Счёт (account, bill, invoice), финансовый документ, в котором отражается перечень товаров, работ, услуг, подлежащих оплате, или состояние финансовых расчётов и обязательств, наличие денежных средств и т.д.

Счёт к оплате (bill payable), финансовый документ с указанием причитающихся денег за проданные услуги в гостинице, ресторане, баре и др. предприятиях обслуживания для их оплаты потребителем на месте через кассу наличными деньгами или через банковскую кредитную карточку по безналичному расчёту.

Сэндвич (sandwich). См. *Бутерброд*.

Сюит (suit), многокомнатный номер в средстве размещения площадью не менее 75 кв. м, состоящий из трёх и более жилых комнат (гостиной/столовой, кабинета и спальни), с нестандартной широкой двуспальной кроватью (200 х 200 см) и дополнительным гостевым туалетом. См. *Размещение*.

Сюит-отели (suite hotels), неформальная классификация средств размещения, отличительными характеристиками которых являются: расширенные площади номеров (они обычно включают гостиную и спальню, иногда маленькую кухню с холодильником или мини-баром); сокращение площадей помещений общего пользования; незначительное количество дополнительных услуг; относительно невысокие цены. Клиентами С.-о. обычно являются туристы, использующие их на длительное время или как временное жилище и желающие находиться в домашней атмосфере.

Т

Таверна (tavern), исторический термин, обозначающий древнее средство размещения с предприятием общественного питания. В Древнем Риме так назывались торговые лавки, а также станции, т.е. остановки на римских военных дорогах. В Средние века в Европе Т. назывался городской или придорожный постоялый двор или дом для приезжих, обычно состоящий из харчевни на первом, и комнат для съёма на втором этаже. В Т. для путешественников предоставлялось питание и алкогольные напитки, а также конюшни для лошадей и мулов.

Таз для умывания (washbowl), широкая и неглубокая, круглая или овальная ёмкость, лохань, которая традиционно использовалась для умывания в гостиницах и тавернах в эпоху, когда отсутствовала система подачи воды в номера. В настоящее время Т.д.у. иногда используется посетителями гостиниц для умывания в случае аварии центрального водоснабжения или в старых небольших гостиницах, не имеющих центрального водоснабжения.

Таймшер (timeshare), представляет форму временного владения средством размещения и/или его частью, в основе которой лежит принцип, предполагающий выкуп клиентом по договору на определённое время – как правило, на несколько недель в году – части гостиничной собственности, номера, нескольких номеров, этажа, блока, отдельно стоящего бунгало с территорией и т.д. См. *Таймшер-отели. Кондоминиум-отели.*

Таймшер-отели (timeshare hotels), неформальная классификация средства размещения. Т.-о. представляют собой отели «на период отпуска» и являются одним из развивающихся сегментов индустрии гостеприимства. Основной принцип заключается в выкупе клиентом по договору на определенный период времени – как правило, несколько педель в году – части гостиничной собственности, которая представляет собой гостиничный номер и прилегающую к нему территорию, т.е. кондоминиум. Достоинством Т.-о. является возможность, обмена времени и места владения с каким-либо лицом, имеющим аналогичную собственность в другом месте. Это позволяет разнообразить места проведения отпуска и получать новые впечатления. Обмены помогает осуществлять управляющая компания.

Такси (cab, taxi), вид общественного транспорта, представляющий собой автомобиль, перевозящий пассажиров за плату по счётчику в соответствии с установленной покилометровой таксой. В каждой стране есть особенности использования Т., которые обычно указываются в путеводителях, или о них можно узнать в службе размещения гостиницы, где есть обязательная услуга по вызову Т. Туристы, совершающие индивидуальные путешествия, часто используют Т. для передвижения по городам или между населёнными пунктами за рубежом.

Талассотерапия (thalassotherapy), оздоровление и лечение посредством благоприятного воздействия факторов морской среды: морской воды, лечебных грязей, морских водорослей и т.д. В косметологии Т. широко используется для борьбы с проявле-

ниями целлюлита. Полный курс Т. проводится под наблюдением врачей в санаторно-курортных учреждениях.

Талон на горючее (petrol coupon), специальная карта, которую туристская фирма по договоренности с нефтяной компанией, владеющей сетью заправочных станций, выдает автотуристу для получения необходимого количества горючего (бензина, дизтоплива и т.д.) по определённой цене для заправки автомашины во время путешествия по туристскому маршруту.

Талон на питание (meal ticket), специальная карточка в виде билета, дающая право туристу пройти в ресторан гостиницы на завтрак, обед или ужин (полупансион или полный пансион), которую он получил от туристской фирмы или гостиничной администрации на основании оплаченного турпакета или отдельно от него.

Талон посадочный (boarding card). См. *Посадочный талон*.

Таможенная граница (customs border). См. *Граница таможенная*.

Таможенная декларация (custom declaration form). См. *Декларация таможенная*.

Таможенная зона (customs control zone). См. *Зоны таможенного контроля*.

Таможенная пошлина (duty customs). См. *Пошлина таможенная*.

Таможенная служба (customs house). См. *Таможня*.

Таможенные правила (customs regulations), совокупность норм, установленных законодательством страны пребывания, регулирующих порядок провоза товаров и ценностей через границу. Т.п. определяют порядок: оформления и контроля осуществления ввоза и вывоза туристами товаров и ценностей личного пользования и транспортных средств, перемещаемых через таможенную границу РФ; обложения таможенными платежами и их уплаты, предоставления таможенных льгот. Контроль за исполнением Т.п. возложен на таможенные службы. Ответственность лиц, совершивших нарушения Т.п., установлена законодательством страны пребывания.

Таможенные формальности (customs formalities), комплекс действий, совершаемых туристами, проходящими таможню, и таможенными органами в отношении перемещаемых через таможенную границу товаров, ценностей и транспортных средств, с целью применения в их отношении мер таможенного регулирования. Т.ф. также предусматривают и другие меры регулирования – например, начисление и взимание таможенных платежей.

Таможенный досмотр (customs inspection), действия должностных лиц таможенной службы. Т.д. связан с осмотром, вскрытием упаковки товаров и ценностей или грузового отсека транспортного средства, ёмкостей, контейнеров и иных мест, где могут находиться товары, с нарушением наложенных на них таможенных пломб или иных средств идентификации, разборкой, демонтажом или нарушением целостности обследуемых объектов и их частей иными способами. Т.д. проводится с целью выявления запрещённых к ввозу или вывозу товаров и ценностей, а также подлежащих уплате таможенной пошлины. См. *Досмотр багажа*.

Таможенный коридор (customs, channel), система таможенного контроля, разработанная и необходимая для того, чтобы упростить работу таможенной службы, а также для ускорения пересечения границы. Т.к. представляет собой проход на таможенной границе по зелёному или красному коридорам. По зелёному коридору проход осуществляют туристы, которым нечего декларировать на таможне. При пересечении линии зелёного коридора турист сообщает таможне, что он не везёт с собой вещей, подлежащих обязательному декларированию. Ели в процессе досмотра у туриста будут найдены вещи, подлежащие обязательному декларированию, его действия будут расценены как нарушение закона, что повлечёт за собой оплату штрафа, а возможно даже и возбуждение уголовного дела. По красному коридору идут туристы, декларирующие на таможне товары и ценности, которые они везут с собой.

Таможенный сбор (customs fee). См. *Сбор таможенный*.

Таможенный тариф (customs tariff), перечень пошлин с их стоимостью, систематизированный по группам ввозимых и вывозимых товаров, с которых взимаются платежи в какой-либо стране.

Таможня (customs house), государственная служба, осуществляющая в соответствии с национальным законодательством контроль за прохождением через государственную границу грузов, багажа пассажиров, денежных средств и ценностей, почтовых отправлений и иных предметов, определённых таможенными правилами, а также занимающаяся взиманием установленных таможенных пошлин и сборов.

Тариф (fare), объявленная стоимость услуги или товара. Ставка или система ставок обложения, платы за что-либо на определённое время – например, транспортные тарифы, устанавливаемые за перевозку пассажиров и их багажа.

Тариф АПЕКС (APEX fare), значительно сниженный авиатариф на проезд туда и обратно, предоставляемый авиапассажирам на условиях предварительного бронирования и оплаты билета, а также взимания больших штрафных санкций в случае отказа пассажира от поездки или её изменения.

Тариф «всё включено» (all-in price, all inclusive). См. *Комплексный тариф в туризме*.

Тариф выходного дня (weekend rate), скидки на стоимость билетов на транспортные средства, а также при бронировании средств размещения с четверга по воскресенье, иногда до понедельника включительно, но обязательно включая субботу и воскресенье.

Тариф групповой (incentive group fare, group rates), тариф со скидкой, применяемый транспортным или гостиничным предприятием при обслуживании пассажиров, объединённых в одну группу. Т.г. всегда ниже индивидуального тарифа, его уровень зависит от численности участников туристского группового путешествия. Т.г. является льготным авиационным тарифом, который может применяться авиакомпаниями для перевозки туристов или паломников при условии закупки большого количества мест (блока мест) на определённый авиарейс.

Тариф двухместного размещения (double occupancy rate), стоимость

проживания одного туриста в двухместном номере в средстве размещения.

Тариф для пожилых лиц (senior fare), льготный тариф, предоставляемый некоторыми авиакомпаниями пассажирам старше определённого возраста. Возраст, размер скидок и другие льготы определяются авиакомпаниями.

Тариф для сопровождающих лиц (tariff for accompanying persons), стоимость проезда на транспортном средстве, нередко сниженная, для сопровождающего лица: родственника ребёнка, медицинского работника, следующего с больным, и т.д.

Тариф Интернета (web fare), стоимость проезда на транспортном средстве, выложенная в Интернете и используемая только при покупке билета на сайте транспортной компании.

Тариф конфиденциальный (confidential tariff), уровень оплаты за предоставляемые туристские, гостиничные, транспортные и др. услуги, которые являются коммерческой тайной для других участников туристского рынка. Т.к. определяются в результате переговоров конфидентов об оптовой закупке услуг с учётом спроса и конкуренции в конкретном сегменте. Информация о Т.к. недоступна ни в мировых системах бронирования, ни в справочниках.

Тариф корпоративный (rate of corporate), льготная цена для корпоративных клиентов на гостиничные, транспортные и туристские услуги, которая, как правило, на 10-30% ниже объявленных цен, в зависимости от сезона.

Тариф льготный (tariff preferential, reduced fare), цена перевозки туристов и их багажа, установленная транспортной компанией на уровне ниже полного тарифа, действующего на данной линии или участке, применяется с целью привлечения дополнительных пассажиров. Т.л. используется при загрузке средств размещения с теми же целями.

Тариф несезонный (off-season fare), цена перевозки пассажиров и их багажа в зимний период, когда интенсивность пассажирского движения значительно уменьшается. Т.н. ниже тарифа, действующего в летний сезон. Применение транспортными компаниями несезонных тарифов преследует цель стимулирования поездок пассажиров в зимний период.

Тариф полный (full fare), объявленная максимальная цена за услуги размещения туристов или перевозки пассажиров и их багажа транспортным средством между двумя установленными пунктами.

Тариф сниженный (reduced fare), цена перевозки пассажиров и их багажа, установленная на уровне ниже полного тарифа. Т.с. учитывает различные условия или обстоятельства перевозки, а также применяется с целью привлечения к перевозке большего числа пассажиров. См. *Демпинг*.

Тариф специальный (special rate). См. *Специальные тарифы*.

Тариф экскурсионный (excursion fare), льготная цена, устанавливаемая авиационными, автобусными и автомобильными перевозчиками для туристов, совершающих путешествия с экскурсионными целями на внутренних или международных линиях. Т.э. может быть применён

и при паломнических поездках. Т.э. зависит от численности туристов или паломников, времени и направления перевозки.

Тарификация (fare computation), совокупность приёмов и методов исчисления тарифов транспортным предприятием для перевозки пассажиров и грузов на внутренних и международных линиях. Т. включает: методику построения тарифов, систему скидок и льгот, условия действия тарифов и т.д. На международных линиях перевозчики в целях смягчения конкуренции вырабатывают на основе взаимного соглашения единые основы Т.

Твин (twin). См. *Размещение.*

Театральный администратор (theater administrator), сотрудник театра, отвечающий за организационную работу подразделений, в том числе кассиров, билетёров и другого персонала театра. Т.а. часто организует предоставление бесплатных или льготных билетов во время конкретного спектакля, а также отвечает за соблюдение правил техники безопасности во время нахождения зрителей в театре.

Текущие расходы (operating expenses), затраты, выраженные в денежной форме, трудовых, материальных и др. ресурсов туристского предприятия, связанные с осуществлением его текущей хозяйственной деятельности, в том числе с выполнением заказов туристов на бронирование и предоставление различных услуг.

Текущие цены (current prices, daily rate), стоимость номера в средстве размещения, аренды автомобиля и др. туристских услуг, действующая в конкретное время и только на одни сутки.

Телевизионная гостиная (TV lounge), холл или отдельная комната с большим телевизором или экраном, где туристы, проживающие в гостинице, имеют возможность посмотреть фильмы и телевизионные передачи.

Тележка багажная (luggage trolley). 1. Тележка на колёсах ручная с широкой платформой для перевозки пассажирами своего багажа, чемоданов, сумок и т.п. на железнодорожных и морских вокзалах и в аэропортах. Т.б. используются в гостиницах для подвоза багажа туристов в номера и к транспорту. 2. Тележка на колёсах ручная с корзинкой для перевозки покупателями товаров в магазинах самообслуживания.

Телекоммуникации (telecommunication), способы и процессы передачи, получения и обработки информации на большие расстоянии с применением электронных, электромагнитных, сетевых, компьютерных, информационных и других технологий. Основными отраслями Т. в настоящее время являются: Интернет, мобильная связь, сети передачи данных (беспроводные, оптоволоконные и т.д.), спутниковые системы связи, цифровое и аналоговое телевидение, телефонная связь, электронный банкинг. Т. – динамично развивающаяся индустрия средств связи, ориентированная на цифровые способы передачи и коммутации сообщений.

Телефон (phone), средство связи, представляющее собой электрический механизм, который способен осуществлять голосовую связь на больших расстояниях. Т. развивались от проводного аппарата

к радиотелефону и далее – до сотового (мобильного) Т., наиболее распространённого в настоящее время. Также существуют в настоящее время спутниковые Т. С появлением Интернета возник такой вид связи, как IP-телефония, способная передавать голос в оцифрованном и сжатом виде. Это дало возможность сделать разговоры на большие расстояния более дешёвыми, а с использованием таких специальных программ, как Skype – ещё и удобными. Современные туристы практически все имеют индивидуальные мобильные Т., что позволяет организаторам туристских путешествий иметь с ними круглосуточную связь.

Телефонный справочник (telephone directory, phone book), справочное издание на бумажном носителе, в котором указаны в алфавитном порядке названия государственных учреждений, служб спасения, больниц, полиции, гостиниц, ресторанов, музеев, выставочных залов и т.д. с указанием их адресов и телефонов. Т.с. разложены в номерах многих гостиниц.

Тема экскурсии (theme of the tour), тематическая содержательная направленность экскурсии, включающая, как правило, объекты культурного и природного наследия и сопровождающаяся последовательным изложением материала экскурсоводом. Т.э., как правило, определяется заказчиком или предлагается экскурсионным бюро, туристской фирмой и т.д.

Тематические парки (theme park). См. *Парк тематический*.

Тематические поездки (thematic travel), туристские путешествия, программа которых полностью или частично предназначена для туристов с определёнными профессиональными или любительскими интересами – например, к сельскому хозяйству, фольклору, живописи, традиционным технологиям, выращиванию цветов и т.д.

Температурный режим в средствах размещения (temperature in the accommodation), система поддержания комфортной температуры в средствах размещения, зависящая от времени года и погоды. Т.р.с.р. поддерживается с помощью нагревательных приборов, а также системы вентиляции и кондиционирования. В России температурный режим в помещениях законодательно регулируется (см. Федеральный закон от 30.03.1999 г. № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения», а также СНиП 23-02-2003 «Тепловая защита зданий»). Допустимое снижение температуры в помещениях гостиницы в холодный период года не должно быть ниже 18°С, а в ванной комнате – не ниже 25°С.

Температурные шка́лы (temperature scale), шкала Цельсия, Фаренгейта (Celsius, Fahrenheit scale), которые определяют систему измерения температуры воздуха. Т.ш., измеряются по Цельсию (в Европе), в Великобритании и Америке – по Фаренгейту. Формула для перевода t C = 5/9 (t F – 32).

Теннисный корт (tennis court), спортивная площадка размером 40х20 м, размеченная и предназначенная для игры в большой теннис; различаются открытые и крытые корты. Т.к. входят в инфраструктуру спортивных комплексов и гостиниц, имеющих собственную территорию.

Тент (awning), навес из материи или пластика для защиты туристов, их

снаряжения и палаток от атмосферных осадков или солнечного излучения в палаточных городках, на стоянках и привалах во время отдыха, приёма пищи и т.д.

Теория туризма (theory of tourism), система научных знаний в сфере туризма, дающая комплексное представление об общих закономерностях и наиболее существенных характеристиках туристской деятельности человеческого сообщества, на основе понятийного аппарата, отражающего важнейшие свойства, тенденции и особенности развития туризма. Т.т. рассматривает научные, образовательные и прикладные вопросы развития туристской сферы. См. *Наука о туризме*.

Теория и практика туризма (theory and practice of tourism), название образовательной программы в туристских высших учебных заведениях Российской Федерации.

Тепловой удар (heatstroke). См. *Солнечный удар*.

Теплоход (motor ship), пассажирское или грузовое судно с двигателем внутреннего сгорания или газовой турбиной. В настоящее время Т. являются самым распространённым типом морских и речных судов. Среди пассажирских кораблей такого типа наибольшее значение имеет круизный Т., представляющий собой специально оборудованное многопалубное пассажирское судно для отдыха и путешествий. Круизные Т. имеют модификации для комфортного размещения туристов на продолжительное время, обеспечены ресторанами, кафе, СПА-салонами, развлекательными и торговыми центрами, салонами отдыха, открытыми площадками и прогулочными палубами. На круизных Т. туристам обычно предлагается экскурсионная программа в городах, где предусмотрены стоянки, а также проводятся анимационные и развлекательные мероприятия на борту. См. *Круизный корабль*.

Терещенко Анатолий Анисимович (1934-2005), российский учёный в сфере отечественного и международного туризма, кандидат технических наук, член Национальной академии туризма (1994-2005). После окончания в 1982 г. службы в рядах Советской Армии в звании подполковника (военный инженер-строитель), Т. начал свою работу в сфере туризма: во Всесоюзной научно-исследовательской лаборатории по туризму и экскурсиям ЦСТЭ ВЦСПС, в Московском городском центральном туристском клубе, Российском научном центре туризма, Центре «Мостурлицензия» при Правительстве Москвы, Московском центре Академии туризма – в должностях руководителя отделов и заместителя директора указанных организаций. В 1986-1989 гг. Т. был членом Совета Всесоюзной федерации туризма, в 1996-2000 гг. — руководителем органа по сертификации туристских услуг и услуг гостиниц. Т. имел опыт организации и проведения крупных туристских мероприятий, среди которых – массовое восхождение на Эльбрус (Эльбрусиада-1989) и совместный советско-американский велопоход по территориям СССР и США (1989-1990). С 2000 г. Т. – доцент кафедры международного туризма Московского гуманитарного университета, член Союза журналистов России. Основные направления научных интересов Т.: государственное регулирование туристской деятельности, проблемы обеспечения

безопасности и качества туристских услуг. Т. участвовал в разработке проекта закона о социальном туризме, был членом рабочей группы Государственной Думы РФ по разработке проекта Федерального закона «Об основах туристской деятельности» (1993-1996), Программы развития туризма в Республике Дагестан, проектов по развитию туристской инфраструктуры «Золотого кольца России», Сочи, Камчатской области. Автор более 80 научных работ и публикаций по тематике туризма, в том числе научных монографий по проблемам государственного регулирования туристской деятельности в России.

Соч.: Стандарты туристских общественных организаций. М.: Институт Наследия, 2004. – 176 с. (в соавторстве).

Государственное регулирование туристской деятельности в правовом пространстве туризма: Курс лекций. Ч. I, II. Московская гуманитарно-социальная академия. М.: Социум, 2000. – 200 с.

О системности в разработке нормативно-правового обеспечения туристской деятельности // Туристские фирмы. Вып.27. СПб.: Невский фонд. 2002. С. 86-94.

Кому и зачем нужны Правила туристского обслуживания // Туристский бизнес. 1999. № 9.

Каким быть российскому Закону о туризме. Опыт разработки Концепции Закона // Конъюнктура туристского рынка. Ежеквартальный обзор. № 1(8). М., 1993. С. 5-9 (в соавторстве).

Терминал транспортный (transport terminal), здание или комплекс зданий в аэропортах и вокзалах, где расположены: инфраструктура для посадки и высадки пассажиров и их багажа, залы ожидания, таможенные и пограничные службы, а также зоны санитарно-карантинного контроля, магазины беспошлинной торговли и предприятия питания.

Терминалы самообслуживания (self-service terminals), специальные автоматы, расположенные в залах вокзалов, аэропортов, в холле гостиниц, торговых центрах и т.д., позволяющие туристу самостоятельно зарегистрировать и/или приобрести билеты, а также получить электронный ключ от номера, сокращая затраты времени на ожидание в очередях. Используемые туристом Т.с. в настоящее время не рассматриваются как снижение уровня обслуживания, а свидетельствуют об обратном. См. *Терминалы самообслуживания в гостиницах*.

Терминалы самообслуживания в гостиницах (self-service terminals in hotels), специальные автоматы, расположенные в больших гостиничных комплексах и входящие в систему управления средством размещения. Т.с.г. функционируют во многом подобно портье. Гость может выбрать номер в интерактивном режиме. Некоторые гостиницы даже обеспечивают подобными системами свои автобусы для регистрации гостей по пути из аэропорта. Большинство Т.с.г. требуют, чтобы прибывающий гость имел предварительное бронирование и кредитную карточку. Вся основная информация, полученная в течение процесса бронирования (имя, адрес, срок пребывания и т.д.), должна быть внесена гостем в терминал. Кроме того, некоторые Т.с.г. принимают наличные деньги. Некоторые системы самообслуживания показывают электронную схему отеля. Таким образом, гости могут выбрать наиболее удобный для них номер. Большинство Т.с.г. имеют встроенный принтер, позволяющий гостю распечатать квитанцию о совершенной сделке, которая фак-

тически может использоваться как удостоверение личности в течение времени его пребывания в гостинице.

Термы (thermae), античные архитектурные сооружения, являвшиеся в Древней Греции общественными банями и спортивными центрами при больших городских домах, виллах и гимнасиях; в эллинский период ими могли пользоваться все свободные граждане городов. В Древнем Риме Т. возникли по греческому образцу и сформировались как центры общественной жизни городов, были выполнены из мрамора, украшены колоннами, скульптурами, мозаиками и росписями. Римские архитекторы и инженеры разработали эффективную систему центрального отопления Т. с подогревом пола и стен. Т. представляют собой культурное наследие античного мира и являются известными объектами туристского показа в странах, которые когда-то входили в состав Римской империи.

Терраса (terrace), архитектурный элемент здания, представляющий собой летнюю открытую пристройку к зданию, используемую для приёма пищи и/или отдыха. Т. широко используются в архитектуре зданий, где находятся гостиницы и рестораны, расположенные в регионах с тёплым климатом, в морских или горных туристских центрах.

Терренкур (path, health pass), метод санаторно-курортного лечения, предусматривающий прогулки, дозированные по расстоянию, времени и крутизне подъёма, разбитые на различные маршруты и предназначенные для тренировок туристов и спортсменов, а также для лечения больных некоторыми видами сердечно-сосудистых заболеваний в санаторно-курортных заведениях. См. *Санаторий*.

Территории развития туризма (territories of tourism development), регионы, области и места, где существуют объективные возможности и/или специально созданы условия для развития туризма. При выборе Т.р.т. рассматриваются: климатические условия, природные возможности, оценивается ландшафт, наличие объектов культурного наследия, а также отношение местного населения к туризму и туристам. В случае принятия государственными или частными инвесторами решения о развитии туризма на конкретной территории, начинается комплексное строительство объектов инфраструктуры: средств размещения, дорог и транспортных сооружений, пунктов общественного питания и объектов социокультурной сферы.

Территория кемпинга (camping site), место, на котором расположен кемпинг. Т.к. имеет четко обозначенные места для стоянки автотранспорта, установки палаток, а также общественный туалет, водоснабжение, место для приготовления горячей пищи и другие необходимые удобства.

Техника безопасности туризма (safety of tourism). См. *Безопасность в туризме. Безопасность туристской поездки*.

Технический маршрут (technical route). См. *Порожний рейс*.

Технология туристского обслуживания (technology of tourist services), комплекс услуг, формируемых и предоставляемых туристам со стороны туристских фирм: туристских маршрутов, экскурсионных программ,

основных, дополнительных и сопутствующих услуг. Взаимоотношения туриста с туристской фирмой оформляются договором на предоставление каких-либо услуг, после чего туристу выдаётся на руки также ваучер и другие документы, на основании которых его обслуживают во время путешествия.

Тимбилдинг (team building), корпоративные поездки и праздники, основанные на проведении командных игр и приключенческих мероприятий, психологических (игровых) тренингов, обучающих коллектив совместной активной деятельности. Термин «Т.» с англ. яз. переводится как «построение команды». В настоящее время Т. является одной из более перспективных моделей корпоративного менеджмента для формирования командных отношений в коллективе.

Типовой номер (typical model room, standard room). См. *Стандартный номер*.

Типология туризма (typology of tourism), в соответствии со сложившейся практикой, национальным и международным опытом специалисты выделяют следующие типы туризма:
- внутренний туризм, представляющий собой путешествия жителей какой-либо страны на территории своего государства;
- въездной туризм – путешествия по какой-либо стране туристов, не являющихся её гражданами;
- выездной туризм – путешествия жителей какой-либо страны на территорию другого государства.

Товары туристские (tourist goods), материальные предметы потребления, сувенирная или иная товарная продукция, приобретаемая туристами для совершения путешествий или во время проведения поездок с туристскими целями. Номенклатура Т.т. зависит от характера путешествия или вида туризма. Отдельными видами Т.т. являются те, которые используются в туристских походах, путешествиях на лодках и т.д. К ним относятся: специальная туристская одежда, походный инвентарь, спортивные принадлежности, палатки, рюкзаки, спальные мешки, надувные матрацы, коврики и пр. К другому виду Т.т. относятся товарные группы, которые продаются в магазинах «свободной торговли» (duty-free). Сувениры также относятся к Т.т. и являются составной частью туристской индустрии.

Толмач (tolmach, interpreter), переводчик в Древнерусском государстве, историческое понятие, в настоящее время практически не употребляется. См. *Переводчик*.

Топографическая карта (topographic map), географическая карта универсального назначения, может быть различных масштабов, на ней подробно изображается местность региона, страны, области, города или местности. Т.к. классифицируют по разнообразным признакам: масштабу, специальному содержанию, назначению и другим признакам. Т.к. бывают: туристские, исторические, геологические, военные, почвенные и др.

Топоним (toponym, placename), имя собственное, обозначающее название какого-либо географического объекта.

Торговая площадь (market square). См. *Площадь торговая*.

Торговля внешняя (foreign trade). См. *Внешняя торговля*.

Торговля услугами (trade in services), согласно Генеральному соглашению по торговле услугами (ГАТС), под этим термином понимают как трансграничное перемещение услуг, так и их производство и потребление иностранными физическими и юридическими лицами на территории стран – участниц этого соглашения. См. *Способы оказания услуг.*

Торгово-развлекательный центр (shopping and entertainment center, mall), комплекс предприятий торговли, общественного питания и культурно-развлекательных учреждений, управляемых как единое целое и находящихся в одном здании или комплексе зданий. Т.-р.ц. являются популярными объектами для посещения, прежде всего, внутренними туристами.

Торжественный обед (ceremonial dinner, banquet). См. *Банкет.*

Торжественный ужин (ceremonial dinner, banquet). См. *Банкет.*

Точка отправления (starting point). См. *Отправной пункт.*

Травалатор (moving walkways), движущаяся бесступенчатая дорожка, в виде движущейся ленты, позволяющая ускорить или облегчить передвижение пешеходов. Т. применяется в крупных аэропортах для облегчения и ускорения доставки пассажиров к стойкам регистрации и посадки в самолёты.

Травелог (travelogue), литературный жанр, представляющий собой литературные произведения, эссе, дорожные записки и другие тексты о поездках, в которых описываются различные путешествия. Историю возникновения Т. некоторые литературоведы относят к ранней античной литературе, которая описывала путешествия людей и географические открытия в тот исторический период. Традиционно появление этого жанра литературоведы относят к XVII-XVIII вв. – периоду, когда многие европейские, в том числе испанские, португальские, русские, английские, итальянские и турецкие путешественники, писали свои путевые записки, которые и стали классическими Т. Типы Т.:
- путеводитель, как правило, перечень посещённых мест, с кратким и формальным их описанием;
- очерк о путешествии (собственно травелог), личный дневник автора в виде документальной истории поездки с максимальным сохранением точности описания событий и посещённых мест;
- дорожный роман, в котором могут быть как художественный вымысел, так и реальные события; кроме описаний стран и природных явлений, уделяется особое внимание происшествиям и интригам между участниками путешествия, а сама поездка становится лишь небольшой частью повествования.

Традиции гостеприимства (tradition of hospitality), универсальная традиция повседневно-бытовой культуры во многих странах и у большинства народов мира, предписывающая обязательность радушия в приёме, угощении и заботы о госте. Т.г. имеют свои особенности и специфику в каждой стране, поэтому туристу, которого пригласили в дом или на свадебную церемонию во время путешествия в какой-либо стране, необходимо узнать правила поведения во время такого частного визита. Т.г., начиная с развития массового туризма, перешли в сферу туризма и, таким, образом, возникло понятие

«индустрия гостеприимства», являющаяся в некоторых странах синонимом гостиничной деятельности. См. *Гостеприимство*.

Традиции (tradition), составная часть нематериального культурного наследия человечества, страны или народа, передающегося от поколения к поколению и сохраняющегося в обществе в течение длительного времени. Слово «Т.» происходит от лат. “traditio”, что означает «передача», «повествование». В качестве Т. выступают различные общественные установления и представления, нормы и правила поведения, определяющие отношение людей к конкретным моральным и нравственным ценностям, а также обычаи, обряды, ритуалы и т.д. Т. различаются по:
- содержанию (идеи, нормы, религиозные верования и т.п.);
- функциям (обычаи, обряды, ритуалы и их формы);
- характеру бытования (устные, письменные, технологические);
- оценочным категориям (положительные, нейтральные и отрицательные);
- социально-историческим характеристикам (народные, элитарные) и т.д.
Т. являются наиболее устойчивой частью культуры общества, как правило, противопоставлены новациям или инновациям. Т. совершать путешествия существуют многие тысячелетия среди различных народов мира, и представляет собой устойчивую традиционную деятельность человечества. См. *Обычай*.

Трактир (Inn). См. *Гостиный двор. Постоялый двор*.

Трамвай (tram), вид городского общественного транспорта, представляющего собой вагон или сцепку вагонов, передвигающихся по узкоколейной рельсовой железной дороге с электрической тягой и питанием от контактной сети. Т. предназначены для перевозки пассажиров по определённым маршрутам и останавливаются на специальных остановках. Т. активно пользуются, как правило, индивидуальные туристы во время своих путешествий.

Трамплин лыжный (ski jump), спортивное сооружение для прыжков на лыжах. Небольшие Т.л. иногда создаются в центрах зимнего отдыха и туризма для лыжников-любителей.

Транзит (transit), проезд туристов из одной страны или региона в другой через промежуточную страну или регион, иногда с краткой остановкой в нём для перемены транспорта или отдыха. Иностранные пассажиры (туристы, паломники), имеющие транзитную визу на краткую остановку в промежуточной стране, регистрируются как временные иностранные посетители.

Транзитная виза (transit visa). См. *Виза транзитная*.

Транзитная зона (transit zone), часть территории международного аэропорта, которая расположена за паспортным контролем; чтобы попасть в Т.з. фактически надо совершить формальный выезд из страны. В Т.з. допускают только вылетающих за границу пассажиров. Свободно заходить в Т.з. и покидать ее может только обслуживающий персонал аэропорта. См. *Транзитный зал*.

Транзитный зал (transit hall), помещение в аэропортах, вокзалах и т.д., предназначенное для транзитных и трансферных пассажиров, ожидающих свои самолёты, поезда и другие

транспортные средства. В Т.з. пассажиры могут находиться без оформления документов для пребывания в стране, куда они приехали для пересадки на другие виды транспорта, кроме отдельных стран, которые требуют, чтобы транзитные пассажиры проходили паспортный контроль или получали транзитную визу. Т.з., как правило, представляет собой светлый просторный зал ожидания, который оборудован мягкими креслами, современной системой кондиционирования, Интернетом. В Т.з. находятся кафе, бар, детский игровой развлекательный комплекс, пеленальная комната, туалеты и т.д.

Транзитный пассажир (transit passenger), путешественник, продолжающий совершать согласно оплаченному им билету свою поездку из транзитного аэропорта в пункт назначения и ожидающий посадку на стыковочный рейс с тем же номером и того же перевозчика. См. *Трансфертный пассажир*.

Трансатлантическое путешествие (transatlantic travel), проезд на морском или авиационном транспорте через Атлантический океан из Америки в Европу, Африку или обратно. Т.п. являются популярным туристским маршрутом.

Трансграничный туризм (cross-border tourism), подвид приграничного туризма, представляющий собой путешествия туристов из разных стран, пересекающих границы одного или нескольких государств, с целью в течение одного путешествия посетить несколько стран и осмотреть объекты культурного и природного наследия. Т.т. совершается на различных видах транспорта, но, как правило, туристы передвигаются на автомобилях или небольших автобусах. См. *Приграничный туризм*.

Трансполярная линия (transpolar line, polar route), маршрут регулярных пассажирских авиационных рейсов из Европы в Северную Америку через Северный полюс.

Транспорт международный (intercity transport), услуги всех видов транспорта (железнодорожного, авиационного, автомобильного, морского, трубопроводного, наземного, речного и др.), оказываемые резидентами одной страны резидентам другой страны, в том числе туристам.

Транспорт общественный (public transport), система городского и междугороднего сообщения (метро, трамваи, автобусы, троллейбусы, пригородные поезда и др.) Т.о. осуществляет регулярные перевозки местного населения по установленным маршрутам и определённым тарифам. Т.о. активно пользуются туристы и экскурсанты.

Транспорт туристский (transport tourist), включает все виды транспорта, которые используются для перевозки туристов. Выбор Т.т. при осуществлении путешествий определяется рейтингом их популярности, степенью развития транспортной системы, видом путешествий, протяженностью маршрута, благосостоянием туристов, тарифами, туристско-рекреационными ресурсами, национальными традициями и другими факторами. М.Б. Биржаков определил виды Т.т. по типу перевозок следующим образом.

1. Наземные виды перевозок:

- перемещение и перевозки с помощью мускульной силы человека – лыжные, велосипедные, рикши, пешеходные, вёсельные и др.;

- перемещения с помощью гужевого транспорта, который движется, используя силу животных – вьючных, тягловых, седловых;
- перемещения с помощью механических средств;
- автомобильный транспорт – колесный, гусеничный и др.;
- использование рельсового транспорта – железные дороги, метро, трамваи, фуникулеры, канатные дороги и т.д.;
- использование транспорта на воздушной подушке.

2. Воздушные виды перевозок:
- воздушные шары и дирижабли, планеры и дельтапланы, парашюты и парапланы;
- вертолёты;
- широкофюзеляжные самолёты, сверхзвуковые лайнеры, самолёты малой авиации, гидросамолёты;
- космические аппараты.

3. Перевозки речным и морским транспортом:
- плоты и гребные лодки;
- яхты речные и морские (парусный флот);
- лодки и суда маломерного флота с механическим приводом;
- речные и морские суда;
- океанские круизные корабли;
- суда на воздушной подушке;
- подводные суда.

Транспортное предприятие (transport company). См. *Предприятие транспортное*.

Транспортное средство (transport vehicle), техническое устройство для перевозки людей и/или грузов на любые расстояния. К Т.с. относятся сухопутные, воздушные и водные виды транспорта.

Транспортный тариф (transport tariff, passenger fare), стоимость проезда пассажира, в том числе туриста, в каком-либо виде транспорта.

Транспортный туризм (transport tourism), самостоятельный вид туризма, представляющий собой путешествия туристов по специально разработанным маршрутам с использованием различных транспортных средств. Во время путешествия туристы могут использовать транспорт в качестве средства размещения (корабли, железнодорожные вагоны, автомобили и пр.). Т.т. классифицируется по ряду основных признаков:
- способу передвижения на маршруте (железнодорожный, морской, автобусный, речной, авиационный, комбинированный и прочие виды);
- виду используемого транспорта (поезда, самолёты, автобусы, теплоходы, паромы, яхты, лодки, байдарки, плоты, подводные лодки, мотоциклы, велосипеды, воздушные шары, дельтапланы и т.д.);
- построению трассы маршрута (линейная, кольцевая, радиальная, комбинированная);
- продолжительности путешествия (кратковременное, многодневное);
- сезонности (круглогодичный, сезонный, разовый).

Наибольшей популярностью пользуются автобусные, авиационные и железнодорожные путешествия. Транспортное туристское путешествие, как правило, реализуется несколькими видами транспорта в различных комбинациях: железнодорожный – легковой автомобиль, авиационный – автобусный и т.д.

Трансфер (transfer). См. *Встреча-проводы*.

Трансфер в гостиницу (transfer to hotel), перевозка туриста и его багажа с вокзала (железнодорожного, морского) или аэропорта в гостиницу или обратно в пунктах его остановки по маршруту. Т.г. индивидуальных туристов производится на легко-

вой автомашине или микроавтобусе, а трансфер групповых туристов – на многоместных автобусах.

Трансферт (transfer), перевод, перемещение денежных средств из одной страны в другую. Понятие «Т.» произошло от лат. “transfero” – «перемещаю», «переношу». При Т. происходит изменение местоположения финансовых средств или же только смена их собственника (например, при почтовом или банковском переводе). Туристы часто пользуются Т. в стране пребывания.

Трансфертный пассажир (transfer passenger), турист, который прибыл в аэропорт пересадки одним рейсом, а продолжает своё путешествие другим рейсом того же или иного перевозчика. См. *Транзитный пассажир*.

Трап (gangway), лестница на речных и морских судах, а также лестница, подаваемая к самолёту для посадки или высадки пассажиров. Существуют специальные Т. для инвалидов.

Трапеза (repast, meal), 1. трапезный стол с находящимися на нём «яствами и питием»; 2. название процесса приёма пищи христианами.

Трапеза святая (trapeza), престол в алтаре христианского храма.

Трапезная (refectory), 1. здание или помещение в христианском монастыре, в котором монахи и послушники собираются для совместного принятия пищи; 2. приходская столовая. Т. в настоящее время используются во многих христианских монастырях для принятия пищи монашествующими и паломниками, иногда туристами.

Трапезный храм (refectory church), христианский храм, устроенный в трапезной. Т.х. обычно представляет собой просторное невысокое здание или пристройку, которая используется для богослужений в зимнее время и для общественных нужд прихожан (например, собраний жителей села). Т.х. были распространены в русской церковной архитектуре XV-XIX вв. См. *Храм*.

Требование (requirement). 1. Просьба, изложенная в категорической форме, документ с такой просьбой или распоряжение. Т. содержатся в законодательных актах и других нормативных документах. 2. Т. как условие (требование к гостиничной услуге) или стандарт (технические требования к изделиям). 3. Т. как финансовый документ, требующий оплаты долга или исполнение договора. 4. Т. по исполнению различных правил, в том числе безопасности (например, туристов при прохождении горного маршрута). 5. Т. потребителя, сформировавшиеся в отношении собственных характеристик каких-либо услуг, их качества или полезности.

Тревога пожарная (fire alarm), звуковой сигнал (громкий звонок, сирена или голосовое сообщение), предупреждающий всех находящихся в здании о возникшем пожаре. Для гостиниц, ресторанов и других помещений массового обслуживания туристов готовность подачи в случае необходимости сигнала Т.п. является одним из главных условий их сертификации.

Трейлер (trailer), небольшой автоприцеп, используемый автотуристами для перевозки своего багажа, лагерного оборудования, утвари и т.д.

Треккинг (tracking), направление активного отдыха, представляющее собой пешее путешествие по пересе-

ченной местности, как правило, осуществляемое в равнинной или горной местности, но без слишком большого перепада высот. Термин «Т.» происходит от англ. слова “trekking”, которое обозначает название разновидности пеших походов, именно так и переводится: «переход» или просто «путешествие». Одно время этим термином обозначали прохождение альпинистами и исследователями части пути до базового лагеря, от которого и начиналось восхождение к горным вершинам. Позже несложные переходы стали завоёвывать популярность среди туристов и спортсменов, а в дальнейшем и вовсе были выделены в отдельное направление активного отдыха, главной целью которого является наслаждение прекрасными пейзажами и природными ландшафтами. Главные особенности Т. в горах или на равнинной местности:
- отсутствие каких-либо ограничений по возрасту или физической подготовке, при правильно выбранном маршруте его может осилить каждый;
- не требует больших финансовых затрат;
- представляет собой отличный способ поддерживать своё физическое состояние в прекрасной форме, независимо от возраста;
- каждый турист может самостоятельно составить маршрут любой сложности и двигаться с такой скоростью, чтобы не испытывать при этом дискомфорта;
- проживание туристов в комфортных условиях.

Треккинговая обувь (trekking shoes). См. *Обувь туристская*.

Тренажёр спортивный (gym apparatus, sports simulator), устройство для выполнения тех или иных упражнений, направленных на тренировку сердечно-сосудистой системы, развития силы мышц или развития координации и согласованности работы различных групп мышц при выполнении достаточно сложных движений. Т.с. используют в тренажёрных залах гостиниц, в номерах люкс, а также в оздоровительных учреждениях.

Тренажёрный зал (fitness room, training hall), специальное помещение, в гостинице, спортивном центре, доме отдыха, санатории и т.д. со спортивным оборудованием и, как правило, с бассейном, предназначенное для совершения спортивных упражнений, игр и отдыха. Может дополняться баней, массажным кабинетом, СПА-центром и т.п.

Третий класс (third grade), каюты для пассажиров на судне, обычно самые дешёвые места на морских кораблях.

Трёхместный номер (triple room), комната в средстве размещения, в которой расположены три спальных места (кровати), рассчитанная для проживания трёх туристов.

Три звезды (three stars). См. *Категория гостиничная «три звезды»*.

Триумфальная арка (triumphal arch), архитектурное сооружение, воздвигнутое в честь военных побед и других памятных событий, представляющее собой большую, красиво оформленную арку для прохода или проезда торжественных процессий. Т.а. являются объектами культурного наследия многих стран мира. Первоначально, в античную эпоху, Т.а. строились как почетные ворота, которые сооружались в Древнем Риме в честь одержавшего важные победы полководца, затем императора. Позже, в Новое время, строились в Европе в эпоху классицизма, а также позднее, в XX в.

Т.а. обычно устраивались при въезде в города, в конце улиц, на мостах, на больших дорогах – в честь победителей или в память о важных событиях – например, коронации русских императоров. Т.а. являются объектами показа для туристов и входят в туристские программы многих городов мира.

Троллейбус (trolleybus), вид общественного транспорта, представляющего собой безрельсовое механическое транспортное средство (преимущественно пассажирское) контактного типа с электрическим приводом. Т. используются преимущественно в городах, но также существуют междугородние и пригородные Т., на которых перемещаются местные жители и туристы.

Тропа туристская (tourist trail), путь передвижения туристов или туристских групп среди относительно ненарушенной или слабо нарушенной природной среды: в лесах, полях, степях, предгорьях, горах и т.д. Т.т. прокладываются специально или существуют с далёких времён, они могут быть специально оборудованными или необорудованными, охраняемыми или неохраняемыми. Т.т. могут быть нанесены на карты или зафиксированы на схемах. Т.т. прокладываются специально на охраняемых природных территориях – например, в национальных парках, а также в лечебно-оздоровительных учреждениях: санаториях, домах отдыха и т.д. В некоторых странах Т.т. иногда называется тропой экологической. Т.т. классифицируют по разным критериям и прежде всего – по длине маршрута или продолжительности времени прогулки. Т.т. могут быть линейными, кольцевыми и радиальными. Т.т. различают по трудности прохождения и по сложности предлагаемой информации. Также существует классификация троп по способам передвижения: пешком, на лыжах, велосипеде, лошадях и т.д. Основной классификацией Т.т. является их назначение: лечебно-прогулочные, туристско-познавательные и учебные.

Тропические болезни (tropical diseases), группа инфекционных заболеваний, преобладающих в тропических и субтропических регионах мира или встречающихся только на этих территориях. Возрастающие объёмы иммиграции из тропических стран, развитие торговли с ними и увеличение числа туристских поездок ведут к возрастанию опасности заноса Т.б. в страны умеренного климата, с одной стороны, и повышают риск заболевания Т.б. путешественников – с другой стороны. Во избежание Т.б. каждый турист, который собирается посетить страны с тропическим или субтропическим климатом, должен пройти вакцинацию и неукоснительно следовать правилам бытовой гигиены в месте пребывания. См. *Вакцинация*.

Трудник (monastery worker), православный мирянин, который приезжает и временно проживает и безвозмездно трудится в монастыре, но не принадлежит к монастырской братии. Т. отличается также и от послушника, хотя они могут исполнять в монастыре совершенно одинаковые послушания. Если послушник приходит в монастырь с намерением в дальнейшем стать монахом, то Т. лишь временно живёт и трудится в монастыре. Как правило, Т. во время работы в обители или храме получает безвозмездное жильё и питание. Т., как правило, совмещают работу с исполнением уставных требований обители, а также поклоняются монастырским святыням.

Трудничество (labor), деятельность православных мирян, специально приезжающих и работающих при православном монастыре или храме на добровольной и бескорыстной основе.

Трудовые поездки (employment of the trip), путешествия сотрудников государственных, коммерческих, общественных и других организаций и предприятий с производственными целями более чем на сутки, с ночёвкой за пределами проживания и постоянного места работы. Как правило, Т.п. представляют собой командировки, т.е. поездки сотрудников юридических лиц для выполнения служебных поручений вне постоянного места осуществления трудовой деятельности. При этом Т.п. поездки не являются туристскими путешествиями, потому что сотрудники получают за них финансовое вознаграждение, т.е. заработанную плату. Деловые передвижения рабочих и служащих в течение рабочего дня, связанные с решением служебных задач (посещение различных ведомств, деловые встречи, переговоры и т.д.), не являются Т.п.

Туалет (lavatory, toilet, water closet), помещение для отправления естественных нужд, которое называется: уборная, клозет, туалетная комната, имеющая унитаз и другое необходимое санитарно-техническое оборудование, в том числе раковину для умывания, биде, фен и т.д. Туалетные комнаты являются обязательными составляющими номеров современных средств размещения, начиная с 2-звёздного уровня. Обозначение Т. в гостиницах, ресторанах, конгресс-холлах, театрах и других общественных местах может быть следующим:

- во многих странах Т. обозначается сокращением WC (от англ. water closet);
- в гостиницах и ресторанах дверь Т. может обозначаться двумя нолями «00», как «помещение вне нумерации»;
- в общественных туалетах входы в мужское и женское отделения обозначаются, соответственно, буквами «М» и «Ж», или могут использоваться изображения, ассоциированные либо с туалетной темой (пиктограммы), либо с полом посетителей.

Туда и обратно (back and forth, roundtrip ticket), понятие, которое относится к билетам на пассажирские транспортные средства и обозначает поездку в обоих направлениях, т.е. возвращение туриста к месту начала путешествия.

Тур (tour), профессиональный термин, обозначающий туристскую поездку, организуемую на индивидуальной или групповой основе туристской фирмой по заранее составленным маршруту и программе, с предварительным бронированием необходимого пакета услуг.

Тур в сопровождении гида (guided tour), поездка туриста или группы туристов вместе с сопровождающим их по всему маршруту официальным гидом-переводчиком, выделенным туристской фирмой, для предоставления необходимой и дополнительной информации о посещаемых туристских объектах. Гид также оказывает организационную и языковую помощь в гостиницах, ресторанах, музеях, спортивных сооружениях и т.д., в том числе и при общении с местным населением. См. *Гид-переводчик. Гид.*

Тур выходного дня (weekend tour), туристская поездка, совершаемая в нерабочие дни конца недели: в пятницу, субботу и воскресенье. Поскольку в эти дни резко снижается поток делового туризма, гостиницы, дома отдыха и другие предприятия туристского обслуживания для привлечения новых клиентов часто объявляют скидки с обычных цен.

Тур для инвалидов (tour for disabled persons), специальная поездка, организованная для туристов с ограниченной подвижностью, вызванной заболеваниями или травмами.

Тур для молодожёнов (honeymoon tour). См. *Свадебное путешествие*.

Тур для пенсионеров (tour for pensioners), групповая туристская поездка для пожилых людей пенсионного возраста, программа которой предусматривает небольшие физические нагрузки. Т.п., как правило, имеет скидки туристской фирмы, а также часто оплачивается благотворительными организациями, профсоюзами и т.д.

Тур образовательный (educational tour). См. *Образовательный туризм*.

Тур ознакомительный (familiarization trip). См. *Ознакомительная поездка. Ознакомительный туризм*.

Тур охотничий (hunting tour), поездка охотника или группы охотников, российских и иностранных граждан, в охотничье хозяйство с целью любительской охоты на диких животных согласно оговорённым условиям и оплаченной лицензии. В соответствии с сезонными и количественными ограничениями охоты Т.о. организуются в определенные периоды года на основе строгого учёта выдаваемых лицензий. См. *Охотничий туризм*.

Тур приключенческий (adventure tour), путешествие с целью открытия чего-то нового, получения острых ощущений, риска, самоутверждения – например, посещение подземных пещер, сплав по горным рекам, полёт на воздушном шаре и т.д. См. *Приключенческий туризм. Экстремальный туризм*.

Тур рекламный (promotional tour). См. *Ознакомительная поездка*.

Тур сельскохозяйственный (agricultural tour), туристская поездка с целью ознакомления с предприятиями сельского хозяйства, объектами культурного и природного наследия, сельскими достопримечательностями и т.д. Маршруты Т.с. проходят по сельским районам. Обычно эти поездки организуются для групп, включающих экологов, специалистов сельского хозяйства, туристов, любящих природу. См. *Сельский туризм. Сельская туристская деятельность*.

Тур специализированный (special interest tour). См. *Специализированный тур*.

Тур стандартный (standard tour). См. *Стандартный тур*.

Тур удешевлённый (budget tour), поездка, продаваемая туристской фирмой по более низкой цене за счёт понижения качества обслуживания, сокращения пакета услуг или увеличения числа участников путешествия. Как правило, Т.у. используются при организации путешествий студентов, школьников, а также других категорий населения, не имеющих достаточных доходов. Т.у. организуются обычно на групповой основе.

Тур учебный (study tour). См. *Образовательный туризм.*

Тур фольклорный (folklore tour), туристская поездка с целью ознакомления с традициями, обычаями, творчеством народов, проживающих в посещаемых местах. Маршруты Т.ф. включают посещение мест, которые наиболее полно отражают местные аутентичные и этнографические особенности.

Турагент (travel agent). См. *Агент туристский.*

Турагентская сеть (travel agency network). См. *Сеть турагентская.*

Турбаза (base tourism). См. *База туристская.*

Турбюро (tour desk, travel retailer), 1. туристское бюро, офис или центр, который предоставляет информацию туристам и оказывает незначительные услуги; 2. организация, которая продаёт туристам основные туристские услуги в пакете и в розницу. См. *Агент туристский. Туристские информационные центры.*

Туризм (tourism), временные выезды граждан, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, культурно-познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях, а также для отдыха, без оплачиваемой деятельности в другом регионе, государстве, области, месте временного пребывания. ООН определила термин «Т.» как миграцию, которая не связана с переменой постоянного места жительства. Таким образом, Т. – это поездки, которые заканчиваются возвращением к месту начала путешествия, как правило, в определённое время. Специалисты выделяют более 200 видов туризма по целям и формам поездок. Понятие «Т.» относится к деятельности посетителей. См. *Посетитель.*

Туризм активный (active tourism). См. *Активный туризм.*

Туризм бродячий (wandering around tourism), направление неорганизованного туризма, представляющее собой пешие путешествия, совершаемые без разработанных заранее маршрутов и без предварительного бронирования необходимых услуг, в том числе в средствах размещения. Бродячие туристы пользуются наиболее простыми, доступными средствами размещения и питания – например, туристские лагеря, базы отдыха, хостелы, столовые и т.п. Т.б. является разновидностью самостоятельного и самодеятельного туризма, реализуемого без участия туристских фирм. В основном Т.б. привлекает к себе работающую молодёжь, студентов, которые не претендуют на высокое качество обслуживания, но стремятся к свободе выбора. См. *Неорганизованный туризм. Самодеятельный туризм. Самостоятельный туризм.*

Туризм в пределах страны (domestic tourism), включает внутренние и въездные туристские поездки, т.е. деятельность проживающих и не проживающих в рассматриваемой стране посетителей в рамках внутреннего и международного туризма.

Туризм внутренний (domestic tourism). См. *Внутренний туризм.*

Туризм военный (military tourism). См. *Военный туризм.*

Туризм въездной (incoming tourism). См. *Въездной туризм.*

Туризм выездной (outbound tourism). См. *Выездной туризм.*

Туризм выходного дня (weekend tourism), направление внутреннего туризма и отдыха, представляющее собой поездки на отдых, события и для развлечений в нерабочие дни конца недели: в пятницу, субботу и воскресенье. См. *Тур выходного дня.*

Туризм деловой (business tourism, corporate travel). См. *Деловой туризм.*

Туризм для инвалидов (tourism for the disabled), подвид социального, оздоровительного и рекреационного туризма, представляющий собой поездки инвалидов и людей с ограниченными физическими возможностями с целью отдыха, оздоровления и лечения, восстановления и развития физических, психических и эмоциональных сил. Для организации путешествий инвалидов создаются специальные номера в гостиницах, оборудуются места в самолётах, ресторанах, на стадионах, а также строятся пандусы для передвижения в инвалидных колясках в общественных местах, на улицах и т.д.

Туризм индивидуальный (individual tourism). См. *Индивидуальный туризм.*

Туризм иностранный (foreign tourism). См. *Иностранный туризм.*

Туризм культурно-познавательный (cultural tourism). См. *Культурно-познавательный туризм.*

Туризм лечебный (health tourism). См. *Лечебный туризм. Медицинский туризм.*

Туризм массовый (mass tourism). См. *Массовый туризм.*

Туризм международный (international tourism). См. *Международный туризм.*

Туризм местный (local tourism). См. *Местный туризм.*

Туризм молодёжный (youth tourism). См. *Молодёжный туризм.*

Туризм морской (marine tourism). См. *Морской туризм.*

Туризм научный (scientific tourism). См. *Научный туризм.*

Туризм неорганизованный (unorganized tourism). См. *Неорганизованный туризм.*

Туризм ностальгический (nostalgic tourism). См. *Ностальгический туризм.*

Туризм оздоровительный (health tourism). См. *Оздоровительный туризм.*

Туризм организованный (organized tourism). См. *Организованный туризм.*

Туризм пешеходный (hiking). См. *Пешеходный туризм.*

Туризм подводный (underwater tourism). См. *Подводный туризм.*

Туризм приключенческий (adventure tourism). См. *Приключенческий туризм.*

Туризм рекреационный (recreational tourism). См. *Рекреационный туризм.*

Туризм религиозный (religious tourism). См. *Религиозный туризм.*

Туризм самодеятельный (amateur tourism). См. *Самодеятельный туризм.*

Туризм сельский (rural tourism). См. *Сельский туризм.*

Туризм семейный (family tourism). См. *Семейный туризм.*

Туризм событийный (event tourism). См. *Событийный туризм.*

Туризм социальный (social tourism). См. *Социальный туризм.*

Туризм спортивный (sport tourism). См. *Спортивный туризм.*

Туризм студенческий (student tourism). См. *Студенческий туризм.*

Туризм школьный (school travel). См. *Школьный туризм.*

Туризм экологический (ecological tourism). См. *Экологический туризм.*

Туризм экстремальный (tourism extreme). См. *Экстремальный туризм.*

Туризм этнокультурный (ethno-cultural tourism). См. *Этнокультурный туризм.*

Турист (tourist), гражданин Российской Федерации, иностранный гражданин или лицо без гражданства, временно посещающий какое-либо зарубежное государство или местность в пределах страны проживания, с любыми целями и причинами, без занятия оплачиваемой деятельностью в местах своей туристской поездки, на срок от 24 часов до 12 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки. Т. – путешествующий с любой целью, кроме поиска заработка и перемены постоянного места жительства, при сроке пребывания вне своего места жительства не менее 24 часов (менее 24 часов – экскурсант). Т. являются также лица, совершающие поездки в целях: служебных командировок, участия в съездах, конгрессах, симпозиумах, для отдыха, лечения, развлечений, учёбы, по семейным и религиозным причинам. Это определение, выдвинутое на конференции ООН в 1954 г. и подтвержденное Римской конференцией ООН по туризму и экскурсиям в 1963 г., служит основой при проведении международного туристского статистического учета и при определении туристского таможенного права. Разнообразие деятельности Т. определяет и разнообразие задач туристских фирм. Обслуживание Т., путешествующих с различными целями, должно отличаться по технологии и содержанию. Т. (ночующий посетитель), классифицируется как турист, если его поездка включает ночёвку. Если его поездка не включает ночёвку, он является экскурсантом, т.е. однодневным посетителем.

Турист внутренний (tourist domestic), гражданин какого-либо государства, временно посещающий определенную местность и/или несколько дестинаций в пределах страны проживания с любыми целями и причинами, без занятия оплачиваемой деятельностью в посещаемом месте, на срок от 24 часов до 12 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночёвки. См. *Внутренний туризм.*

Турист иностранный (foreign tourist), гражданин другой страны или лицо без гражданства, временно посещающий какое-либо зарубежное государство в любых целях и по разным причинам, без занятия оплачиваемой деятельностью в посещаемом месте, на срок от 24 часов до 12 месяцев подряд или осуществляющий не менее

одной ночевки. См. *Иностранный туризм*.

Турист международный (tourist international), гражданин Российской Федерации, иностранный гражданин или лицо без гражданства, совершающий туристскую поездку по международному маршруту, т.е. посещающий несколько государств во время одного путешествия с любыми целями и причинами, без занятия оплачиваемой деятельностью в местах своего пребывания, на срок от 24 часов до 12 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки. См. *Международный туризм*.

Туристская авария (tourist accident), несчастный случай во время совершения туристской поездки; наиболее массовыми и частыми Т.а. являются транспортные происшествия, в которых страдают туристы.

Туристская агломерация (tourist agglomeration). См. *Агломерация туристская*.

Туристская администрация (tourism administration), 1. государственный орган управления какой-либо страны, занимающийся регулированием туристской деятельности и формирующий национальную политику в сфере туризма; 2. региональный или местный орган управления и регулирования туристской деятельности; 3. управляющий орган туристской фирмы, созданный и работающий в соответствии с её уставом и законодательством страны. См. *Национальная туристская администрация*.

Туристская ассоциация (association of tourist). См. *Ассоциация туристская*.

Туристская база (tourist base, tourist center). См. *База туристская*.

Туристская биржа (tourist burse). См. *Биржа туристская*.

Туристская виза (tourist visa). См. *Виза туристская. Виза*.

Туристская группа (tourist group). См. *Группа туристов*.

Туристская деятельность (tourist activity), ведение любой деятельности в сфере туризма по оказанию туристских услуг с целью организации и осуществления путешествий туристами. Т.д. проводят юридические лица, туристские операторы и агентства, общественные и профсоюзные организации, а также физические лица, туристские агенты и т.д.

Туристская деревня (tourist village). См. *Деревня туристская*.

Туристская журналистика (tourism journalism). См. *Журналистика туристская*.

Туристская индустрия (tourism industry). См. *Индустрия туризма*.

Туристская информация (tourist information). См. *Информация туристская*.

Туристская инфраструктура (tourism infrastructure). См. *Инфраструктура туристская*.

Туристская карта (tourist map), карта или карта-схема, на которой отображены объекты туристского показа, в том числе объекты культурного и природного наследия, гостиницы, предприятия общественного питания, поликлиники и больницы, а также дороги и дорожная инфраструктура. Как правило, Т.к. снабжена пояснительными текстами, адресами, фотографиями и т.д.

Туристская мотивация (tourist motivation), побуждение и интерес туриста к совершению путешествия в какую-либо страну, регион или место. Т.м. является необходимой базой, на которой строится система планирования, разработки и реализации туристских услуг, туристских продуктов турфирмой. Мотивы или цели, которыми может руководствоваться турист, собирающийся в путешествие, зависят от возраста и образовательного уровня туриста, от его состояния здоровья и семейного положения, от особенностей характера и темперамента, а также от времени года, в которое можно отправиться в поездку. Это может быть не один, а целый набор побудительных мотивов, среди которых турист выбирает тот или иной вид путешествия или один из предлагаемых турпродуктов. Мотивации и цели путешествий, с которыми турист отправляется в путь, переплетаются и создают сложное сочетание интересов при выборе поездки и набора услуг.

Туристская поездка (trip tourism). См. *Поездка туристская.*

Туристская полиция (police tourist). См. *Полиция туристская.*

Туристская пресса (travel press). См. *Пресса туристская. Журналистика туристская.*

Туристская программа (tourist program). См. *Программа туристского путешествия.*

Туристская путёвка (tourist ticket) документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности. Т.п. введена приказом Минфина РФ от 09.07.2007 г. № 60н, где, кроме собственно формуляра бланка, прилагаются 10 страниц инструкций по применению и заполнению Т.п. Симптоматично, что заполнять бланк Т.п. рекомендуется от руки, шариковой ручкой с пастой синего цвета. Формально Т.п. – документ строгой отчетности — определен Постановлением Правительства РФ № 452 от 18 июля 2007 г. «Правила оказания услуг по реализации туристского продукта» как неотъемлемая часть договора на оказание услуг по реализации туристского продукта. Стало быть, договор без Т.п. недействителен, и Т.п. без договора также недействительна. Срок ответственного хранения документов строгой отчетности (договора вместе с Т.п.) 5 лет. Т.п. представляет собой двухлистовой бланк, первый – на самокопирующейся бумаге. По своему существу Т.п. не может быть обменена на услуги, поскольку в её тексте таковых не обозначено, хотя по закону должны быть. Этот факт (отсутствия условий путешествия) был оспорен в Верховном Суде РФ, который по решению кассационной инстанции признал действительность бланка «Т.п.», который в силу совокупности с договором (как неотъемлемая часть договора) содержит таковые (условия путешествия) опосредованно. По определению контрольно-надзорной организации (Роспотребнадзора, письмо от 31 августа 2007 г. № 0100/8935-07-23) установлена обязательность оформления бланка строгой отчетности Т.п. как приложения к договору о реализации услуг туристского продукта. Бланк «Т.п.» не может быть изготовлен иначе как в типографии, имеющей лицензию на изготовление бланков строгой отчетности с защитой от подделки (две степени), выдаваемой налоговой инспекцией. Бланк в текстовой части не может быть дополнен информационно. Бланк «Т.п.» имеет

серию и номер по спискам Минфина РФ. По своему назначению бланк «Т.п.» заменяет собой кассовый чек, выдаваемый при приёме от туриста наличных денег (купюрами или по платежной карте) и несовместим с таковым. Если в туристской фирме до оформления окончательного договора и «Т.п.» были приняты наличные деньги с оформлением кассового чека, то чек подлежит снятию с кассы и сумма указывается в соответствующей графе бланка «Т.п.». Порядок оформления отчётной документации с выдачей бланков «Т.п.» описывается в приказе по учётной политике туристской организации. Подделка бланков строгой отчетности составляет предмет нарушения российского законодательства. С другой стороны, понятие «Т.п.» в 2012 г. исключено из текста Федерального закона «Об основах туристской деятельности» (см. ФЗ №47-ФЗ от 3 мая 2012 г.) и введено понятие «электронная путёвка», что не отменяет сам бланк строгой отчетности и только меняет процедуру регистрации данного документа и направления сведений о них в соответствующие государственные органы.

Туристская путёвка электронная (electronic tourist voucher), документ, сформированный на основе договора о реализации туристского продукта туроператором или турагентом в виде электронного документа с учётом особенностей, определенных законодательством Российской Федерации.

Туристская реклама (tourism advertising). См. *Реклама в туризме*.

Туристская статистика (tourist statistics). См. *Статистика туризма*.

Туристская страховка (travel insurance). См. *Полис страховой*.

Туристская услуга (tourist service). См. *Услуга туристская*.

Туристская фирма (tourist firm). См. *Компания туристская*.

Туристская хижина (tourist hut). См. *Приют туристский*.

Туристская экспедиция (tourist expedition). См. *Экспедиция туристская*. *Поход туристский*.

Туристские ботинки (hiking shoes). См. *Обувь туристская*.

Туристские кадры (tourist staff). См. *Профессии туристские*.

Туристские общества (tourist societies). См. *Общественные организации в туризме*.

Туристские показатели (tourist indicators), основные количественные данные, которые учитываются в статистике. Оценка туристской деятельности основана на определённых Т.п., информацию о которых собирают государственные органы статистики для анализа развития туристской отрасли. В целях оценки экономического состояния туризма в масштабах страны используются следующие показатели:
- доход от туризма и его доля в валовом внутреннем продукте;
- поступления иностранной валюты от международного туризма в бюджет государства;
- рабочие места, созданные благодаря туристской деятельности;
- эффект мультипликации от туристской деятельности, связанный с дополнительными доходами в других отраслях экономики;
- общий вклад в государственный бюджет от туристской отрасли, в том числе налоговые поступления от

туристских предприятий и доходов занятых на них работников.
Отраслевой подход в измерении результатов туристской деятельности в масштабах государства основывается на применении следующей системы показателей: общий объём туристского потока, состояние и развитие материально-технической базы туристской отрасли, её финансово-экономические показатели и показатели развития международного туризма. Для характеристики туристской деятельности применяют следующие показатели:
- количество мест в средствах размещения;
- количество туристских предприятий (туроператоров и турагентств);
- численность пассажиров на транспортных линиях, их доля в общей численности пассажиров.
Особое место в системе экономических Т.п. занимают специфические показатели, характеризующие производство и потребление туристских услуг.

Туристские поступления (tourist arrivals), расходы иностранных и внутренних туристов в стране пребывания, в том числе платежи национальным перевозчикам за международный транспорт. Т.п. включают любые другие оплаты услуг и товаров, произведенные в стране временного пребывания.

Туристские предпочтения (tourist preferences), преимущественный интерес значительной части туристов к определённым странам, регионам и объектам туризма, а также туристским направлениям. Т.п. формируются на основе многолетней рекламы и информации, используемой туристскими фирмами, или какими-то событиями, провоцирующими интерес туристского сообщества к определенному месту или событию.

Туристские расходы (tourist expenses), представляют собой сумму финансов, затрачиваемую на приобретение потребительских товаров и услуг, а также других ценностей для собственного пользования или для передачи другим лицам, при подготовке и в ходе туристской поездки. В Т.р. включаются расходы, оплачиваемые самими туристами, а также расходы, оплачиваемые или возмещённые другими физическими и/или юридическими лицами в интересах туристов. См. *Расходы туриста на поездку*.

Туристские ресурсы (tourist resourses). См. *Ресурсы туристские*.

Туристские стандарты (tourism standards), нормативные документы, в которых устанавливаются характеристики туристского продукта, правила осуществления технологических процессов туристского проектирования, формирования и оказания туристских и экскурсионных услуг, требования к их безопасности, информационному и профессионально-кадровому обеспечению. Т.с. разрабатываются и утверждаются национальной туристской администрацией (национальные стандарты) или туристскими и гостиничными объединениями. Т.с. создаются для достижения оптимальной степени упорядочения и взаимного соответствия в туристской сфере какой-либо страны. Т.с. охватывают различные сегменты туристской деятельности. В национальных Т.с. сформулированы как общие требования к туристским услугам, так и требования к конкретным видам туризма, направленные на обеспечение заявленного уровня качества и безопасности потребления турпродукта или отдельной туристской услуги, а также защиту интересов потреби-

телей туристских услуг от недобросовестной конкуренции на рынке. Подтверждение соответствия реализуемых туристских услуг требованиям Т.с. и других нормативных документов осуществляется в процессе сертификации туристских услуг и услуг гостиниц. В Российской Федерации первые национальные Т.с. появились в 1994 г. Каждый национальный Т.с. имеет соответствующее название и номер:
ГОСТ Р 50690-2017 Туристские услуги. Общие требования;
ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг;
ГОСТ Р 57581-2017 Туристские услуги. Информационные знаки системы навигации в сфере туризма. Общие требования;
ГОСТ Р 55318-2012 Туристские услуги. Общие требования к персоналу туроператоров и турагентов;
ГОСТ Р 54605-2017 Туристские услуги. Услуги детского туризма. Общие требования;
ГОСТ Р 56642-2015 Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования;
ГОСТ Р ИСО 13810-2016 Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг;
и другие.
Полный список национальных Т.с. Российской Федерации содержится в Каталоге национальных стандартов Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии.

Туристские формальности (tourist formalities). См. *Формальности*.

Туристский (touristic), имеющий отношение к туризму или туристской сфере.

Туристский автобус (tourist bus). См. *Автобус туристский*.

Туристский агент (travel agent). См. *Агент туристский*.

Туристский баланс (tourist balance), важный экономический показатель, который представляет собой соотношение между въездным и выездным потоками туристов в данной стране. Т.б. измеряется в:
- количественных показателях, означающих число иностранных туристов, посещающих данную страну, и число граждан данной страны, выезжающих за границу с туристскими целями;
- стоимостных показателях, составляющих отношение между стоимостью товаров и услуг, реализованных иностранцам в данной стране, и стоимостью товаров и услуг, реализованных гражданам данной страны за рубежом.
Доходы Т.б. представляют собой экспортные валютные поступления, формирующиеся в результате потребления нерезидентами туристских услуг и товаров на территории страны-дестинации. Выделяются три источника поступлений:
- реализация туристских услуг, сувениров и товаров туристского обихода;
- приобретение товаров текущего потребления;
- реализация товаров длительного пользования.
Реализация туристских услуг связана с покупкой и потреблением иностранными посетителями услуг на предприятиях туристской индустрии. К таким услугам относятся: услуги размещения, питания, культурных и развлекательных учреждений, транспорта, санаторно-курортного хозяйства, а также сувениры и товары розничной торговли и другие услуги, необходимые для удовлетворения потребностей иностранных посетителей во время путешествия.

Приобретение товаров текущего потребления обычно охватывает весь спектр продовольственных и потребительских товаров, которые иностранные граждане приобретают по более привлекательным ценам, чем у себя дома. Эти приобретения стимулируют развитие шопинг-туров (поездки за покупками) или челночного туризма, особенно в приграничных районах. Реализация товаров длительного пользования, как правило, охватывает приобретение недвижимости для жилья, автомобилей, яхт и т.п. Туристский экспорт имеет ряд преимуществ по сравнению с традиционным экспортом. Во-первых, товары, покупаемые иностранными посетителями, реализуются в розницу, в то время как обычный экспорт тех же товаров осуществляется по более низким оптовым ценам. В результате увеличиваются доходы предприятий розничной торговли и налоговые поступления в бюджет. Кроме того, отпадает потребность в организации транспортировки, складирования, страхования товаров в отличие от организации экспортной торговли по традиционной схеме. Во-вторых, при традиционном экспорте распространены отсрочки платежей и поставки в кредит, в то время как иностранные посетители осуществляют оплату товаров в форме текущих платежей. Это позволяет ускорить оборачиваемость оборотных средств, вложенных в товары, и повысить эффективность их использования. В-третьих, в товарный обмен вовлекаются товары, которые имеют низкие объемы реализации в отсутствие туристских миграций – например, сувенирная продукция. В-четвёртых, при туристском экспорте нерезидентам реализуются товары сельского хозяйства и пищевой промышленности, вовлечение которых во внешнеторговый оборот часто ограничено низкой транспортабельностью товаров, защитой странами – соседями национальных рынков сельхозпродукции и продовольствия. Расходы за рубежом представляют собой затраты резидентов на потребление туристских товаров и услуг за рубежом. Они имеют аналогичную структуру, что и вышеперечисленные доходы от нерезидентов. Разность между доходами и расходами представляет собой сальдо Т.б. Положительное сальдо Т.б. (активный Т.б.) означает превышение доходов от въездного туризма в страну над расходами граждан данной страны, выезжающих за рубеж. Отрицательное сальдо Т.б. (пассивный Т.б.) – это превышение расходов на поездки граждан данной страны за границу над доходами по приему в данной стране иностранных граждан. Активный Т.б. формируется под воздействием таких факторов, как: наличие туристского потенциала, политическая и экономическая стабильность, уровень благосостояния населения и др. Для преодоления пассивного Т.б. предпринимают активное развитие въездного туризма, что позволяет повысить приток в страну иностранной валюты. С другой стороны, улучшению платежного баланса способствует развитие туристских услуг, ориентированных на внутренний рынок. Это позволяет сократить количество зарубежных поездок и тем самым уменьшить отток валюты из страны. Данные Т.б. включаются во внешнеторговый и платежные балансы страны. Динамика развития Т.б. считается одним из индикаторов уровня благосостояния и развития экономики данной страны.

Туристский билет (tourist ticket), проездной билет на различные виды транспорта для поездок по городу или области с целью посещения объ-

ектов туристского показа. См. *Билет туристский*.

Туристский бренд (brand of tourism). См. *Бренд туристский*.

Туристский договор (tourist agreement). См. *Договор на туристскую поездку*.

Туристский журнал (travel magazine). См. *Журнал туристский*.

Туристский имидж страны (tourist image of the country), совокупность психологических и интеллектуальных представлений о привлекательных или отрицательных особенностях какой-либо страны, сформированных в сознании потенциальных туристов системой образования, массовой информацией, рекламой, а также личным опытом и отзывами людей, чьему опыту существует доверие.

Туристский информационный центр (tourist information centre), специальный пункт, офис, киоск, являющиеся частью сервисной службы, которая предоставляет информацию о местных туристских продуктах, объектах показа региона, культурно-развлекательных и спортивно-массовых мероприятиях, праздниках, экскурсионных маршрутах, транспорте, торговых, транспортных предприятиях, общественном питании, средствах размещения и т.д. Т.и.ц. могут также реализовывать билеты на местный общественный транспорт, продавать или бесплатно раздавать туристские материалы: карты, буклеты, краеведческую и историческую литературу, а также сувениры. Т.и.ц., как правило, финансируются из региональных или муниципальных бюджетов. См. *Турбюро*.

Туристский каталог (tourist catalogue). См. *Каталог туристский*.

Туристский класс (tourist class, economy class), самый массовый вариант обслуживания туристов, который предусматривает размещение в гостиницах 2-3 звезды, перелёт экономическим классом регулярных авиарейсов или чартерами, питание по типу шведского стола, групповой трансфер (туристов встречает автобус, который и развозит их по гостиницам).

Туристский кластер (tourist cluster). См. *Кластер туристский*.

Туристский лагерь (tourist camp). См. *Лагерь туристский*.

Туристский маршрут (tourist route). См. *Маршрут туристский*.

Туристский обмен (tourist exchange). См. *Обмен туристский*.

Туристский объект (tourist object). См. *Объект туризма*.

Туристский оператор (tour operator), юридическое лицо, внесённое в Единый Федеральный реестр туроператоров Российской Федерации и осуществляющее разработку турпродукта, планирование, продвижение и организацию поездок, а также оказание других услуг, связанных с проведением туристских путешествий. Т.о. занимается специфической организационно-правовой деятельностью, связанной с созданием и оптовой продажей массовых туристских путешествий на основе стандартизации их маршрутов, программ и комплексного обслуживания. Основным туристским продуктом Т.о. являются инклюзив-туры. Их продажу Т.о. обычно производит через сеть розничных турагентов-посредников или через свои торговые филиалы.

За счёт массовости и стандартизации производства турпродукта Т.о. сокращает свои издержки, что позволяет ему выйти на рынок с конкурентоспособными ценами.

Туристский организатор (travel organizer), юридическое лицо или индивидуальный предприниматель без образования юридического лица, деятельность которого позволяет создать экономически значимые туристские потоки и тем самым способствовать консолидированному оказанию комплекса туристских услуг различными предприятиями и организациями, относящимися к сфере туризма. В большинстве случаев к Т.о. можно отнести туроператоров и турагентов. В отдельных случаях Т.о. могут выступать государственные, региональные и муниципальные органы, а также общественные организации.

Туристский офис (tourist office), помещение, в котором располагается туристская фирма, находящееся, как правило, в оживлённом месте, на первом этаже, где имеет витрину или большие современные окна для размещения рекламы. Количество рабочих помещений и мест в Т.о. определяется возможностями и задачами, которые ставит перед собой администрация фирмы.

Туристский потенциал (potential of tourism), наличие на какой-либо территории возможностей и ресурсов, которые могут быть использованы для развития туристской инфраструктуры и принятия определённого числа туристов с необходимым комфортом без отрицательных последствий для природной и социокультурной среды. См. *Рекреационный потенциал*.

Туристский поток (flow of tourist). См. *Поток туристский*.

Туристский поход (tourist campaign). См. Поход туристский.

Туристский продукт (tourist product), представляет собой программу путешествия, подтверждённую комплексом юридически значимых документов, обеспечивающих получение туристом определённого набора услуг за пределами его региона постоянного проживания в конкретный промежуток времени. Т.п. может разрабатываться туроператором либо как стандартизированный пакет документов для неопределенного числа туристов (пакетный тур), предлагаемый как открытая оферта, либо как персонифицированный пакет документов для конкретного клиента или группы клиентов (индивидуальный тур). Т.п. подразумевает юридические действия туроператора в «чужом интересе», т.е. фактически представление интересов туриста, с его предварительного согласия или без такового, перед поставщиками туристских и смежных услуг.

Туристский регион (tourist region), группа сопредельных стран или территория одной страны, обладающие объектами культурного и природного наследия, а также разветвлённой туристской инфраструктурой для приёма путешественников, в том числе подготовленными кадрами, умеющими обеспечивать предоставление услуг.

Туристский рынок (tourist market). См. *Рынок туристский*.

Туристский сезон (tourist season). См. *Сезон туристский*.

Туристский сектор экономики (tourism sector of the economy), группа отраслей экономики, предприятия которых занимаются созданием, продвижением и предоставлением различных услуг для туристов и путешественников, включая услуги размещения, транспортные, общественного питания, экскурсионные, оздоровительные, развлекательные, информационные, юридические и др. См. *Индустрия туризма*.

Туристский спрос (tourist demand). См. *Спрос на туристские услуги*.

Туристский центр (tourist center), географическая местность, населённый пункт или специальная организация обслуживания, представляющие интерес для туристов, благодаря наличию объектов культурного и природного наследия, а также интересных и привлекательных мероприятий и событий, обеспеченных туристской инфраструктурой. См. *Инфраструктура туристская. Центр туризма*.

Туристское агентство (tourist agency). См. *Агентство туристское*.

Туристское законодательство (legislation tourism), совокупность законодательных, инструктивных, методических и иных нормативных документов в туристской сфере, принимаемых государственными органами в какой-либо стране для регулирования отношений в туризме. Как правило, туристское законодательство во многих странах направлено на создание режима наибольшего благоприятствования в развитии туризма. См. *Правовое обеспечение туризма*.

Туристское использование культурного и природного наследия (tourist use of cultural and natural heritage), система представления объектов культурного и природного наследия туристам, путешественникам и экскурсантам. Культурное и природное наследие является основным ресурсом развития туризма, поэтому они не могут развиваться в отрыве друг от друга. В мировой структуре туристских поездок ведущая роль принадлежит культурно-познавательным мотивациям. Доля культурно-познавательного туризма в глобальном туристском потоке составляет не менее 40% и постоянно растёт. Во всем мире объекты культурного и природного наследия становятся местами массового посещения туристов. В Глобальном этическом кодексе туризма ЮНВТО туризм признан сферой, использующей культурное наследие человечества и вносящей свой вклад в его обогащение. В Кодексе содержатся рекомендации по сохранению наследия при его туристском использовании, в том числе относительно использования финансовых средств для поддержания, охраны, реставрации объектов наследия. Туристская индустрия является одной из наиболее заинтересованных отраслей экономики в сохранении объектов наследия, поскольку перегруженность приводит не только к их ухудшению, но и к понижению качества туристского восприятия и аутентичности. Основная проблема современного Т.и.к.п.н. состоит в том, чтобы объединить две противоположные тенденции – сохранение объектов наследия и развитие туризма – таким образом, чтобы они не противоречили, а дополняли друг друга. Необходимо строго придерживаться принципа: деятельность по восстановлению и поддержанию в сохранности объектов культурного и природного наследия должна предшествовать их коммерциализации средствами туризма.

Туристское обслуживание (tourist service). См. *Услуга туристская. Обслуживание туристов. Обслуживание клиентов.*

Туристское отбытие (tourist departure), 1. отъезд туриста из места постоянного проживания в поездку с туристскими целями; 2. отъезд туриста из места временного пребывания по программе поездки; 3. отъезд туриста из средства размещения.

Туристское посещение (tourist visit), это понятие относится к пребыванию туриста в месте, посещаемом во время туристской поездки. См. *Поездка туристская.*

Туристское потребление (tourism consumption), это понятие используется в экономике туризма, а также в рамках вспомогательного счёта туризма. Т.п. имеет более широкий охват, чем понятие «туристские расходы». Наряду с туристскими расходами сюда включаются, например, так называемые социальные трансферты в натуральной форме в интересах посетителей, интерполяция (вменение) стоимости услуг по размещению применительно к находящимся в собственности дачным домам для их собственности и т.д. Фактически помимо денежных средств, израсходованных на приобретение товаров и услуг для целей потребления, а также изделий, обладающих определённой ценностью, для личного использования или в качестве подарков до и во время туристских поездок, что соответствует денежным операциям (чему уделяется основное внимание в контексте анализа туристских расходов), эта категория также включает услуги, связанные с проживанием во время отдыха за собственный счёт, туристские социальные трансферты в натуральной форме и другие формы условно исчисленного потребления. Оценка такого рода операций должна проводиться с использованием источников информации о них, не включающих данные, получаемые непосредственно от посетителей, – таких как отчёты об обмене жилищами, оценки величины арендной платы при использовании домов для отдыха, расчёты стоимости косвенно измеряемых услуг финансового посредничества. См. *Вспомогательный счёт туризма. Социальные трансферты в натуральной форме.*

Туристское право (tourist law). См. *Правовое обеспечение туризма.*

Туристское представительство (tourist representation). См. *Представительство. Представительство национальной туристской администрации за рубежом.*

Туристское прибытие (tourist arrival). См. *Прибытие.*

Туристское профессиональное образование (tourism professional education), система подготовки профессиональных кадров для туристской сферы в средних и высших учебных заведениях. Т.п.о. сравнительно недавно вошло в проблемное поле педагогических исследований, но уже к настоящему времени получены очевидные результаты. Среди них следует отметить:

- теорию становления и развития системы непрерывного профессионального туристского образования (В.И. Азар, В.А. Квартальнов);
- уровни и ступени профессионального туристского образования (Г.И. Зорин, С.И. Лукьянченко, Л.В. Ляшева);
- профессионально-значимые качества специалиста в сфере туризма (Е.А. Алилуйко, Г.И. Бабий,

И.Б. Будик, Т.В. Ворошилова, Е.Н. Гаранина, Н.А. Гультяева, М.А. Домбровская, Е.Н. Канина, Г.Н. Лаврова, Е.В. Мошняга, Н.В. Набатова, А.А. Поспелова, А.П. Соловьёв, Т.В. Санникова);
- фундаментальные работы А.А. Остапца-Свешникова и В.П. Голова, в которых туризм раскрывается как специфический дидактический комплекс и средство воспитания; труды, посвященные профессионально-педагогическим функциям детско-юношеского туризма (И.А. Дрогов, Т.А. Зимина, Ю.С. Константинов, А.М. Кузьминов, С.Н. Талызов, Т.В Ускова);
- анализ процесса интенсификации обучения в системе профессионального туристского образования (В.В. Васильев, Е.Н. Ильина, Т.П. Каверина, О.В. Пирогова, Л.Г. Скоробогатова);
- научно-методическое обобщение развития региональных структур профессионального туристского образования в условиях рынка (И.Н. Курышев, Ф.Н. Лавров. Э.Н. Павлова, Ю.С. Путрик, Г.В. Севастьянов, А.Е. Семенов, И.С. Томилов, В.А. Щербакова);
- систему подготовки кадров туризма по основным специальностям (Д.В. Ермилова, Т.Н. Ефремцева, А.В. Квартальнов, А.Н. Кузнецов, Л.В. Курило, В.Н. Лебедев, О.Ю. Маркова, В.Е. Матвеев, Н.Т. Пироженко, В.С. Сенин, Н.В. Табунова, Е.А. Удольская).

Образование в высших учебных заведениях строится в соответствии с принятыми и утвержденными государственными образовательными стандартами. Их основное назначение состоит в том, чтобы четко определить контуры федерального образовательного пространства, которое должно быть единым для всей страны. Высшие учебные заведения сообразно своим возможностям и потребностям своих регионов, предприятий, самих студентов вполне самостоятельно строят и учебный, и исследовательский процессы. Государственные стандарты выступают лишь в качестве наиболее общего регулирующего начала, которое, сохраняя все возможности для многообразия высшего образования, гарантируют его необходимый уровень. Стандарт определяет обязательные дисциплины, а также дисциплины по выбору и факультативные курсы по специальности, устанавливает требования к уровню подготовленности лиц, завершивших обучение (общеобязательные знания, умения и навыки). Стандарты включают в себя два компонента: федеральный (устанавливает обязательный минимум содержания основной профессиональной программы и определяет государственные требования к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по конкретной специальности) и региональный (определяет ту часть содержания основных образовательных программ, которая отражает региональные особенности подготовки специалистов).

Туристское снаряжение (tourist equipment). См. *Снаряжение туристское*.

Туристско-рекреационные зоны (tourist and recreational areas), федеральные законы РФ о туристско-рекреационных зонах были приняты в 2006 г. для развития отечественного туризма, обеспечения благоприятного инвестиционного климата в России, появления конкурентоспособного туристского продукта, перевода туристской индустрии на инновационный путь развития. Для Т.-р.з. были установлены налоговые льготы.

Постановлениями Правительство РФ Т.-р.з. были созданы: в Иркутской области, Республиках Алтай и Бурятия, Алтайском крае, Чеченской Республике, Приморском, Ставропольском и Краснодарском краях.

Туристско-рекреационный кластер (tourism and recreation cluster). См. *Кластер туристский*.

Турлидер (tourist leader). См. *Руководитель туристской группы*.

Туристы индивидуальные (tourists individual), граждане Российской Федерации, иностранные граждане и лица без гражданства, в составе от 1 до 5-7 человек, как правило, родственников или друзей, временно посещающие какое-либо зарубежное государство или местность в пределах страны проживания, с любыми целями и причинами, но без занятия оплачиваемой деятельностью в местах своей туристской поездки, на срок от 24 часов до 12 месяцев подряд, или осуществляющие не менее одной ночевки. Т.и. путешествуют по индивидуальной программе и поэтому, чаще всего, не пользуются групповыми скидками. См. *Индивидуальный туризм*.

Туроператор (touroperator). См. *Туристский оператор*.

Турпакет (package tour). См. *Продукт туристский. Пэкидж тур*.

Турпомощь (Tour assistance), ассоциация, являющаяся объединением туроператоров в сфере выездного туризма. Основной задачей Т. является оказание экстренной помощи российским туристам за рубежом, оказавшимся в экстренной ситуации по причине финансовой несостоятельности туроператора. 19 ноября 2012 г. в соответствии с распоряжением Правительства РФ № 2130-р Ассоциация «Объединение туроператоров в сфере выездного туризма «ТУРПОМОЩЬ» получила статус общероссийского объединения, что обеспечило возможность вступления в её ряды туроператоров из всех регионов России. С января 2017 г., в связи с вступлением в силу Федерального закона № 49-ФЗ от 02.03.2016 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях совершенствования законодательства, регулирующего туристскую деятельность», Т. была наделена дополнительным функционалом в части формирования фондов персональной ответственности туроператоров в сфере выездного туризма, а также размещения сведений о туристских агентах на портале Ассоциации.

У

Убежище (asylum, refuge). См. *Приют туристский.*

Убыток (damage). См. *Ущерб.*

Уборка номера (room cleaning, make-up), приведение гостиничного жилого номера в порядок. Существует несколько видов У.н.:
- генеральная уборка, после выезда гостя;
- ежедневная утренняя уборка;
- вечерняя уборка по просьбе гостя.

В различных системах гостиничного управления, в разных государствах и различных гостиничных цепях сложились различные требования к У.н., которые зависят от «звёздности» средства размещения.

Уборная (lavatory, toilet, water closet). См. *Туалет.*

Уведомление аннуляционное (cancellation notification), официальное сообщение туристской фирмы туристу об аннуляции поездки.

Уведомление о прибытии (notification of arrival), предварительное сообщение разными способами информационных служб аэропорта, вокзала, морского или речного порта о прилёте самолёта, прибытии железнодорожного поезда, причаливании корабля с указанием места выхода пассажиров для представителей туристских фирм, родственников и других лиц, встречающих туристов и путешественников.

Удаление мусора (waste disposal), система комплексных мер по сбору, сортировке и удалению мусора и отходов из помещений гостиничного, транспортного или ресторанного предприятия, осуществляемых специально подготовленным персоналом. Вывоз мусора производится по договору со специализированной организацией.

Удар солнечный (sunstroke) См. *Солнечный удар.*

Удешевлённый тур (cheaper tour). См. *Тур удешевлённый.*

Удобный отель (eusy hotel), неформальная классификация средства размещения, представляющего новый тип гостиниц, которые, как правило, размещаются в центрах крупных городов. У.о. не предоставляет никаких других услуг, кроме размещения, в нём нет общественных зон, единственный сотрудник, которого могут увидеть туристы, – это менеджер в службе размещения. Номера отличаются небольшими размерами (от 6,3 до 7,2 кв. м), но в каждом из них есть двуспальная кровать, санузел с душем, кондиционер, телевизор. Первый У.о. открылся в Лондоне в 2005 г.

Удобства в коридоре (shower room). См. *Общая ванная. Душевая комната.*

Удобства гостиничные (hotel amenities), различные услуги, предоставляемые администрацией гостиницы своим клиентам: рестораны, бары, игровые комнаты, библиотеки, интернет-кафе, магазины, парикмахерские, бани-сауны, бассейны, тренажёрные залы, теннисные корты, а также проведение концертных и танцевальных вечеров и т.д. См. *Услуги дополнительные.*

Удостоверение личности туриста (tourist identification card, paper), личным документом любого туриста или паломника является паспорт страны, гражданином которой он является. Для российского гражданина паспорт Российской Федерации (внутренний или заграничный) является основным документом, удостоверяющим его личность. Карта гостя является У.л.т. на территории гостиницы и даже может выполнять его роль в городе, где расположено средство размещения, в котором остановился его клиент. См. *Карта гостя*. *Карта туриста*.

Ужин (supper), последний приём пищи в конце дня, обычно после 20.00. У. также называют и саму еду, приготовленную для вечерней трапезы, как и официальный приём – в виде специального мероприятия, на которое приглашают определённых гостей. У., как правило, входит в программу туристских путешествий как обязательная услуга, если она оплачена.

Ужин поздний (late dinner), приём пищи поздно вечером или ночью. У.п. обычно состоит из небольшого количества лёгкой пищи и напитков. У.п., как правило, заказывается в номер гостиницы или специальный кабинет ресторана.

Ужин прощальный (farewell dinner). См. *Прощальный ужин*.

Указатель дорожный (guide-board), элемент оборудования дороги в виде щита определённой формы с условными обозначениями или надписями. У.д. подразделяются на предупреждающие, предписывающие, запрещающие и указательные. Во многих странах У.д. указывают направление движения к объектам культурного и природного наследия, а также к дорожной и туристской инфраструктуре.

Укрытия (shelters), объекты, используемые туристами во время пешеходных маршрутов и представляющие собой искусственные сооружения или естественные образования, связанные с особенностями рельефа, растительности и прочими особенностями природного ландшафта, используемые для защиты путешественников от непогоды. На море в целях У. кораблей и других плавательных средств используют бухты.

Униформа (uniform), форменная одежда, установленная для отдельных категорий работников туристских, транспортных, гостиничных и ресторанных предприятий: гидов, горничных, официантов, пилотов, стюардесс и т.д.

Управление гостиницей (hotel management), система организации деятельности средства размещения, основанная на совокупности принципов, методов, средств и форм, направленных на эффективное развитие, повышение качества предоставляемых услуг и увеличение прибыли гостиничного предприятия. См. *Гостиничная деятельность*. *Гостиничный бизнес*.

Управление доходами (yield management), в туризме представляет собой систему мер, способствующих увеличению доходов туристского предприятия от продажи гостиничных мест, ресторанной продукции, транспортных билетов, экскурсий и т.д. Как правило, в этих целях используются дифференцированные цены, позволяющие стимулировать рост спроса на туристские услуги и в то же

время увеличивать средние доходы на единицу турпродукта.

Управление национальное туристское (office of national tourism). См. *Национальная туристская администрация*.

Управление туристской фирмой (management of a travel company), система организации деятельности туристской фирмы, основанная на совокупности принципов, методов, средств и форм, направленных на эффективное развитие, повышение качества предоставляемых услуг и увеличение прибыли туристского предприятия. См. *Бизнес туристский*.

Управляющий гостиницей (hotel manager), высококвалифицированный специалист гостиничного хозяйства, имеющий специальное образование и/или опыт работы и нанимаемый владельцем гостиницы для руководства и координации работы всех служб и подразделений средства размещения.

Управляющий туристской фирмой (manager of the tourist company), высококвалифицированный специалист в сфере туризма, нанимаемый владельцем туристской фирмы для руководства её деятельностью. На должность У.т.ф. обычно приглашаются специалисты, имеющие специальное образование и стаж работы в туристской сфере.

Уровень заполняемости гостиницы (occupancy rate of the hotel), процентное отношение фактически занятых номеров (мест) к общему количеству номеров (мест) в гостинице за определённое время. Доля (удельный вес) числа мест, занятых в течение определенного календарного периода относительно общего числа мест в коллективном средстве размещения, является одной из основных характеристик эффективности использования гостиничного предприятия. См. *Загрузка гостиницы*.

Уровень комфорта (level of comfort), комплексный критерий, используемый для оценки качества предоставления услуг и категорирования средств размещения. В него входят следующие показатели:
- состояние номерного фонда: площадь номеров, доля одноместных (однокомнатных), многокомнатных номеров, наличие коммунальных удобств в номерах и т.д.;
- состояние мебели, инвентаря, предметов санитарно-гигиенического назначения и т.д.;
- численность обслуживающего персонала в гостинице;
- наличие и состояние предприятий питания: ресторанов, кафе и баров;
- техническое состояние здания, подъездных путей, обустройство прилегающей к гостинице территории;
- информационное обеспечение, интернет-связь;
- техническое оснащение номеров (наличие телефонной связи, телевизоров, холодильников, мини-баров, мини-сейфов и т.д.);
- обеспечение возможности предоставления дополнительных услуг.

Условия размещения (accommodation conditions), одна из основных составляющих туристского путешествия, подробно описываемая в договоре об обслуживании туристов. См. *Договор на туристскую поездку*.

Условия расчётов (payment terms), договорённости, достигнутые путём переговоров между покупателем и продавцом туристских услуг, с целью

получения взаимовыгодных цен или уступок. В У.р. учитываются: финансовый объём операции, сезон путешествия, количество и состав туристских услуг и т.д.

Услуга туристская (tourist service). 1. Продукт труда, произведённого туристской фирмой, средством размещения, транспортной компанией, организацией общественного питания и т.д., для потребления туристом и удовлетворения его запросов во время путешествия. У.т. может быть результатом собственной деятельности туристской компании или услугой, приобретенной (забронированной) для туриста у другой фирмы. У.т. может продаваться потребителю в комплексе и/или по отдельности. 2. По функциональному назначению У.т. может быть материальной и нематериальной, основной и дополнительной, а также специализированной (медицинской, образовательной, оздоровительной, культурной и т.д.)

Услуги встречи-проводов (arrival and departure assistance), оказание туристам помощи при прибытии в пункт посещения или при отъезде из него. У.в.п. включают встречу туристов сотрудником турфирмы или гостиницы в аэропорту или на вокзале, организацию подноски их багажа, сопровождение к автотранспорту и т.д. У.в.п. могут предоставляться как отдельная услуга или включаться вместе с трансфером в турпакет. См. *Встречи-проводы туриста.*

Услуги дополнительные (extra services), в туризме эти услуги приобретаются туристами сверх оплаченных основных услуг, среди них:
- дополнительные экскурсии;
- вызов и проезд на такси;
- пользование Интернетом и посещение интернет-кафе;
- получение дополнительной информации;
- заказ банкета и организация дополнительного питания;
- посещение объектов развлечений (театров, концертных залов, цирков, дискотек, казино, ночных клубов, залов игровых автоматов, бильярдных и т.д.);
- покупка и доставка цветов, газет и журналов в номер;
- бытовое обслуживание (ремонт и чистка обуви, ремонт и глажение одежды, услуги химчистки и прачечной, хранение вещей и ценностей, разгрузка, погрузка и доставка багажа в номер, прокат предметов культурно-бытового и спортивного назначения, услуги парикмахерской, маникюрного и массажного кабинетов и т.д.);
- пользование сауной, баней, бассейном, тренажёрным залом;
- аренда зала для переговоров, конференц-зала;
- услуги бизнес-центра и т.д.

У.д. оказывают, как правило, туристские фирмы, гостиничные и транспортные организации, а также предприятия общественного питания и туристско-информационные центры.

Услуги материальные (material services), предназначены для удовлетворения материально-бытовых потребностей потребителя услуг, в том числе туристов. У.м. обеспечивают восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств изделий или изготовление новых изделий по заказам туристов, а также перемещение грузов и людей, создание условий для потребления. В частности, к материальным услугам могут быть отнесены бытовые услуги, связанные с ремонтом и изготовлением изделий, услуги общественного питания, транспорта и т.д.

Услуги медицинские (medical services), совокупность необходимых, достаточных, добросовестных, целесообразных профессиональных действий медицинских работников, направленных на удовлетворение потребностей пациента и реализацию медицинской помощи. У.м. являются видом медицинской деятельности, оказываемой медицинскими специалистами, работающими в учреждениях здравоохранения, населению, в том числе туристам. У.м. могут предоставляться туристу во время путешествия в случае заболевания или несчастного случая на основании медицинского страхования. У.м. могут предоставляться туристу, отдыхающему на курорте в пансионате или санатории в виде плановых услуг, за которые он заплатил заранее. По функциональному назначению медицинские услуги могут быть:
- лечебно-диагностическими (направленными на установление диагноза, лечение заболевания или оказание неотложной помощи);
- профилактическими (диспансеризация, вакцинация, физкультурно-оздоровительные мероприятия);
- восстановительно-реабилитационными (связанными с социальной и медицинской реабилитацией больных);
- транспортными (перевозка больных, в частности, с использованием службы «скорой помощи»);
- санитарно-гигиеническими (мероприятия, связанные с карантином, санпросвет работой, санитарно-эпидемиологическим контролем и надзором). См. *Медицинский туризм. Медицинское страхование. Обслуживание медицинское.*

Услуги нематериальные (services intangible), деятельность по организации услуг по удовлетворению эмоционально-психологических, духовных и интеллектуальных потребностей туристов во время путешествий, а также поддержание их нормальной жизнедеятельности как потребителей этих услуг. К У.н. относятся: образовательные, социально-культурные, развлекательные, медицинские, оздоровительные, психологические, информационные и т.д.

Услуги образовательные (educational services), в туризме представляются в процессе поездки туриста с целью получения дополнительных знаний, навыков и умений. В образовательной поездке предоставляются платные У.о. Они реализуются высокопрофессиональными педагогами в определённое по продолжительности время, которые добиваются достижения определённых положительных результатов. См. *Образовательный туризм.*

Услуги общественного питания (catering service), работа по обслуживанию массового потребителя, в том числе туристов, в предприятиях общественного питания: ресторанах, кафе, барах, закусочных, столовых и т.д. См. *Общественное питание.*

Услуги основные (basic service), основной туристский продукт, ради которого потребитель обращается в туристскую фирму. Для туристских фирм У.о. является турпакет, покупаемый туристом для путешествия по определённому маршруту. К У.о., как правило, относятся: размещение, питание, транспорт, включая трансфер, экскурсионное обслуживание.

Услуги прачечной (laundry service), исполнение заказов туристов, проживающих в гостинице, на стирку, чистку и глаженье их личного белья и одежды. У.п. предоставляются в гостиницах, начиная от 3 звёзд.

Услуги связи (communication service), представляют собой конечный полезный результат производственной деятельности операторов связи по передаче информации. В зависимости от характера создаваемого потребительского эффекта У.с. выступают в двух формах:
- передачи (пересылки) единичных сообщений (отправлений) – например, телеграмм, телефонных разговоров, писем, посылок;
- предоставления потребителям абонентского устройства доступа к сети (абонентских линий, таксофонов, установок абонентского телеграфа и др.) или технических средств в аренду, которые используются абонентами для передачи и приёма различных видов информации.
У.с. обладают стоимостью и потребительной стоимостью, которая определяется необходимыми затратами, связанными с передачей информации, и включает в себя себестоимость и прибыль. К универсальным У.с. относятся:
- услуги почтовой связи по удовлетворению нужд пользователей в обмене письменной корреспонденцией;
- услуги телефонной связи всех видов;
- услуги по передаче данных и предоставлению доступа к сети Интернет.

Услуги социально-культурные (social and cultural services), деятельность по удовлетворению эмоционально-психологических, духовных и интеллектуальных потребностей и поддержанию нормальной жизнедеятельности туристов. У.с.-к. обеспечивают поддержание и восстановление здоровья, интеллектуальное и физическое развитие туриста. У.с.-к. могут быть индивидуальными и массовыми, платными и бесплатными, профессиональными и непрофессиональными. У.с.-к. могут быть связаны с посещением или участием в культурно-массовых и зрелищных мероприятиях: театральных спектаклях и конкурсах, концертах, цирковых представлениях, музыкальных фестивалях и т.д., а также объектов развлечений: дискотек, казино, ночных клубов, залов игровых автоматов, бильярдных, и т.д. У.с.-к. могут быть связаны с участием или посещением массовых спортивных мероприятий, международных чемпионатов, спартакиад, олимпиад и т.д. У.с.-к. могут быть предоставлены туристам для участия в групповых организованных и индивидуальных формах занятий физическими упражнениями и видами спорта: волейбол, теннис, шейпинг, плавание, пейнтбол и т.д.

Услуги транспортные (transportation services), один из основных видов услуг в туризме. На них приходится и основная доля в структуре цены туристской поездки. В зависимости от продолжительности, дальности путешествия эта доля может колебаться от 30 до 60%. Услуги перевозки и иные У.т. присутствуют в различных составляющих туристского продукта. Туристское путешествие может реализоваться несколькими видами транспорта в различных сочетаниях: железнодорожным и автомобильным; авиационным и автомобильным; водным и железнодорожным и т.д. Наиболее мобильные виды транспорта: автобус и автомобиль. Они используются как на самостоятельном маршруте, так и в качестве вспомогательного (трансферного) транспорта по доставке туристов из аэропорта или вокзала в гостиницу и обратно. См. *Обслуживание пассажиров на транспорте*.

Услуги туристские (tourist service), совокупность действий в сфере туристского обслуживания, которые

ориентированы на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста, отвечают целям поездки, а также не противоречат общечеловеческим принципам морали и установленных законом порядков. В состав У.т. входят: бронирование услуг, оформление разрешительных документов и других формальностей, все виды перевозок, встречи, проводы, размещение и питание, экскурсии, медицинское сопровождение и страховка, услуги гидов-переводчиков, организация возвращения туристов домой и иное обеспечение. Состав У.т. определяется программой туристской поездки.

Устав туристской фирмы (articles of tourist firm), внутренний документ туристского предприятия, зарегистрированный и утверждённый в установленном законодательством порядке, представляющий собой свод правил, регулирующих организацию деятельности юридического лица, определяющий его структуру, устройство, виды деятельности, отношения с другими субъектами и организациями.

Устойчивый туризм (sustainable tourism), понятие «У.т.» возникло сравнительно недавно в связи с появлением глобальной концепции устойчивого развития человечества. Большая роль в создании новой модели цивилизации принадлежит Международной комиссии ООН по окружающей среде и развитию (МКОСР), эта модель была продекларирована на международной конференции ООН в Рио-де-Жанейро (1992). Понятие «устойчивое развитие» понимается как развитие общества на базе неистощимого, экологически целесообразного природопользования, обеспечивающего высокое качество жизни людей в цепи поколений (здоровье человека, высокую продолжительность деятельной жизни, благоприятную среду обитания, экологическую безопасность и т.д.) В туризме принципы устойчивости были сформулированы ЮНВТО и Всемирным советом по путешествиям и туризму. Они сводятся к экологической, культурной и экономической устойчивости, а также устойчивости для местных сообществ. Устойчивость в туризме означает:
- неистощимое использование природного и культурного потенциала на основе программно-целевого подхода к развитию туризма;
- переход предприятий туризма на ресурсосберегающие технологии, сокращение производственных отходов;
- вовлечение местного населения в процесс принятия решений, связанных с развитием туризма посредством консультаций и опроса;
- партнёрство во взаимоотношениях общественного и частного секторов;
- содействие туризма социально-экономическому подъёму отдельных территорий и целых государств.

Усыпальница (burial vault), склеп, помещение для погребения выдающихся людей, а также членов одного рода или одной семьи. У. располагаются, как правило, ниже уровня земли – под дворцом, храмом, часовней, мавзолеем или в склепе на кладбище. У. могут быть открытыми для посещения туристами и паломниками, а могут быть закрытыми по просьбе родственников усопших. У. в ряде стран мира являются объектами культурного и религиозного наследия, а также объектами туристского показа.

Усыскин Григорий Самойлович (1930-2012), историк туризма, доктор исторических наук, профессор

Санкт-Петербургской Академии управления и экономики, вице-президент Санкт-Петербургского спортивного туристского союза, председатель секции истории ленинградского туризма, Заслуженный путешественник России, член Президиума Национальной Академии туризма.
Соч.: Очерки истории российского туризма. Авторский сборник. СПб., 2007 г. – 208 с. Туристский путеводитель по Ленинградской области. СПб., 2007.

Участник тура (tour participant), турист, являющийся членом туристской группы, путешествующий по всему маршруту или одной из его составных частей. У.т. пользуется на равных правах всеми групповыми основными и дополнительными услугами, предоставляемыми в соответствии с программой поездки, которые он оплатил.

Ущерб (damage), убытки, причинённые имущественному положению туриста, туристской или паломнической организации вследствие невыполнения обязательств, взятых перед ними по договору другим юридическим или физическим лицом. У. бывает: экономический, моральный, экологический, страховой и т.д. Ответственность сторон за У. определяется договором и законодательством страны пребывания.

Ущерб моральный (moral damage). См. *Вред моральный*.

Ф

Факторы развития туризма (factors of tourism development), специалисты подразделяют их на статичные и динамичные. Статичные факторы представляют собой: климат, природные ресурсы, объекты культурного и природного наследия в определённом регионе или территории. К динамичным факторам относятся: демографические, социально-экономические, социокультурные, материально-технические и политические факторы. К числу Ф.р.т. также относятся: состояние экономической ситуации, уровень персонального дохода, активность населения, доля выделяемых средств работодателями и профсоюзными организациями на покрытие расходов на туризм и путешествия. Ф.р.т., влияющие на увеличение масштабов туризма, являются процессы, повышающие уровень образования, культуры, эстетических потребностей населения. Как элемент эстетических потребностей можно рассматривать стремление туристов познакомиться с бытом, историей, культурой, условиями жизни людей в различных регионах и странах. К Ф.р.т. относятся изменения социально-общественного и правового регулирования, технологические изменения: развитие гостиничной, транспортной инфраструктуры и торговли, а также изменения в лучшую сторону условий безопасности путешествий. Важнейшими Ф.р.т. являются современный транспорт и дорожная инфраструктура. На Ф.р.т. существенно влияют: рост численности работников в сфере туризма, повышение значения профессиональной подготовки специалистов, улучшение организации труда и т.д. Важным Ф.р.т. является стимулирование желания жителей страны отдыхать и совершать туристские путешествия по территории своего государства. Ф.р.т. также делятся на способствующие развитию и сдерживающие его. Проблема заключается в том, что один и тот же фактор может как способствовать, так и ограничивать развитие туризма в регионе или стране.

Факторы спроса на туристские услуги (factors of demand for tourist services). Причины, определяющие туристский спрос, являются экономическими, социальными, культурными и эмоционально-психологическими. Воздействие многочисленных Ф.с.т.у. может повышать или понижать спрос на туристские продукты. Наиболее важными и значительными, влияющими на изменение спроса на туристском рынке, являются следующие факторы:

- экономические, определяющие уровень материального благосостояния массового потребителя и влияющие на возможность приобретения туристских услуг;
- социальные, которые включают соотношение рабочего и свободного времени потребителя, род занятий людей и другие факторы, влияющие на уровень спроса на туристские услуги;
- демографические, включающие возраст, профессию, образование, семейное положение, состав семьи, регион проживания потребителей;
- социокультурные и эмоционально-психологические, которые включают приоритеты в системе духовных ценностей, отношение к собственному здоровью, любознательность, стремление организовать свой досуг. См. *Спрос на туристские услуги*.

Факультативная остановка (optional stop), непредусмотренная остановка по маршруту следования туристов в месте, которое не было ранее запланировано. Ф.о. обычно совершаются по просьбе участников поездки в качестве дополнительного мероприятия.

Факультативная экскурсия (optional excursion), дополнительная экскурсия, которая не была запланирована туристской программой. Ф.э. предоставляется туристам по их желанию в свободное время и за дополнительную плату.

Фаст фуд (fast food), общее название ресторанов или других предприятий общественного питания, где посетителям предоставляется быстрое обслуживание фирменными блюдами. Рестораны Ф.ф. часто используются для организации быстрого питания туристских групп на маршруте. В некоторых странах Ф.ф. называют определённый ассортимент кулинарных изделий, предназначенных для быстрого потребления.

Фестиваль (festival), массовое праздничное мероприятие, связанное с показом лучших достижений искусства (музыки, кино, театра, народных танцев и песен). Программа Ф. включает торжественные церемонии открытия и закрытия, театрализованные выступления, народные гуляния и т.д. Ф., как правило, вызывают большой интерес у туристов. Во многих странах для привлечения туристов специально организуют различные Ф.

ФИЖЕТ (FIJET). См. *Международная федерация писателей и журналистов, пишущих о туризме*.

Фильм туристский (travelogue), короткометражный рекламный кино-, теле- или видеофильм, демонстрирующий туристские маршруты, туристские центры или отдельные туристские достопримечательности в целях создания у зрителей интереса к посещению показываемых мест.

Финансовое обеспечение туристской деятельности (financial support of tourist activities), в Российской Федерации представляет собой договор страхования гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта, либо банковскую гарантию исполнения обязательств по договору о реализации туристского продукта. Смысл этой деятельности сводится к обеспечению надлежащего исполнения туроператором обязательств по всем договорам о реализации туристского продукта, заключаемым с туристом и (или) иными заказчиками непосредственно туроператором либо по его поручению туристскими агентами.

Финансовая ответственность (financial responsibility), в туризме представляет собой финансовую гарантию фирмы перед своими клиентами и партнёрами в случае её неспособности обеспечить выполнение взятых на себя обязательств. В качестве гарантии туроператоры предъявляют в уполномоченный государственный орган банковскую безотзывную гарантию или договор со страховой компанией, имеющей соответствующую лицензию на данный вид страхования, о страховании гражданской ответственности перед третьими лицами (туристами). Размер финансовой гарантии в Российской Федерации в настоящее время составляет: для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере международного выездного туризма, – 5%

общей цены туристского продукта в сфере выездного туризма (начиная с 2017 г.), но не менее 50 млн. руб.; для международного въездного туризма – 10 млн. руб.; для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма, – 500 тыс. руб. См. *Гарантия банковская*.

Финансовые услуги (financial services), любые услуги финансового характера, включающие в себя все страховые и банковские услуги: прямое страхование, страховое посредничество (брокерское и агентское), финансирование коммерческих операций, финансовый лизинг, гарантии, платежи и денежные переводы, кредитование, включая потребительский кредит, операции с платёжными карточками, аккредитивами и пр. Туристы, как правило, в период путешествия пользуются Ф.у.

Фирма туристская (tourist firm). См. *Компания туристская*.

Фитнес (fitness), тип гимнастических занятий, упражнений и оздоровительная методика, позволяющие поддерживать человеку хорошую спортивную форму, а также изменить формы тела, его вес и закрепить достигнутый результат. Ф. включает в себя физические тренировки в сочетании с правильно подобранной диетой. Упражнения и диета в Ф. подбираются индивидуально, в зависимости от противопоказаний, возраста, состояния здоровья, строения и особенностей фигуры. Существует также ряд соревновательных спортивных дисциплин, имеющих общее название Ф. и являющихся разновидностями соревновательного бодибилдинга. При многих гостиницах, домах отдыха и спортивных центрах созданы Ф.-клубы, которые пользуются большой популярностью у туристов и отдыхающих.

Флайтель (flaitel), неформальная классификация средства размещения, представляющего собой аэрогостиницу («летающий отель»). 1. Дорогой и немногочисленный тип гостиниц, оборудованных взлётно-посадочными площадками и связью с метеослужбами. Ф., как правило, располагается вдали от цивилизованных мест, добраться до которых можно только по воздуху. 2. Самолёты, оборудованные для проживания туристов. Вследствие своей дороговизны они не являются распространенными средствами размещения.

Флотель (fleet), неформальная классификация средства размещения, расположенного на воде и представляющего собой, как правило, большую фешенебельную гостиницу «курорт на воде». Ф. предлагает комфортабельные номера с большим набором услуг: бассейны, водные лыжи, рыбная ловля, подводное плавание и подводная охота, тренажёрные залы, помещения для конгрессов и конференций, библиотеки, разнообразное обеспечение: Интернет, телефон, телефакс, телетайп, телевизор и т.д. Ф. часто используются для организации бизнес-путешествий, конгресс-туров, конгресс-круизов, обучающих поездок. Ф. могут представлять собой многоэтажные сооружения с большим количеством ресторанов, кафе, магазинов, спортивных и развлекательных центров. Ф. также могут представлять собой небольшие средства размещения (одна или две палубы) и обслуживать туристов на небольших реках и озёрах.

Фойе (lobby). 1. Специально оборудованное помещение в гостинице,

куда попадает турист, пройдя вестибюль. В Ф. могут находиться: стол администратора или дежурного, кресла со столиками для посетителей, бар или буфет, а также стойка службы размещения. В больших гостиницах на разных этажах могут быть оборудованы несколько Ф. См. *Вестибюль*. 2. Помещение в театре (кинотеатре, цирке) для пребывания зрителей перед началом спектакля, сеанса, представления, а также для отдыха публики во время антракта. Из фойе первого этажа, как правило, можно попасть в гардероб.

Фольклорный тур (folklore tour). См. *Этнический туризм*.

Фонд номерной (fund of rooms). См. *Номерной фонд*.

Форма регистрационная (registration form). 1. Бланк, заполняемый туристами, проживающими в средстве размещения, на предмет их учёта в местных административных органах и в статистической службе. 2. Бланк, заполняемый иностранными гражданами во время их регистрации в иммиграционной службе страны въезда. См. *Регистрационная карточка гостя. Карта гостя*.

Формальности (formalities), полицейские, санитарные, таможенные, пограничные, паспортные, фискальные, представляющие собой нормы и правила, установленные законодательствами разных государств (или группы государств), которые в полной мере должны соблюдаться как организаторами туристских поездок, так и самими туристами при пересечении государственных границ. Организатор туристской поездки и туристы несут ответственность за их нарушение.

Формальности пограничные (formalities of the border), процедура, связанная с проверкой пограничной, в некоторых странах полицейской, службой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, установленного паспортно-визового режима.

Формальности при поселении (formalities upon arrival), процедура, необходимая при поселении в гостиницу, включающая заполнение регистрационной карточки гостя, предъявления паспорта и банковской карточки как гарантии оплаты номера в гостинице, если он не оплачен заранее.

Формальности при регистрации на рейс (formalities at check-in), процедура, которую необходимо совершить перед посадкой в самолёт, включающая предъявление паспорта, билета и багажа, который обязательно взвешивается и регистрируется. После окончания процедуры регистрации на рейс турист получает посадочный и багажный талоны.

Формальности санитарные (sanitary formalities), процедура, связанная с проверкой государственными органами санитарного контроля соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, установленных требований по санитарно-эпидемиологической безопасности.

Формальности таможенные (customs formalities), процедура, связанная с проверкой государственными органами таможенного контроля соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, правил и условий ввоза и вывоза товаров, ценных вещей, валюты, ювелирных изделий из драгоценных металлов и т.д.

Формы туризма (form of tourism), понятие, определяющее тип организации туристской деятельности. По ряду классификационных признаков специалисты выделяют следующие формы туризма:
- по числу участников путешествия: индивидуальный (до 5 человек), групповой (от 6 человек и более), массовый (от 100 человек и более);
- в зависимости от происхождения туристов Ф.т. подразделяется на: внутренний и международный, въездной и выездной;
- по возрастному признаку: детский, молодёжный, семейный туризм, путешествия туристов пенсионного возраста;
- по способу организации: неорганизованный, организованный, самодеятельный;
- по способам передвижения: авиационный, автомобильный, автобусный, водный, воздушный, пешеходный, железнодорожный, верховой и т.д.;
- по основным используемым природным ресурсам: горный, морской, лесной, речной, степной и т.д.;
- по характеру территории: континентальный, приморский, островной;
- по источникам финансирования: коммерческий, социальный;
- по способу размещения туристов: гостиничного типа, негостиничного типа;
- по дальности поездки: ближний, дальний и т.д.;
- по продолжительности путешествия: краткосрочный, среднесрочный, долгосрочный;
- по ритмичности туристских потоков: сезонный, круглогодичный;
- по другим классифицирующим признакам.
См. *Виды туризма*.

Форс-мажор (force major), обстоятельства непреодолимой силы (на которые невозможно повлиять), не позволяющие или мешающие выполнению программы туристской поездки: стихийное бедствие, военный конфликт, социальные волнения и т.д. Турист и турфирма не несут друг перед другом ответственность за нарушение условий путешествия, вызванное Ф.-м.

Форт (fort), военно-оборонительное архитектурное сооружение, состоящее из одного или нескольких фортификационных укреплений, которое создавалось как часть крепости или отдельной укреплённой позиции. Исторические Ф., с которыми связаны военные действия прошедших войн, являются объектами военно-исторического наследия, посещаемыми туристами и экскурсантами.

Фотоохота (photo hunting), 1. туристская поездка, главной целью которой является фотосъёмка редких животных, птиц, насекомых или растений в естественных местах их обитания; 2. самостоятельный жанр фотоискусства.

Фототуризм (phototourism), подвид культурно-познавательного туризма, представляющий собой путешествия по природным, историко-культурным и другим местам с целью создания высококачественных фотографий и повышения мастерства фотосъемки. Ф. хотя и не относится к массовым направлениям туризма, но, тем не менее, занимает определённое место в туристской сфере, имеет свою специфику среди профессионалов и любителей, а результаты фото-туров часто презентуются на выставках, конкурсах, фестивалях и других зрелищных, событийных и тематических мероприятиях. См. *Фотоохота*.

Франчайзинг (franchising), в туризме Ф. представляет собой особый вид договора, по которому извест-

ная на рынке туристская компания (франчайзер) или, в отдельных случаях, известный бренд, принадлежащий какой-либо компании, предоставляет право на использование за определенную плату её фирменного наименования, а также рекламной, информационной и технологической помощи другой туристской компании (франчайзи) для улучшения положения этой компании на туристском рынке. В большинстве случаев Ф. подразумевает приобретение этого права (франшизы) за плату (паушальный взнос). В последнее время Ф. приобретает в туризме всё большее распространение. Многие крупные российские и международные туроператоры активно продвигают приобретение своей франшизы среди турагентов. Существуют также независимые франчайзинговые сети турагентств, не относящиеся ни к одному туроператору.

Фрахт (freight), предоставление транспортного средства во временное пользование (оперативное управление) на определённый срок на основе договора фрахтования. Ф. чаще всего используется при организации морских и речных перевозок.

Фуникулёр (railway, funicular), вид канатной (или рельсовой) дороги, подъёмно-транспортное сооружение с канатной тягой и кабинами, предназначенное для перемещения пассажиров и грузов по крутому подъёму на короткое расстояние. Ф. пользуются большой популярностью у туристов. См. *Канатные дороги*.

Функции туризма (functions of tourism), характеристики влияния туристской деятельности на общество в целом и на конкретных людей. Туризм обладает функциями экономического, социального, гуманитарного и экологического характера.

Фургон багажный (luggage van), крытый грузовой автомобиль, используемый для перевозки багажа туристов, путешествующих в одной группе, в пунктах их остановки при организации встречи или проводов, как правило, от вокзала до гостиницы или обратно.

Фуршет (fourchette, fork buffet), форма обслуживания в ресторане, на приёмах, вечеринках, когда присутствующие принимают пищу и пьют напитки стоя, самостоятельно накладывая на свою тарелку еду и наливая в бокал напитки, выставленные на специальных блюдах и подносах на большом общем столе или на нескольких столах.

Фьорд (fjord), длинный, узкий, извилистый и глубоко врезавшийся в сушу морской залив или пролив со скалистыми берегами. Длина Ф. в несколько раз (часто в десятки) превосходит ширину, а берега в большинстве случаев образованы скалами высотой до 1000 м. Благодаря своей красоте и живописности Ф. пользуются большим интересом у туристов всего мира и являются объектами показа, как правило, с кораблей и катеров.

X

Хадж (hajj), религиозное путешествие мусульман с целью посещения священных городов Мекки и Медины, совершаемое в определённое время года. Согласно мусульманской традиции, Х. является пятым и последним столпом ислама. Х. следует совершать мусульманину тогда, когда ему это позволяют личные, семейные и материальные обстоятельства. Коран предписывает каждому свободному, здоровому и совершеннолетнему мусульманину хотя бы один раз в жизни совершить Х., т.е. посетить и провести сакральные ритуалы в священных городах Мекке и Медине. Немусульманам строго воспрещается доступ в эти города. Это единственные города в мире, посещение которых разрешено только верующим одной религии. Посещение Мекки и Медины с туристскими целями невозможно и карается законами Королевства Саудовской Аравии. Мусульманская женщина может отправиться в Х. только в сопровождении мужа или мужчины, ближайшего родственника, за которого она не может выйти замуж. Совершать Х. мусульманам разрешается только в определённое время – в месяцы шавваль, зулькаада и первые десять дней месяца зульхиджа. Посещение Мекки и Медины с целью паломничества вне этого времени расценивается как умра, т.е. малое паломничество, связанное с посещением Мекки, однако не в месяц, предназначенный для хаджа, а в любое другое время.

Хайкинг (hiking). См. *Пешеходный туризм*.

Характерные для туризма продукты (typical tourism products), виды деятельности, с помощью которых обычно производятся характерные для туризма продукты. Группы характерных видов туристской деятельности:
- размещение туристов;
- общественное питание;
- транспортное обслуживание туристов;
- аренда транспортного и туристского оборудования;
- бронирование транспортных, гостиничных, экскурсионных и др. видов услуг;
- предоставление услуг в сфере культуры, искусства и развлечений;
- предоставление услуг в сфере физической культуры, спорта, спортивных мероприятий и рекреации;
- предоставление услуг в сфере торговли, в том числе продажа специфичных, характерных для страны туристских товаров;
- прочие характерные туристские виды деятельности.

Хартия туризма (Tourism Charter), международный программный документ, выражающий политические и социальные права туристов, принятый на VI сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации в 1985 г. в Софии (Болгария). Х.т. включает Кодекс туриста, представляющий собой совокупность правил и норм поведения туриста во время туристской поездки. Х.т. торжественно провозгласила право каждого человека на отдых и досуг, ежегодный оплачиваемый отпуск и свободу путешествовать без ограничений. В этих международных документах отражена взаимосвязь права на отдых и социального прогресса. Документ содержит рекомендации по деятельности нескольких субъектов туристской сферы: государства,

представителей местного населения туристских районов, работников в сфере туризма и самих туристов. Право на отдых признаётся всеми государствами мира, поэтому следует разрабатывать и проводить политику развития внутреннего и международного туризма, включающую в себя:
- развитие туризма на различных уровнях – местном, региональном, национальном и международном;
- обеспечение доступности туризма;
- защиту туристской среды;
- содействие росту туристского сознания и контактам местного населения с посетителями;
- обеспечение свободы передвижения, отсутствия какой-либо дискриминации и безопасности туристов;
- создание условий для беспрепятственного доступа туристов к службам здравоохранения, административным и юридическим службам;
- принятие мер по противодействию использования туризма для эксплуатации, в целях проституции и распространения наркотиков.
См. *Кодекс туризма*.

Харчевня (tavern), устаревшее название; закусочная, трактир «низшего разряда». В заведении, как правило, подавали дешёвую и простую еду.

Хобби-туризм (hobby-tourism), подвид клубного туризма с целью заняться любимым делом в среде единомышленников во время путешествия. Для таких туристов существуют специальные поездки с целью: собирания экзотических растений, ловли бабочек или жуков, посещения спортивных мероприятий, выставок и фестивалей различных направлений, гастрономических мероприятий, приобретения марок, значков и т.д.

Хождения (walkings, purgatory), жанр древнерусской литературы, возникший в XI в., обобщённо названный «Х.», т.е. сочинения в виде путевых записок, дипломатических отчётов или воспоминаний, написанных на их основе, в которых описывались паломнические путешествия в страны Библейского региона с различными целями, но в том числе с обязательным поклонением христианским святыням. Описания паломнических путешествий, записанные их авторами, были украшением древних библиотек в митрополичьих и патриарших палатах, великокняжеских и царских дворцах, монастырях и храмах, боярских и купеческих хоромах, в домах простых людей. Более того, среди простого народа древнерусские Х. были излюбленным чтением в семейном кругу, потому что они представляли собой источник сведений из самых разных областей знания, церковной и мирской жизни. Х. рассказывали нашим предкам о святых местах, связанных с библейской историей, об исторических событиях и преданиях, о необычных природных явлениях, о нравах и обычаях других народов. Паломничество нашло в Х. своё художественное отражение и породило особый самостоятельный жанр древнерусской литературы, который стал одним из интересных и особенных феноменов отечественной культуры. Х., представляя несомненную литературную и художественную ценность, являются в то же время важнейшими историческими источниками, позволяющими увидеть глазами наших предков православные святыни, а также воссоздать реальную историю паломничества русских людей в Византию, Палестину, Египет, другие места и страны. Х., благодаря точности многих приводимых в них сведений, стали значимыми источниками наших знаний о жизни и деятельности Восточных Церквей, о Святой Земле и Визан-

тийской империи, Турции и Египте, Литве и Польше, Болгарии и Валахии, Армении и Грузии. Исследователи выделяют следующие названия паломнических произведений этого жанра древнерусской литературы: «хожения» («хождения»), «путники», «странники», «паломники», «посольства», «скаски».

Хозяйство ключевое (key desk, key board), система хранения ключей от всех гостиничных номеров. Х.к. в виде специальной панели с ячейками находится в службе приема (портье) в гостинице и используется для выдачи или приёма ключей от клиентов.

Холл (lobby), просторное, светлое и удобное помещение, обставленное специальной мебелью. Х., как правило, представляет собой зал в гостинице, клубе, ресторане и в других предприятиях обслуживания, предназначенный для отдыха, встреч, бесед, гостей, туристов, посетителей или пассажиров.

Холодильник (refrigerator), электро-механический аппарат для охлаждения, замораживания и хранения пищевых скоропортящихся продуктов и напитков при температуре ниже температуры окружающей среды. Х. применяются обычно для хранения пищи, лекарств и других предметов, требующих содержания в прохладном месте. Х. является обязательным элементом оборудования гостиничного номера в средствах размещения, начиная с 3 звёзд.

Холодный буфет (cold buffet), форма обслуживания посетителей на предприятиях общественного питания, когда подаются холодные блюда – в том числе мясные и рыбные закуски, салаты, бутерброды, заливные блюда, свежие овощи и фрукты – на шведском столе.

Холостой прогон (empty run). См. *Порожний рейс*.

Хостел (hostel), неформальная классификация средства размещения, представляющего собой недорогую гостиницу или общежитие категории 1 или 2 звезды, имеющего номера, рассчитанные, как правило, на 4-6 спальных места, коридорную систему, общие туалеты, душевые, прачечные, кухни, комнаты отдыха на каждом этаже.

Хостесса (hostess), служащая некоторых предприятий обслуживания: кафе, автобусных экскурсионных компаний, международных выставок и т.п., которая выступает в роли хозяйки, оказывая посетителям знаки внимания и гостеприимства и помогая им получить необходимое обслуживание, информацию. В роли Х. обычно выступают молодые женщины, владеющие иностранным языком, располагающие необходимой туристской информацией и обученные хорошим манерам поведения.

Храм (temple, church), религиозное архитектурное сооружение, посвящённое Богу и предназначенное для совершения богослужений и религиозных обрядов. Дошедшие до нашего времени Х. исчезнувших религий Древнего Египта, Индии, Китая, Античной Греции и Рима являются объектами культурного наследия, пользуются огромной популярностью у современных туристов и являются объектами туристского показа. Древние и современные буддистские и индуистские храмы также пользуются повышенным вниманием со стороны туристов. Иудейская синагога и мусульманская мечеть храмами не являются, а служат для молитвенных целей. При этом они также являются памятниками религиозной архитектуры и объектами туристского показа.

В христианстве Х. называются только те здания, в которых есть алтарь и совершается литургия, в отличие от часовни. В Православии Х. является особое по архитектуре и посвященное Богу здание (часть здания), в котором с участием священнослужителей собираются верующие для получения благодати Божией через совершаемые таинства и для возношения общих молитв Господу. Х. освящается архиереем или по его благословению – священником. Х. бывают:
- больничные, расположенные в лечебном учреждении или на его территории;
- домовые, занимающие помещение, которое является частью какого-либо здания или связанные с ним переходом;
- кафедральные (соборные), являющиеся главными Х. епархии, где находится кафедра епархиального архиерея;
- кладбищенские, находящиеся на кладбище (погосте);
- крестильные, основное предназначение которых – совершение таинства Крещения, Миропомазания и чина воцерковления крещённых;
- крестовые, находящиеся в рабочей резиденции или покоях Патриарха либо архиерея;
- надвратные, расположенные над воротами, как правило, ведущими в монастырь;
- приписные, которые приписаны к другим Х., являются их «филиалом»;
- приходские, при которых имеются миряне (прихожане) и клир, составляющие общину православных христиан, т.е. приход;
- ставропигиальные, находящиеся в ведении Предстоятеля Церкви или Священного Синода;
- трапезные, устроенные в помещении для трапезы;
- тюремные, расположенные на территории пенитенциарных учреждений;
- храмы-памятники, сооруженные в память о знаменательном событии из жизни Церкви или народа;
- храмы-усыпальницы, которые служат местом погребения членов одного рода или династии.
Кроме того, в зависимости от места расположения существуют: монастырские, подземные, пещерные, катакомбные, вокзальные, аэропортные и другие Х. Также Х. устраивают с миссионерской целью в транспортных средствах – в железнодорожном вагоне, грузовом автомобиле, на корабле и т.д.

Художественная галерея (art gallery), выставочное пространство, в котором собраны и экспонируются произведения живописи, прикладного искусства и скульптуры на постоянной или временной основе. В некоторых странах Х.г. называются «художественный музей». Х.г. являются объектами туристского показа и пользуются повышенным вниманием со стороны туристов. См. *Художественный музей*.

Художественные народные промыслы (artistic folk crafts). См. *Народные промыслы*.

Художественный музей (art museum), просветительское и научно-исследовательское учреждение искусствоведческого профиля. Х.м. осуществляют: комплектование, экспонирование, хранение, изучение, популяризацию и представление произведений изобразительного и декоративно-прикладного искусства, объектов скульптуры, архитектуры, археологии, этнографии, истории и т.д. Коллекции Х.м. состоят, как правило, из подлинных произведений искусства, но иногда – из слепков и копий. Х.м. часто являются объектами культурного наследия и пользуются огромным вниманием туристов.

Ц

Царский путь (Royal path), один из древнейших военно-торговых маршрутов в истории человечества, который вел из Египта вдоль линии водораздела на плато на восточном берегу Иордана, через Дамаск в Междуречье и Персию. Царский путь начинался в Египте в Гелиополисе, оттуда шел на восток, через Клисму (современный Суэц), через перевал Митла, египетские форты Нехл и Темед, через пустыню Синай в Эйлат и Акабу к медным рудникам Тимны. Оттуда путь поворачивал на север, поднимаясь на плато к востоку от долины Арава, где его пересекали Дорога специй и Путь благовоний, мимо Петры и Маана к Удруху, Селе и Шобаку (во времена крестоносцев крепость Монреаль). Далее дорога проходила через Керак и земли Эдома и Моава в Мадабу, Рабат-Аммон (современный Амман), Джараш, Бостру, Дамаск и Тадмор, и оканчивалась в Ресафе (около Эр-Ракка) на Евфрате. Основной грузопоток Ц.п. составляли товары, жизненно необходимые для поддержания и развития социально-экономической деятельности. На Север везли зерно, медь, льняные ткани; на Юг – железо, рыбу, шерстяные ткани. Путь оказывал важное влияние на страны и поселения, через которые проходил, – Идумею, Моав, Набатею, города Декаполиса, являясь не только мощным социально-экономическим, но и военно-политическим фактором и путём миграций. Этой дорогой прибыл в Ханаан ветхозаветный патриарх Авраам. Дорога способствовала взаимному социокультурному влиянию и распространению религиозных идей среди народов, проживавших в регионе. При древнеримском императоре Траяне дорога была вымощена и стала называться “Via Nova Traiana” – «Новая Траянова Дорога». Она в то время представляла собой булыжную мостовую шириной в 7 м и являлась одной из самых важных и удобных дорог на всём Ближнем Востоке. Параллельно с этой магистралью была построена разветвлённая система наблюдения с маленькими крепостями, башнями и сигнальными станциями. Главная задача этих сооружений состояла в том, чтобы осуществлять контроль за караванными дорогами и оазисами в пограничной зоне, а также наблюдение за всеми перемещениями по Ц.п.

Цели туристской поездки (purpose of the tourist trip), бывают основными и неосновными. Основными Ц.т.п. являются те, ради которых принимается решение о туристском путешествии, без которых данная поездка не состоялась бы вообще. Туристские поездки по основной цели бывают следующими: служебными, деловыми, религиозными, частными, оздоровительными, образовательными, культурно-познавательными, спортивными, для отдыха и т.д. Неосновные или сопутствующие Ц.т.п. могут быть самыми разнообразными, но они возникают только в связи с программой основного путешествия.

Цена блока мест (price of a block of seats). См. *Тариф групповой*.

Цена в день (price per day), стоимость одного дня туристской поездки на одного туриста или норма командировочных расходов на одного сотрудника в деловой поездке.

Цена гостиничного номера (room rate), стоимость использования

гостиничного номера (места) в течение одних суток.

Цена двухместного номера (double room rate), стоимость использования двухместного номера в сутки вне зависимости от проживания в нём одного или двух туристов.

Цена двухместного размещения (double occupancy rate), стоимость одновременного проживания двух туристов в двухместном гостиничном номере в течение одних суток.

Цена договорная (price is negotiable), денежное выражение стоимости туристских, экскурсионных и других услуг, устанавливаемое по согласованию между производителем и потребителем турпродукта.

Цена на день (price of the day, daily rate), стоимость проживания в средстве размещения, аренды автомобиля, экскурсионной поездки и т.д., действующая на текущий день и только на одни сутки.

Цена комплексная (total price, all-in price), стоимость, включающая все услуги, обозначенные в предложении туристской поездки: размещение, питание, встреча-проводы, сопровождение, культурная программа и т.д.

Цена конкурентоспособная (competitive price), стоимость, позволяющая продавать туристские услуги и товары в запланированном количестве и ассортименте, в условиях других конкурирующих предложений.

Цена одноместного размещения (single occupancy rate), стоимость проживания одного туриста в одноместном или двухместном гостиничном номере в течение одних суток.

Цена туристской поездки (tour price), представляет собой стоимость, включающую все услуги, предусмотренные программой туристского путешествия: транспорт, размещение, питание, встречи-проводы, культурная программа и др. Ц.т.п. зависит от сезона и класса обслуживания.

Цена сниженная (receded rate), стоимость туристской услуги, установленная на более низком уровне, чем её обычная розничная цена. Снижение цены происходит путём применения различных скидок с целью стимулирования спроса на туристские услуги со стороны потребителей.

Цена усреднённая (flat rate), одинаковая стоимость на гостиничные или другие услуги, установленная на среднем уровне и применяющаяся при продаже большого объёма услуг на длительный период. При продаже большого блока мест в гостинице на весь год используется Ц.у., которая не меняется в течение договорного периода.

Ценовой диапазон (price range), ряд цен, которые предлагаются на туристском рынке отдельным туроператором и/или несколькими конкурирующими турфирмами, колеблющимися от минимальных до максимальных значений, на сопоставимые туристские услуги.

Ценовой период (price period), часть времени года, в течение которого все тарифы на туристские услуги в конкретном месте (дестинации) остаются неизменными. Как правило, Ц.п. совпадает с туристскими сезонами. См. *Сезон туристский*.

Ценности культурные (cultural values). См. *Культурные ценности*.

Ценообразование в туризме (pricing in tourism), представляет собой процесс установления цен на туристские продукты или услуги. Ц.т. имеет следующие особенности:
- цены на туристский продукт не должны вызывать отрицательных эмоций у потенциальных туристов;
- спрос и цены на туристские услуги носят ярко выраженный сезонный характер;
- туристские услуги должны соответствовать международным требованиям;
- цены на туристские продукты зависят от разнообразия культурной программы, наличия в ней объектов культурного и природного наследия, эксклюзивных и интересных мероприятий.
Ц.т. определяется стоимостью отдельных туристских услуг и потребительским спросом на них, что, в свою очередь, зависит от ряда факторов: класса обслуживания, вида транспорта, формы обслуживания (индивидуальной или групповой), конъюнктуры туристского рынка, сезонности, эффективности рекламных мероприятий и т.д.

Центр города (city centre), срединная часть современного города с широкими площадями и проспектами, в которой расположены: государственные, административные, деловые, общественные и социокультурные учреждения и организации, а также престижные гостиницы, рестораны, концертные залы и т.д. В Ц.г. могут находиться исторические районы, в которых располагаются объекты культурного наследия и туристская инфраструктура.

Центр детско-юношеского туризма и краеведения (center of youth tourism and local history), государственные учреждения дополнительного образования на федеральном или региональном уровнях. Они призваны участвовать в осуществлении полномочий органов государственной власти в области воспитания и образования детей и в рамках этого:
- являются опорными образовательными учреждениями туристско-краеведческой направленности, осуществляющими сетевое взаимодействие муниципальных, региональных и федеральных образовательных учреждений в системе воспитания и дополнительного образования детей;
- обеспечивают участие детей, проживающих в субъектах РФ, в мероприятиях федерального и международного уровня;
- реализуют функции организационно-методических центров для образовательных учреждений всех типов и видов субъектов РФ туристско-краеведческой направленности;
- осуществляют программно-методическое обеспечение муниципальных учреждений дополнительного образования детей;
- организуют работу по переподготовке и повышению квалификации педагогических кадров с учётом специфики их деятельности;
- проводят экспериментальную работу;
- организуют работу с одарёнными детьми от муниципального до федерального и международного уровней, участвуют в формировании молодёжной политики, способствуют развитию «замещающей педагогики» в деятельности по предупреждению негативных социальных явлений в детской и молодёжной среде.
Статус Ц.д.-ю.т.к. может иметь государственное учреждение дополнительного образования детей, имеющее образовательные программы не менее четырёх направленностей, например:
- туристско-краеведческую;
- эколого-биологическую;

- военно-патриотическую;
- физкультурно-спортивную;
- культурологическую;
- естественнонаучную.

Центр здоровья (health center). См. *Оздоровительный центр. Велнесс. СПА-индустрия.*

Центр паломничества (pilgrim's centre), 1. местность, район, город, где находятся православные святыни, которые регулярно посещают паломники; 2. церковная структура, которая занимается организацией паломнической деятельности в рамках прихода, монастыря, благочиния, епархии и митрополии. См. *Паломническая служба.*

Центр торговый (superstore, shopping centre). 1. Крупный многопрофильный магазин, расположенный в оживлённом месте, реализующий продовольственные, промышленные товары и услуги по ценам, как правило, ниже, чем в обычных городских магазинах. 2. Место в городе, где находится большая часть торговых предприятий: магазинов, универсамов, гастрономов и рынков, привлекающих к себе внимание местных жителей и иностранных туристов. См. *Торгово-развлекательный центр.*

Центр туризма (tourism's centre), 1. информационно-справочная служба (городская или муниципальная), где турист может получить справку по любому вопросу о местном регионе; в состав этой службы могут входить: транспортные кассы, сувенирные магазины, кафе, банковские автоматы и т.д. 2. Ц.т. могут представлять собой организационно-методические службы по организации туристских, спортивных, молодёжных и других видов направлений, на базе которых может проводиться клубная деятельность. См. *Туристский информационный центр.*

Центр туристский (tourist centre), какая-либо местность, район, город, обладающий известными объектами культурного и природного наследия, имеющий хорошо развитую туристскую материально-техническую базу и инфраструктуру, а также регулярно посещаемый большим числом туристов.

Центральный совет по туризму и экскурсиям – ЦСТЭ (Central Council for tourism and excursions – CSTE), крупнейшая советская профсоюзная туристская организация, созданная Всероссийским центральным советом профессиональных союзов (ВЦСПС). ЦСТЭ ВЦСПС, ведущий свою историю с 1936 г., располагал собственными базами отдыха и гостиницами для работников министерств и крупных предприятий, организовывал приём профсоюзных иностранных туристских групп и делегаций. Данное учреждение советских профсоюзов организовывало туристско-экскурсионные путешествия по территории СССР для всех групп населения, направляло развитие самодеятельного туризма, вело обмен с зарубежными профсоюзными организациями, осуществляло руководство республиканскими, краевыми и областными советами по туризму и экскурсиям. ЦСТЭ была в 1960-1980 гг. одной из крупнейших туристских организаций в мире, обслуживающей около 26 млн. туристов и около 130 млн. экскурсантов в год. Для организации выездного туризма за границу ЦСТЭ пользовался услугами «Интуриста», выступавшего в роли посредника и продававшего свои путёвки через местные туристские управления тем, кто хотел поехать

в зарубежную поездку. Функции и полномочия ЦСТЭ перешли с 1993 г. в ведение Комитета по туризму Российской Федерации. Правопреемником ЦСТЭ стало ОАО «Центральный совет по туризму и отдыху», которое к 2016 г. превратилось в крупный холдинг в сфере отечественного туризма с гостиничными и санаторно-курортными предприятиями в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и Ставропольском крае.

Цены дифференцированные (differential prices), различные по своей величине цены на одну и ту же туристскую услугу или товар, устанавливаемые в различные периоды года или при особых условиях продажи.

Цены конца недели (weekend rates), стоимость гостиничных услуг, которые устанавливаются средствами размещения в последние дни недели (пятница, суббота, воскресенье). В целях стимулирования спроса на гостиничные услуги в эти дни гостиницы часто идут на значительное снижение своих цен.

Цепочка (идти цепочкой) (in single file), следование туристов по маршруту друг за другом, гуськом.

Цепочка гостиничная (hotel chain), объединение нескольких средств размещения, принадлежащих одному владельцу, имеющих общее управление, выступающих под одним фирменным знаком, соблюдающих единые стандарты обслуживания и осуществляющих высокий уровень подготовки кадров. Ц.г. бывают: корпоративные, национальные и транснациональные. В современных условиях Ц.г. занимают лидирующее положение в развитии гостиничной индустрии.

Цепочка ресторанная (restaurant chain), объединение нескольких предприятий общественного питания, принадлежащих одному владельцу, имеющих общее управление, выступающих под одним фирменным знаком, соблюдающих единые стандарты обслуживания и осуществляющих высокий уровень подготовки кадров.

Цепочка ценностей (value chain), в системе туризма включает все виды деятельности, вносящие вклад в создание потребительской ценности туристского продукта. Ц.ц. включает в свой состав: потребление услуг туристских компаний, транспорта, размещения, питания, развлечений, что приводит к удовлетворению запросов туриста.

Ценность туристского продукта (value of the tourism product), субъективная оценка потребителем положительных и отрицательных факторов турпродукта, которая обуславливает его потребительский выбор.

Церковь (church). 1. Христианская религиозная организация, объединённая единством догматов и обрядов, например, Русская Православная Церковь, Римско-Католическая Церковь, Иерусалимская Православная Церковь и т.д. Слово «Церковь» в значении религиозной организации пишется с прописной буквы, т.е. с большой. 2. Название христианского архитектурного здания, имеющего алтарь и помещение для богослужения и являющегося местом собрания христиан для общественной молитвы, синоним слова «храм». Слово «церковь» в значении храма пишется со строчной буквы, т.е. с маленькой. Во многих Ц. расположены христианские святыни, поэтому к ним устремляются для поклонения

многочисленные паломники. Древние Ц., представляющие собой объекты культурного наследия, привлекают к себе внимание туристов. См. *Храм*.

Цикл экскурсий (tour cycle). См. *Экскурсионный цикл*.

Цирк (circus), 1. вид искусства, по законам которого строится развлекательное представление; 2. специальное здание, как правило, круглой формы для проведения цирковых представлений, оснащённое ареной (манежем) и рядами для зрителей, расположенными амфитеатром по кругу. Посещение Ц. обычно входит во многие туристские программы.

Циркумполярный туризм (circumpolar tourism), путешествия с туристскими целями в полярные регионы Земли, которые осуществляются на самолётах или морских судах, по кругу по отношению к Северному или Южному полюсам Земли. См. *Полярный туризм*.

Цокольный этаж (ground floor). См. *Нулевой этаж*.

ЦСТЭ (CSTE). См. *Центральный совет по туризму и экскурсиям – ЦСТЭ*.

Ч

Чаевые (tip), денежное вознаграждение, которое платит клиент по своему усмотрению, сверх установленной цены за услугу. Обычно чаевые даются горничным, официантам, портье, таксистам и т.д. Иногда чаевые включаются в счёт, что в этом случае обязательно отражается в ресторанном меню или в счёте гостиницы; эти суммы предназначены для стимулирования работы обслуживающего персонала.

Чайный путь (Tea road). См. *Великий чайный путь*.

Чайхана (chaikhana), предприятие общественного питания, в котором не продаются алкогольные напитки. Ч. широко распространены в странах Средней Азии, Иране и других исламских государствах. Ч. пользуется успехом у туристов, посещающих страны, где Ч. является традиционным местом питания и времяпровождения у местных жителей.

Чартер (charter), договор между владельцами транспортного средства (теплохода, самолёта, автобуса и т.п.) и фрахтователем (нанимателем) на аренду всего транспортного средства или его части на определённый рейс или срок.

Чартерный рейс (charter flight). См. *Рейс чартерный*.

Час расчётный (въездной, выездной) (check-in-time, check-out-time), время, установленное в средстве размещения, с которого начинается отсчёт количества оплачиваемых дней проживания туриста. В большинстве случаев расчётным часом в гостинице служат 12.00 часов пополудни, в день отъезда турист обязан к этому часу освободить занимаемый номер. Ч.р. не является временем, к которому гостиница готова к приёму новых посетителей, т.к. в пик сезона, как правило, нет свободных номеров, поэтому в освободившихся к 12.00 часам номерах необходимо провести уборку. См. *Время заезда. Время (выезда) освобождения номера*.

Часовня (chapel), небольших размеров церковь; в отличие от храма в Ч. не совершается литургия и поэтому в них отсутствует алтарь. Ч. может служить надгробным памятником или обозначать место расположения престола в подземном храме. Ч. строились и на местах, ознаменованных какой-либо чудодейственной милостью Божией, или в память о важнейших событиях из жизни Церкви и народа. Ч. предназначены, главным образом, для совершения в них молебнов и богослужений суточного круга, в т.ч. и часов, чем обусловлено само наименование Ч. См. *Храм*.

Частичная аннуляция (partial cancellation), отмена части туристских, гостиничных или транспортных услуг, забронированных по одной заявке, возникающая в случае неполной продажи заказанных мест для туристской группы.

Часовой пояс (time zone), имеет два основных значения: 1. географический часовой пояс – условная полоса на земной поверхности шириной ровно 15° (± 7,5° относительно среднего меридиана, которым считается Гринвичский меридиан); 2. административный часовой пояс – участок земной поверхности, на котором в соответствии с законами и традициями разных стран установлено

определённое официальное время. Туристы, путешествующие на дальние расстояния, должны учитывать разницу во времени, обусловленную различными Ч.п.

Часы работы (opening hours), установленные ограниченные периоды работы государственных учреждений, сервисных служб, торговых заведений и др. организаций, не связанных с круглосуточным обслуживанием путешествующих туристов.

Чек (check). См. *Квитанция об оплате*.

Чек дорожный (traveller's cheque), специальный документ, продаваемый банком туристу как средство гарантированного платежа при покупке иностранной валюты или при расчётах за туристские услуги и товары взамен наличных денег. Выпуск Ч.д. имеет целью обезопасить туриста на случай возможной утери или кражи наличных денег. Ч.д. признаётся действительным только после того, как чекодержатель поставит на нём в присутствии продавца свою вторую подпись.

Челночные перевозки (shuttle services), транспортировка туристов между двумя пунктами в обоих направлениях на регулярно чередующихся по графику рейсах на одном виде транспорта: автобусе, поезде, катере, вертолёте и т.д. Ч.п. организуются, как правило, между аэропортом и центром города, спортивным стадионом и станциями метро, морским портом и железнодорожным вокзалом.

Челночный автобус (bus shuttle), автобус, который совершает регулярные челночные перевозки пассажиров между двумя пунктами в оба конца – например, между вокзалом и центром города, гостиницей и пляжем.

Человек с ограниченными физическими возможностями (invalid, disabled), инвалид, имеющий нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты. См. *Туризм для инвалидов*.

Чемодан (suitcase), короб, баул прямоугольной формы, используемый для хранения и транспортировки вещей. Ч. оснащён откидной крышкой и ручкой для переноски, а также колёсиками для перевозки. Ч. изготавливается преимущественно из натуральной или искусственной кожи, древесины, фибры или синтетических материалов. Ч. наиболее распространённый вид багажа туристов, в котором они хранят свои вещи во время путешествий.

Чествование туристов (celebration tourists), приём по случаю прибытия или отъезда группы туристов в гостиницу, на корабль, в туристский центр, санаторий и т.д.

Четырёхместная каюта (quadruple cabin), жилое помещение на судне, предназначенное для размещения четырёх человек, как правило, незнакомых друг с другом. Места в Ч.к. обычно самые дешёвые на морских кораблях.

Четырёхместный номер (quadruple room), комната в средстве размещения, в которой расположены четыре спальных места (кровати), рассчитанная для проживания четырёх туристов. Как правило, Ч.н. устраиваются в хостелах, общежитиях, приютах, странноприимных домах и паломнических гостиницах.

Ш

Шале (mountain hut, chalet), неформальная классификация средства размещения, представляющего собой дачу, небольшой загородный дом, сельский домик в горной местности, часто используемый для размещения пешеходных туристов – индивидуалов или небольших групп.

Шанхайская организация сотрудничества – ШОС (Shanghai cooperation organization – SCO), международная организация, которая была основана в 2001 г. и в настоящее время объединяет: Россию, Китай, Казахстан, Узбекистан, Киргизию, Таджикистан, Индию, Иран, Пакистан, Монголию, Афганистан, Белоруссию, Турцию и Шри-Ланку. Руководители организации считают, что туризм является приоритетным направлением в деловом сотрудничестве государств – членов ШОС. 24 июня 2017 г. на саммите ШОС в Ташкенте главы государств подписали программу экономического коридора, один из пунктов которой – развитие бренда «Великий чайный путь»; маршрут этого пути пройдет через территорию России, Монголии и Китая. Его основная задача состоит не только в организации торговых программ и проектов, но и в развитии туризма посредством всестороннего освоения международного трансконтинентального маршрута.

Шарабан (char-a-banc), гужевое средство передвижения, представляющее собой открытый четырёхколёсный экипаж с поперечными сидениями в несколько рядов, запряжённый двумя и более лошадьми. Ш. называется также «одноконный двухколёсный экипаж».

Шведский стол (buffet breakfast), форма организации питания в гостинице, ресторане или во время какого-либо мероприятия, когда на большом столе раскладывают холодные и горячие блюда: овощные, мясные, рыбные и т.д., а также – напитки, которые посетители могут выбирать для себя в необходимом ассортименте и количестве. За пользование блюдами Ш.с. устанавливается фиксированная оплата.

Швейцар (doorman), сотрудник гостиницы, ресторана, клуба и т.д., как правило, одетый в специальную форму, дежурящий у входа в здание и оказывающий услуги прибывающим или убывающим гостям, а также следящий за порядком при входе в заведение.

Шенгенская виза (Schengen visa). См. *Виза Шенгенская*.

Шеф-повар (chef), главный повар ресторана, кафе, столовой, составляющий меню предприятия общественного питания, контролирующий закупки кухонного оборудования и продовольственных товаров, организующий приготовление пищи и отвечающий за её качество.

Шеф службы посыльных (bell captain, concierge), сотрудник гостиницы, как правило, старший консьерж, который организует и контролирует работу посыльных и носильщиков.

Школьный туризм (school travel), подвид культурно-познавательного и образовательного туризма, представляющий собой туристские путешествия школьников старших классов в периоды летних и зимних каникул

с познавательными и образовательными целями. Проводится на групповой основе под руководством преподавателей. В Ш.т. особое внимание уделяется экскурсионным программам, которые включают большое количество посещений объектов культурного и природного наследия.

Шопинг (shopping), посещение туристами магазинов с целью приобретения промышленных товаров, антиквариата, ювелирных украшений, художественных изделий, сувениров, подарков и т.д., в том числе характерных для данной страны потребительских товаров. Для посещения магазинов в туристских программах обычно отводится свободное время. Многие туристские фирмы для удобства своих клиентов организуют их доставку в торговый центр на автотранспорте.

Шопинг-туризм (shopping tourism), подвид бизнес-туризма, представляющий собой поездки за рубеж и в другие регионы страны за покупками не только с целью их самостоятельного непосредственного использования, но и для перепродажи. Ш.-т. получил широкое распространение в мире и России в последние три десятилетия. Ш.-т. может сочетаться с любыми другими видами путешествий, не являясь основным по мотивации, а дополняя познавательные туры в экзотические страны (например, специальные поездки в магазины и на восточные базары).

Шоу (show). См. *Эстрадный концерт*.

Штат служащих (staff). См. *Персонал в туризме*.

Штраф (штрафные санкции, наказание, порицание) (fine, penalty), денежное взыскание в наказание за какую-либо провинность (нарушение правил дорожного движения); вид неустойки.

Штюрмер Юрий Александрович (1930-2003), советский и российский путешественник, спортсмен, мастер спорта СССР по спортивному туризму, автор книг и пособий по туризму. Организатор работы по развитию туризма в стране. В 1949 г. начал заниматься туризмом, работал старшим инструктором в Московском городском клубе туристов на Рабочей улице. В 1962 г. работал в Центральном совете по туризму, где был старшим инструктором-методистом, заведующим отделом, начальником управления, а также курировал Центральную секцию массовых видов туризма — горного, пешего, лыжного и др. Ш. был руководителем первых самодеятельных походов на Восточном Кавказе, Центральном Тянь-Шане (район ледников Семёнова, Мушкетова, Баянкол), а также на Западном Кавказе, в Крыму, Карпатах, на Кольском полуострове, на Южном, Северном и Приполярном Урале, а также на Алтае, Кодаре и Удокане в Саянах, на Камчатке и в Якутии. Устраивал путешествия в горах, а также пешком и на лыжах, байдарках и плотах. На Кольский полуостров, Кавказ, Алтай Ш. совершал путешествия по несколько раз. Был участником экспедиций Центрального совета по туризму и экскурсиям ВЦСПС по исследованию, изучению и разработке туристских маршрутов. Автор 20 методических и учебных пособий и книг по различным вопросам спортивного и планового туризма.

Соч.: По Архангельской области. М., 1967. – 104 с.; Кодар, Чара, Удокан: Северное Забайкалье. М., 1969. – 112 с.; Охрана природы и туризм. М., 1974. – 104 с.; Туристу – об охране природы. М., 1975. – 104 с.; Опасности в туризме, мнимые и действительные. 2-е изд., перераб. и доп. М., 1983. – 144 с.; Краткий справочник туриста // Авт.-сост. Ю.А. Штюрмер. 3-е изд. с изм. и доп. М., 1985. – 272 с.

Шхуна (schooner), тип парусного судна, имеющего не менее двух мачт и косые паруса на всех мачтах. По типу парусного снаряжения Ш. делятся на: гафельные, бермудские, стаксельные, марсельные и брамсельные. Путешествия и катания на Ш. являются излюбленным видом отдыха для туристов – жителей приморских регионов и стран.

Э

Эвент-менеджер (event manager), специалист, занимающийся организацией различных событий и мероприятий, в том числе на выезде. Это могут быть: официальные мероприятия, общественные, частные и корпоративные праздники, годовщины событий и юбилеи, деловые конгрессы, в том числе специальные акции, направленные на продвижение товаров и услуг. Как правило, Э.-м. функционируют в специализированных агентствах, но есть специалисты, работающие индивидуально. Некоторые компании, чтобы не обращаться к посредникам, берут в штат сотрудника, организующего различные мероприятия. Э.-м. должен уметь составить сценарий мероприятия, согласовать его с заказчиком, пригласить необходимых исполнителей и организовать их выступления. Он также должен уметь оформить помещения или привлечь к этому специалистов.

Эвент-менеджмент (event management), организация и проведение массовых мероприятий – услуга, которая становится всё более востребованной в туристской сфере. Э.-м. осуществляет, как правило, эвент-менеджер, который организует подготовку и управление мероприятиями:
- конгрессами,
- выставками,
- конференциями,
- форумами,
- фестивалями,
- праздниками,
- мастер-классами,
- брифингами,
- пресс-конференциями,
- семинарами,
- приёмами,
- деловыми встречами и т.д.

Эвент-туризм (event tourism). См. *Событийный туризм.*

Эзотерический туризм (esoteric tourism), подвид религиозного туризма, представляющий собой туристские путешествия с целью посещения мест, связанных с таинственными явлениями и традициями мистических учений. В этих местах туристы – как правило, последователи эзотерических учений – наблюдают или участвуют в совершении мистических ритуалов и психо-духовных практиках. Также туристы активно посещают места, связанные с жизнью и смертью известных в мире эзотерики личностей: Ф. Парацельса, М. Нострадамуса, А. Калиостро, Е.П. Блаватской, А Безант, Р. Штайнера, Н.К. и Е.И. Рерихов, Г.И. Гурджиева, К. Кастанеды и др.

Экзотический туризм (exotic tourism), подвид культурно-познавательного, природного и событийного туризма, представляющий собой туристские путешествия в необычные и непривычные для туристов места, в том числе для участия или наблюдения за редкими и эксклюзивными событиями или мероприятиями. Э.т. во многом похож на приключенческий туризм. Экзотика в представлении туристов разных континентов, регионов и стран весьма различна: так, для жителей Африки посещение Северной Европы является экзотическим путешествием, а для жителей Северной Европы поездка Африку, в свою очередь, представляет собой эксклюзивное событие.

Экипаж (команда) (crew), личный состав корабля, самолёта, поезда

(бригада) и других транспортных средств.

Экипаж конный (horse carriage). См. *Карета*.

Экипировка (equipment). См. *Снаряжение туристское*.

Экологическая безопасность в туризме (environmental safety in touism), система мер, направленная на то, чтобы не допустить причинения вреда или необратимых изменений окружающей природной среды во время осуществления туристских путешествий и деятельности в сфере туризма. Повышенная концентрация объектов туристской инфраструктуры на определённой территории, недопустимый объём эксплуатации природных ресурсов, неправильное размещение туристских объектов, превышение антропогенной нагрузки на объекты природного наследия и другие факторы деятельности в сфере туризма оказывают отрицательное воздействие на окружающую среду. Воздействие туризма на окружающую природную среду зависит от масштабов и типа туристской деятельности в конкретной местности. Отдельный турист оказывает обычно незначительное влияние на природную среду, однако проблемы появляются при значительном увеличении числа туристов или при изменении степени использования природных ресурсов в определённом регионе. Для решения проблем Э.б.т. необходимо осуществление следующих мер:
- сохранение окружающей природной среды должно сознаваться каждым туристом, для этого вопросы туристского и экологического просвещения должны войти в систему образования и воспитания в учебных заведениях, а также широко освещаться в СМИ;
- создание эффективных мер государственной поддержки развития мягкого, экологического и природного туризма;
- развитие экологического сознания местного населения, бизнесменов и организаторов туризма, государственных чиновников, которые должны быть вовлечены в процессы сохранения окружающей природной среды и природного наследия.
См. *Работа природоохранная в туризме*.

Экологическая тропа (ecological path), путь передвижения туристов или туристских групп через природные территории и объекты, имеющие природоохранную, культурную и историческую ценность. Как правило, в путешествиях по Э.т. группы сопровождают инструкторы, гиды или экскурсоводы, предоставляющие туристам информацию о природных территориях и объектах, которая, кроме познавательной ценности, формирует экологическое мышление и мировоззрение. См. *Тропа туристская*.

Экологический отель (ecological hotel), неформальная классификация средства размещения, расположенного в парковой, лесной или горной зоне, гармонирующего с окружающим ландшафтом, построенного из местных натуральных и безопасных материалов в традиционном для данной местности архитектурном стиле, оснащённого всеми доступными средствами экономии ресурсов и утилизации отходов. В Э.о., как правило, используют экологичные технологии, проводят мероприятия по минимизации влияния жизнедеятельности гостиницы на окружающую среду, экономят электроэнергию и воду.

Экологический туризм (ecological tourism), подвид природного туризма, представляющего собой туристские путешествия с целью посещения объектов природного наследия, естественных и культурных ландшафтов, ознакомления с растительным и животным миром, памятниками природы, включая, познавательную и активную природоохранную деятельность. Понятие «экотуризм» ввёл мексиканский эколог Эктор Себальос-Ласкурайн в первой половине 1980 гг. Отличительные особенности и основные принципы Э.т.:
- побуждает туристов содействовать охране природы и социально-экономическому развитию территорий, на которых осуществляется экологическая туристская деятельность;
- способствует предотвращению отрицательного воздействия на природу;
- основное содержание экологических путешествий – знакомство с природой, местными обычаями и традиционной культурой;
- минимизация негативных последствий экологического и социально-культурного характера, поддержание экологической устойчивости среды;
- экологическое просвещение, образование и воспитание;
- содействие местных жителей развитию Э.т. и получение ими доходов от него, что способствует их вовлечению в охрану природы.
См. *Природный туризм*.

Экономика туризма (tourist economics). 1. Отрасль науки о туризме, изучающая экономические отношения в процессе производства, распределения, обмена и потребления туристских продуктов, услуг и товаров, удовлетворяющих потребности туристов, а также основные закономерности развития туристской индустрии. Э.т. представляет собой разветвлённую систему с многочисленными связями как между разными отраслями в рамках экономики отдельной страны, так и с другими государствами и в целом – с мировой экономикой. 2. Учебная дисциплина в высших учебных заведениях, рассматривающая туризм как экономическую деятельность и отдельную отрасль экономики страны, экономическую сущность туристской услуги, формирование и развитие национального туристского рынка, системы управления туристскими предприятиями и т.д.

Экономика туристских предприятий (economy of tourist enterprises), финансово-экономическая деятельность, обеспечивающая безубыточное существование и развитие туристских фирм. Э.т.п. представляет собой совокупность факторов производства, материальных и нематериальных активов, доходов, полученных в результате реализации туристских продуктов и оказания различных услуг населению.

Экономически активное население (economically active population), работающее население, занятое производством товаров и созданием услуг в течение определённого учётного периода. Этот экономический термин применяется, в том числе, в системе национальных счетов и статистике туризма.

Экономический класс (economy class), уровень обслуживания на авиационном транспорте, представляющий самую дешёвую категорию обслуживания, минимальный уровень качества и количества услуг, оказываемых авиационными компаниями туристам перед полётом, во время его осуществления и после приземления.

Экономический уровень обслуживания (economic level of service), предоставляемый в средствах размещения экономического класса, т.е. ограниченного уровня обслуживания. Они сдают удобные и недорогие номера, отвечающие основным требованиям туристов, но с ограниченным набором дополнительных услуг. Как правило, уровень таких гостиниц бывает не выше 3 звёзд включительно.

Экскурсант (excursionist), временный (однодневный) посетитель местности, населенного пункта или страны, независимо от его гражданства, пола, языка и религии, находящийся в данной местности с целями туризма менее чем 24 часа. К категории Э. относятся:
- пассажиры яхт, паромов и круизных судов;
- участники автобусных и автомобильных маршрутов;
- участники туристских железнодорожных маршрутов.
Э., как правило, не учитываются в статистике туризма.

Экскурсионная деятельность (excursion activity), 1. организация ознакомления туристов и экскурсантов с объектами показа в месте временного пребывания, без предоставления услуг размещения; 2. деятельность юридических и физических лиц, обладающих в установленном порядке правами на организацию посещений туристами и экскурсантами туристских ресурсов в стране или регионе временного пребывания и их реализацию, а также иная деятельность, которая не включает ночёвок экскурсанта в месте нахождения и охватывает период, продолжительность которого предварительно объявлена потребителям.

Экскурсионная методика (excursion method), представляет собой совокупность требований и правил, предъявляемых к экскурсии и экскурсоводу, а также сумму методических приёмов подготовки и проведения экскурсий разных видов, на различные темы и для различных групп туристов. Основой Э.м. служат два понятия: показ и рассказ, которые являются одновременно названиями двух главных элементов экскурсии и двух разделов методики подготовки и проведения экскурсий.

Экскурсионная программа (excursion scheme), план экскурсионных мероприятий, учитывающий цели туристов или экскурсантов и выполняемый в определённой последовательности, исходя из программы туристской поездки или условий договора с заказчиком данной программы. В Э.п. указывается информация о тематике экскурсий, датах проведения, времени и месте отправления и их продолжительности. В Э.п. обычно указывается, каким образом проводится экскурсия – на транспорте или пешим ходом.

Экскурсионное бюро (excursion office), юридическое или физическое лицо, предоставляющее услуги по проведению экскурсий для туристов и экскурсантов и имеющее оборудованный офис или павильон. Сотрудники Э.б. выполняют работу по созданию, планированию, продвижению и реализации экскурсионных программ; Э.б. также подбирают экскурсоводов, гидов и сопровождающих туристских групп и осуществляют их подготовку.

Экскурсионное обслуживание (excursion service), деятельность по организации и проведению экскурсий, целью которой является ознакомле-

ние туристов и экскурсантов с объектами показа без предоставления услуг размещения (ночлега). Э.о. является неотъемлемой частью комплексного обслуживания туристов, может включать в свою программу услуги по предоставлению транспорта и питания.

Экскурсионный тариф (excursion rate). См. *Тариф экскурсионный.*

Экскурсионный тур (sightseeing tour), туристская поездка с экскурсионной целью, в ходе которой экскурсанты посещают и осматривают объекты культурного и природного наследия, музеи, заповедники и т.д. Э.т., как правило, носят культурно-познавательный или образовательный характер.

Экскурсионный цикл (excursion cycle), серия заранее объявленных и взаимоувязанных тематических экскурсий, запись на участие в которых проводится заблаговременно.

Экскурсия (excursion), коллективное посещение туристами и экскурсантами объектов культурного и природного наследия, достопримечательностей, музеев и т.д., сопровождаемое показом и рассказом экскурсовода. Э. считаются кратковременные поездки или прогулки с познавательными, образовательными, развлекательными, спортивными и другими целями, в сопровождении экскурсовода, без ночёвки и получения заработка в посещаемом месте.

Экскурсия береговая (shore excursion), экскурсия, организуемая для участников морского или речного круизного путешествия с целью их ознакомления с объектами туристского показа во время стоянки судна в порту захода. Ввиду кратковременности стоянки круизного корабля Э.б. обычно не продолжительны по времени и проводятся, как правило, на групповой основе в автобусах.

Экскурсия в сопровождении гида (guided excursion, conducted excursion), экскурсия на объект туристского интереса в сопровождении гида-переводчика, который дает квалифицированный рассказ о посещаемом объекте или переводит рассказ экскурсовода, которого предоставляет администрация музея, выставки и т.д.

Экскурсия внутренняя (visit, internal tour), экскурсия, состоящая из посещения туристами и внутреннего осмотра объекта туристского интереса: музея, картинной галереи, выставки и т.д.

Экскурсия дополнительная (additional tour), экскурсия, которая не включена в стоимость туристкой путёвки и продаётся за дополнительную плату. Э.д. не включены в основную туристскую программу и представляются участникам туристского путешествия по их желанию, в свободное время.

Экскурсия на полдня (half-day tour), экскурсия для туристов, которая начинается либо утром и заканчивается в середине дня, как правило, к обеду, либо проводится во второй половине дня и заканчивается вечером, ближе к ужину.

Экскурсия полного дня (full day sightseeing, day tour), экскурсия для туристов, которая по времени начинается после завтрака и заканчивается к ужину. Обычно Э.п.д. состоят из загородных поездок к далеко расположенным объектам туристского показа.

Экскурсия обзорная (sighteeing tour), экскурсия, совершаемая на автотранспорте или пешим ходом, состоящая из внешнего осмотра города, сельского поселения, парка или какой-либо заповедной территории, включающая одно или несколько объектов туристского интереса.

Экскурсия обзорная по городу (city tour), экскурсия, совершаемая по городу на заказном или общественном автотранспорте в сопровождении гида с целью ознакомления с его главными достопримечательностями. Э.о.г. обычно состоит из внешнего осмотра исторических и архитектурных памятников, а также сооружений инфраструктуры, главных магистралей, мостов, площадей, парков, скверов и других привлекательных мест. В крупных городах такие экскурсии могут иметь несколько вариантов: экскурсия по исторической или современной части города, по вечернему городу и т.д.

Экскурсия с русскоговорящим гидом (excursion with russian speaking guide), экскурсия на объект туристского интереса в сопровождении русскоговорящего гида-переводчика, который дает квалифицированный рассказ о посещаемом объекте на русском языке.

Экскурсия факультативная (optional excursion). См. *Экскурсия дополнительная.*

Экскурсоведение (excursion study). 1. Отрасль науки о туризме, изучающая теорию, методологию и методику экскурсионной деятельности, историю экскурсионного дела и обобщающую практику деятельности туристско-экскурсионных учреждений, функции, выполняемые экскурсией. 2. Учебная дисциплина в высших и средних специальных образовательных заведениях, которая представляет учащимся:
- функции экскурсии, её основные признаки и аспекты;
- особенности показа и рассказа;
- экскурсионный метод;
- классификацию экскурсий;
- дифференцированный подход к экскурсионному обслуживанию;
- методологию и методику экскурсионной деятельности;
- элементы экскурсионной педагогики и логики;
- основы профессионального мастерства экскурсовода.

Экскурсовод (guide), профессионально подготовленный специалист, ведущий экскурсию для туристов и предоставляющий им необходимую информацию об объекте показа. Э. должен иметь специальный документ, подтверждающий его квалификацию. Э., как правило, является сотрудником экскурсионного бюро, туристской фирмы, музея, выставочного зала и т.д.

Экспедиционное судно (expedition vessel), научно-исследовательский корабль, научные сотрудники и команда которого проводят различные научные исследования. Э.с. часто используются для туристских путешествий или перевозки туристов, как правило, в одном направлении.

Экспедиция туристская (tourist expedition). 1. Поход (или несколько походов с взаимоувязанными маршрутами), выполняемый с целью изучения и освоения перспективных туристских районов, разработки новых маршрутов, уточнения классификации существующих туристских маршрутов и их отдельных элементов (в т.ч. препятствий), сбора информации и разработки рекомен-

даций по природоохранной деятельности, испытания новых видов туристского снаряжения, разработки мер безопасности и т.д. Как правило, Э.т. комплектуется в составе не более 12 человек. Её участниками обычно являются члены местных туристских клубов. 2. Мероприятия краеведческого, поискового, образовательного и воспитательного характера, которые, как правило, включаются в качестве обязательного компонента в программу Э.т.

Эксперт по туризму (tourism expert), специалист в сфере туризма, приглашаемый или нанимаемый за вознаграждение для выдачи квалифицированного заключения, или экспертной оценки, или суждения по какой-либо туристской проблеме, рассматриваемой или решаемой государственными органами, регулирующими вопросы туризма. Э.т. приглашаются для составления государственных программ развития туризма в каких-либо регионах и странах. Э.т. также привлекаются для решения различных проблем, возникающих в туристских фирмах, гостиничных предприятиях и других организациях сферы туризма.

Экспозиция туристская (tourist exposition), представление различных изобразительных материалов: цветных фотографий, макетов, изделий народного творчества, путеводителей, фильмов, проспектов и т.д., демонстрирующих туристские достопримечательности и туристскую индустрию страны, региона, туристского центра с целью их рекламы и продвижения.

Экспонат туристский (tourist exhibit), представляет собой выставочный предмет, включаемый в туристскую экспозицию и выставляемый для обозрения посетителями на выставке. Э.т. обычно являются: крупноформатные цветные фотографии, панно, диапозитивы, макеты, плакаты, путеводители, брошюры, изделия народного творчества и т.д.

Экспонент (exhibitor), участник туристской выставки или ярмарки, сотрудник, представляющий туристские услуги и товары на экспозиции своей фирмы.

Экспорт медицинских услуг (export of medical services), предоставление платного лечения на территории какого-нибудь государства иностранным гражданам, приезжающим, как правило, по туристской визе. Э.м.у. увеличивает въездной иностранный туризм во многих странах.

Экспортная пошлина (export duty), денежный сбор, взыскиваемый государством с декларируемых товаров, вывозимых туристом через границу.

Экспресс-тариф (express tariff), повышенный тариф на туристские услуги, который применяется в некоторых случаях туристскими фирмами при продаже услуг по заявкам, поступившим от туристов в более поздние сроки, чем предусмотрено правилами бронирования. Повышение стоимости услуг обуславливается дополнительными расходами, которые несёт туристская фирма в связи с экстренным бронированием.

Экстремальный туризм (tourism extreme), подвид природного и спортивного туризма, представляющий собой туристские путешествия в экстремальных природных условиях, связанных с риском для здоровья туриста и серьёзными физическими нагрузками, требующий смелости и специальных умений. Экстремаль-

ные путешествия туристы совершают: на больших высотах, в открытом океане, на необитаемых территориях, в глубоких пещерах и т.д. См. *Природный туризм*. *Спортивный туризм*.

Экстренная информация (emergency information), незамедлительно передаваемые сведения о штормовых предупреждениях, угрозах теракта, а также информация о фактических и прогнозируемых резких изменениях погоды, ураганах и других катаклизмах, которые могут угрожать жизни или здоровью граждан, в том числе туристов, влиять на проведение туристских поездок.

Электронная подпись (electronic signature), записанная в программе компьютера личная подпись физического лица или руководителя юридического лица, которая используется в соответствии с установленными правилами. Э.п. может использоваться туристскими фирмами при оформлении документов.

Электронная почта (e-mail), современный распространённый способ коммуникации между организациями и людьми, в том числе туристами, когда информация передаётся с помощью Интернета. Э.п. в настоящее время – один из наиболее распространённых способов коммуникации в туристской сфере.

Электронная туристская путёвка (electronic tourist voucher), документ, сформированный на основе договора о реализации туристского продукта туристской фирмой в электронной форме с учетом особенностей, определенных Федеральным законом № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» (понятие введено ФЗ от 02.03.2016 № 49-ФЗ). Туроператоры вносят всю информацию о бронировании и оплате турпутёвок в Государственную информационную систему (ГИС). Разработка ГИС ведется во исполнение Федерального закона № 49 от 2 марта 2016 г. Уникальный номер электронной путёвки позволяет убедиться, что она корректно оформлена, а турфирма имеет право оказывать туристские услуги.

Электронное приобретение билетов (electronic ticket purchase, e-tiketing), процесс заказа, оформления и приобретения билетов для туристской поездки на транспорте через Интернет с оплатой банковской картой или иными дистанционными способами оплаты.

Электронная система бронирования (electronic booking system). См. *Компьютерная система бронирования*.

Электронная система регистрации пассажиров (electronic system for the registration of passengers), система регистрации пассажиров воздушных судов, которые приобрели авиабилеты и прибыли в аэропорт для посадки на воздушное судно (система регистрации и контроля отправки пассажиров IS-DCS). Э.с.р.п. применяется специализированным персоналом аэропорта на стойках регистрации с целью ускорения прохождения пассажирами предполетных формальностей, распределения их по креслам в самолете и ускорения процедуры обработки багажа. В России и ряде других стран наибольшее распространение получила система “DCS Astra” (Departure Control System “Astra”). Кроме всего прочего, такая система позволяет экипажу самолета упростить выполнение ряда технических процедур (выполнение балансировки самолета за счет равномерного распределения пассажиров и багажа, определение полетной массы воздушного судна,

потребность в авиационном топливе, в количестве бортового питания и т.п.) В последнее время началось широкое применение Э.с.р.п. с помощью Интернета, когда сам пассажир имеет возможность заранее зарегистрироваться на посадку, забронировать для себя место в самолете, заказать предпочитаемое им питание, включая диетическое, вегетарианское или кошерное. В этом случае пассажир может сразу же получить посадочный талон, что существенно сокращает срок его обслуживания в аэропорте отправления. Постепенное внедрение подобных систем или их элементов происходит и на железнодорожном и круизном транспорте.

Электронный билет (e-ticket, electronic ticket), это электронный документ, подтверждающий заключение договора воздушной перевозки между пассажиром и авиакомпанией, имеющий равную юридическую силу с билетом, оформленным на бумажном носителе. Покупка и оплата Э.б. осуществляется в Интернете, на сайтах авиакомпаний, специализированных фирм-дистрибьюторов авиабилетов, а также на сайтах многих турфирм, которые подключены к глобальным дистрибутивным системам бронирования и продажи билетов (ГДС). Для оплаты Э.б. принимается банковская платёжная карта или используются иные дистанционные способы оплаты. Подтверждение о покупке Э.б. (электронная маршрутная квитанция) высылается на электронный адрес туриста.

Электронный ключ (electronic key, key card), пластиковая магнитная карта с индивидуальным кодом, с помощью которой турист открывает входную дверь в номер гостиницы. Э.к. выдаётся в службе размещения гостиницы при заезде туриста.

Электронный туристский бизнес (electronic tourist business), способ организации деятельности предприятий сферы туриндустрии, при котором все виды взаимодействий с клиентами, поставщиками туристских и смежных услуг осуществляются в электронной форме через сеть Интернет. Э.т.б. – наиболее быстро растущее направление современного турбизнеса. По экспертным оценкам, за последние несколько лет его доля в общем объеме продаж туристских услуг возросла с 5 до 40%. Особенно быстро увеличиваются продажи с помощью мобильных приложений, позволяющие осуществлять бронирование и оплату услуг со смартфонов и планшетов.

Элитарный туризм (elite tourism), самостоятельный вид туристских путешествий, существовавший задолго до появления массового туризма. Э.т. рассчитан на состоятельных туристов, путешествующих с самыми разными целями. Для данной категории потребителей уровень цен не имеет особого значения, но они предъявляют повышенные требования к качеству предлагаемых туристских услуг. В этой связи нельзя не отметить ту роль, которую Э.т. играет в развитии туристского бизнеса в целом. Он способствует утверждению и распространению новых, более высоких стандартов обслуживания и, в конечном итоге, содействует улучшению качества туристских услуг. Поэтому Э.т. нередко называют «туристским локомотивом».

Энотерапия (enotherapy), 1. раздел в восстановительной медицине и реабилитации, а также метод лечения людей виноградными винами и маслом виноградных косточек; 2. раздел клинической медицины, изучающий свойства виноградных вин и влияние

их на органы и системы организма человека. Э. используется на российских и зарубежных курортах.

Энотуризм (enotourism). См. *Винный туризм*.

Энциклопедия туристская (encyclopedia of tourism), научное или научно-популярное справочное издание, содержащее систематизированную информацию по теоретическим, методическим, историческим и практическим вопросам туризма и туристской деятельности, а также по связанным с туризмом отраслям.

Эскорт-услуги (escort services), представляют собой платные услуги профессионального сопровождающего участника международного совещания, переговоров или конференции, оказывающего помощь в переводе и организации перемещений согласно программе мероприятия. В настоящее время Э.-у. активно используются в деловом туризме. Эскорт-агентства предоставляют сотрудников, которые оказывают комплекс услуг:
- сопровождение на бизнес-встречах, светских раутах или юбилеях с целью произвести положительное впечатление на всех гостей мероприятия;
- проведение совместного досуга: посещение выставок, театров, скачек и т.п.;
- участие в светских беседах или деловых переговорах, чтобы отвлечь или привлечь внимание конкурентов или партнёров;
- услуги перевода на иностранные языки;
- поездки в другие страны с рабочей или туристской целью.

Эстрадный концерт (variety show), яркое сценическое зрелище или представление с участием «звёзд» эстрады, цирка, спорта, джаз-оркестров, танцевальных групп, артистов пародийного жанра и т.д. Э.к. пользуются большой популярностью у туристов, часть которых специально приезжают на представления из других городов.

Этаж нулевой (первый) (ground floor), в ряде стран – этаж в гостинице на уровне земли или под землёй, затем следуют: 1-й этаж, 2-й и т.д.

Этика туризма (ethics of tourism), система моральных и нравственных норм и правил, которые должны соблюдать специалисты в сфере туризма и сами туристы в период подготовки и осуществления туристского путешествия. Глобальный этический кодекс туризма (1999) установил нравственные принципы деятельности в сфере туризма для органов государственной власти, туристских направлений, туроператоров, турагентов, туристов и др. См. *Глобальный этический кодекс туризма*.

Этнический туризм (ethnic travel), подвид культурно-познавательного туризма, представляющий собой туристские путешествия; 1. осуществляемые с целью ознакомления с национальными традициями, обычаями, праздниками, творчеством различных народов, проживающих в стране или регионе; 2. путешествия туристов, мотивированные желанием посетить регионы или страны, выходцами из которых являются они сами или их родственники, для встречи со своими родными, соседями и т.д. Особенностью Э.т. является целевая направленность маршрута поездки – например, небольшой городок, деревня, места кочевья и т.д. См. *Ностальгический туризм*.

Этнографический туризм (ethnographic tourism). См. *Этнокультурный туризм. Этнический туризм.*

Этнокультурный туризм (ethno-cultural tourism), подвид культурно-познавательного туризма, представляющий собой туристские путешествия с целью посещения мест проживания малочисленных народов, не имеющих своего национального, государственного или административного образования. Особенностью Э.-к.т. является стремление туристов познакомиться с национальными, региональными и локальными объектами истории и культуры, в том числе особенностями природопользования как давно ушедших, так и современных этнических, этно-территориальных и этно-социальных групп.

Эффективность рекламы (advertising effectiveness), в туризме представляет собой степень воздействия рекламных публикаций, в том числе в Интернете, на потребителя туристских услуг. Э.р. – экономическая категория, которая отображает соотношение финансовых затрат туристской фирмы на рекламу и тех или иных (экономических, психологических, социальных) выгод от её использования.

Ю

Юлианский календарь (Julian calendar). См. *Календарь церковный*.

ЮНВТО (UNWTO). См. *Всемирная туристская организация*.

Юридический адрес (legal address), адрес регистрации туристских фирм, средств размещения, предприятий общественного питания, транспортных организаций и т.д. Согласно ст. 8, п. 2 Федерального закона Российской Федерации от 08.08. 2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» юридическое лицо обязано находиться по адресу регистрации.

Юридическое лицо (legal entity), организация, фирма или компания в сфере туризма, которая зарегистрирована в установленном законодательством порядке. Ю.л. имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Ю.л., в зависимости от основной цели своей деятельности, подразделяются на коммерческие и некоммерческие организации.

Юридическое обеспечение туристской деятельности (legal support of tourist activities). См. *Правовое обеспечение туризма*.

Я

Яковенко Григорий Васильевич (11.07.1948-24.12.2012), известный российский учёный в сфере туризма, организатор отечественного туристского образования и развития туризма в регионе г. Сочи. Вице-президент Международной общественной туристской академии (МТА), доктор экономических наук (1997), профессор, Почётный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, Заслуженный деятель науки Кубани. Я. родился 11 июля 1948 г. на Украине, в Донецкой области. Он практически всю свою жизнь связал с г. Сочи, где жил и работал многие годы. В 1992-2005 гг. Я. создал и возглавлял Сочинский государственный университет туризма и курортного дела, превратив его в ведущее высшее учебное заведение на Юге России. Будучи ректором университета, Я. много сил и энергии отдал формированию сочинской научной туристской школы и подготовке кадров для сферы туризма на Северном Кавказе и Причерноморском регионе. В 1997 г. защитил докторскую диссертацию по теме «Формирование экономического механизма развития внутреннего рынка курортно-туристских услуг». В 2005 г. Я. выдвинул идею создания международного автомобильного туристского маршрута вокруг Чёрного моря. В 2008 г. Я. перешёл на работу в Московский государственный технический университет «МАМИ», где возглавлял до последних дней кафедру автомобильного туризма. Я. стоял у истоков создания научного направления, связанного с автотуризмом и караванингом. Я. был инициативным, принципиальным, оптимистичным и доброжелательным человеком. Он достиг больших профессиональных высот в сфере туристской науки и образования, автор большого количества публикаций. Я. стоял у истоков создания МТА в 2005 г., принимал активное участие в её научной деятельности, выступал с докладами и сообщениями на многих конференциях, симпозиумах и семинарах.

Соч.:

Технологии подготовки специалистов туристского и курортного бизнеса. Сочи, 1997.

Социально-экономические проблемы развития курортов России. Материалы 4-й Всерос. научно-практич. конф., 11-15 окт. 1999 г. Отв. ред.: Г.В. Яковенко, П.П. Чуваткин. Сочи, 2000.

Анализ нормативно-правовой базы приграничного сотрудничества российских регионов с сопредельными территориями // Яковенко Г.В., Боронников Д.А., Яковенко А.Г. Известия Московского государственного технического университета МАМИ. 2012. Т. 3. № 2. С. 233-238.

Анализ опыта реализации идей устойчивого развития экономик в целях определения концепции развития промышленных кластеров // Боронников Д.А., Яковенко Г.В., Яковенко А.Г. Известия Московского государственного технического университета МАМИ. 2012. Т. 3. № 2. С. 241-248.

Туристское образование: опыт, тенденции и перспективы развития // Яковенко Г.В., Карпова Г.А., Романова Г.М., Петрунь И.Б. Туристские фирмы. Национальный туристский журнал. Выпуск 31. СПб. 2003 г., «Невский Фонд». С. 54-62.

Университет как система базовых отношений в пространстве культуры // Яковенко Г.В., Тюнников Ю.С.,

Мазниченко М.А. Личность. Культура. Общество. 2005. Т. VII. № 2 (26). С. 275-284.

Янтарный путь (Amber road), древний торговый путь, по которому в античности из Прибалтики в Средиземноморье доставлялся янтарь. Впервые о нём упоминает «отец истории» Геродот, хотя путь действовал за тысячелетия до его рождения: изделия из балтийского янтаря были найдены в гробнице египетского фараона Тутанхамона. В раннем Средневековье дорога начиналась в земле славянского племени пруссов, у торгово-ремесленных центров Кауп и Трусо, затем шла на юг по течению Вислы, пересекала Дунай у Карнунта, проходила по территории нынешних Чехии, Словакии (через Девин), Австрии и Словении и оканчивалась, как правило, в Аквилее.

Ярмарка (fair site). 1. Исторический термин, обозначавший в прошлом большой торг, который располагался, как правило, в центрах городов или около монастырей, проводившийся в одно и то же время, а также в определённом месте. Во время проведения Я. устраивались народные гулянья, развлечения и праздники. 2. В настоящее время Я. представляет собой ежегодно повторяющуюся распродажу товаров: вино, мёд, овощи и фрукты и др. Существуют тематические Я.: православные выставки, в том числе монастырских товаров, выставки-продажи изделий народных художественных промыслов и т.д. 3. Съезд торговых или промышленных фирм и организаций для оптовой торговли международного, республиканского, регионального и местного значения; регулярный рынок широкого профиля, который периодически организуется в определённом месте для распродажи товаров одного или многих видов. 4. Постоянно действующие Я., на которых проводятся выставки-продажи различных товаров и продовольствия. Я. привлекают большое число туристов, посещающих их с различными целями.

Ярмарка туристская (tourist fair). См. *Выставка туристская*.

Яхта (yacht), парусное, парусно-моторное или моторное судно, предназначенное для морских, озёрных и речных путешествий, водного спорта и отдыха.

Яхт-клуб (yacht-club), спортивная организация, объединяющая любителей плаванья на яхтах. Я.-к. играют существенную роль в развитии водного туризма, выступая часто в роли инициатора и организатора путешествий своих членов на яхтах по дальним маршрутам, в т.ч. за границу.

Яхтенный туризм (yacht tourism), подвид морского, спортивного и транспортного туризма, представляющий собой туристские путешествия на яхтах со спортивными и познавательными целями, а также с целью отдыха и развлечений.

Ячейка для хранения ключа (key rack). См. *Хозяйство ключевое*.

Библиография

Абакумов С.Н. Проблема повышения конкурентоспособности туристского продукта в регионах Российской Федерации // Труды Международной туристской академии: исторические и современные исследования в сфере туризма. Вып. 10. М.: МТА, 2014. С. 64-70.

Абакумов С.Н. Экономический эффект международного туризма в РФ на основе статистических данных Всемирной туристской организации // Ученые записки Орловского государственного университета. Орёл, 2015. № 2. С. 38-42.

Абакумов С.Н. Инновационные технологии обслуживания туристов на транспорте в России как экономическая перспектива развития отрасли туризма // Материалы международной научно-практической конференции: развитие сферы обслуживания на инновационной основе: методология, теория и практика. Орел: ОГУ, 2015. С. 7-11.

Абалаков В.М. Основы альпинизма. М, 1958.

Абуков А.Х. Туризм сегодня и завтра. Туристско-экскурсионная работа профсоюзов. М., 1978.

Абуков А.Х. Туризм на новом этапе: социальные аспекты развития туризма в России. М., 1983. – 277 с.

Аванесова Г.А. Сервисная деятельность. М., 2004.

Аверьянов Б.И. Путь к звёздам отеля. Сочи., 2000. – 231 с.

Азар В.И. Экономика и организация туризма. М. 1972.

Азар В.И., Поляк С.В. Транспорт и туризм. М. 1972.

Азар В.И. Введение в экономику иностранного туризма. М., 1975.

Азар В.И., Преображенский А.С. Рекреационная география. М., 1975.

Азар В.И. Методологическое введение к программам регионального туристского развития // Труды Академии Туризма. Вып. 1. СПб., 1995. – 160 с.

Азар В.И., Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка. Институт Международного туризма. М.: ИПКгосслужбы, 1998.

Азар В.И. Методологическое введение к программам регионального туристского развития // В Сб. Труды Академии туризма. Вып. 1. СПб., 1995. С. 21-29.

Азар В.И. Очевидные проблемы туризма в России // В Сб. Труды Академии туризма. Вып. 3. СПб., 2000. С. 21-28.

Азар В.И., **Акишин В.Н., Байназаров Ю.К., Биржаков М.Б., Кузнецов Ю.В., Маринин М.М., Путрик Ю.С., Терещенко А.А., Туманов О.Н.** Предложения к концепции развития туризма в России // «Туристские фирмы», выпуск № 22, СПб., 2000. С. 23–37.

Аигина Е.В., Кружалин В.И., Новиков В.С., Шабалина Н.В. Технологии управления и саморегулирования в сфере туризма. М.: «Диалог культур», 2014. – 328с.: ил.

Александров О.А. Бухгалтерский учёт в туризме: практическое пособие. М., 2006. – 190 с.

Александрова А.Ю. География туризма. М., 2009. – 592 с.

Аналитическая записка. Состояние и проблемы туризма в Российской Федерации. Национальная академия туризма. СПб., 2004.

Ананьев М.А. Экономика и география международного туризма. М.,1975. – 299 с.

Анисимов В.П., Яцук А.В. Метрология, стандартизация и сертификация в сфере туризма. М., 2006.

Антюфеев Г.В. Информационное обеспечение управления туристской деятельностью. М., 2003. – 192 с.

Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону, 2008. – 252 с.

Багдасарян В.Э., Орлов И.Б., Мазин К.А., Федулин А.А., Шнайдген. Й.Й. Советское зазеркалье. Иностранный туризм в СССР в 1930-1980-е годы: Учеб. пособие. М., 2007. – 256 с.

Базовый глоссарий ЮНВТО http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryrurev.pdf

Байназаров Ю.К. Статистические методы оценки деятельности туристских предприятий (объединений) и повышение их роли в условиях полного хозяйственного расчета. М., 1989.

Безопасность туризма: учебник. Коллектив авторов: А.Г. Бобкова, С.А. Кудреватых, Е.Л. Писаревский; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 272 с.

Биржаков М.Б. Введение в туризм. Учебник. Издание 10-е, переработанное и дополненное СПб., 2012.

Биржаков М.Б. Туристское право В двух частях. Часть I. Правовой комментарий к Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» с дополнениями и изменениями от 2 марта 2016 г. СПб., 2017. – 246 с.

Биржаков М.Б. Экономическая безопасность туристской отрасли. СПб., 2007. – 464 с.

Биржаков М.Б., Казаков Н.П. Безопасность в туризме. СПб, 2005. – 208 с.

Биржаков М.Б., Макаров А.Г. История туризма: от прототуризма до до туризма современности: учебник. СПб., 2012. – 431 с.

Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Большой Глоссарий терминов международного туризма. СПб., 2005. – 996 с.

Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: перевозки. СПб., 2007. – 528 с.

Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства // Перевод с англ. Е.Б. Цыганов. Вступ. статья С.Ю. Житенёва. М., 1995. – 382 с.

Бутузов А.Г. Этнокультурный туризм: учебное пособие. М., 2013. – 248 с.

Васильев В.В. Практическая подготовка менеджеров туризма в системе высшего образования. М., 2002. – 240 с.

Веденин Ю.А., Гусев С.В., Мазуров Ю.Л., Шульгин П.М. Современные проблемы сохранения и использования культурного наследия // Наследие и современность. Информационный сборник. Вып. 16. М., 2008.

Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания. Учебник. Ростов-на-Дону, 2005.

Воронкова Л.П. История туризма и гостеприимства. М., 2004.

Воскобойников А.Э., Путрик Ю.С. Роль глобализации в развитии науки о туризме // Приоритеты и перспективы научных исследований международного туризма в XXI веке. Труды МТА. Вып. 5. М., 2010.

Воскресенский В.Ю. Международный туризм. М., 2006. – 255 с.

Всемирная торговая организация: документы и комментарии. Сост. Н.М. Васильев, Ю.А. Васянин, А.А. Давыдов. М., 2001. – 362 с.

Вспомогательный счёт туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008 год // Методологические исследования. Серия F, № 80/Rev.1. ООН: Департамент по экономическим и социальным вопросам, Статистический отдел, ЮНВТО, Статическое бюро Европейских сообществ, Организация экономического сотрудничества и развития. Люксембург, Мадрид, Нью-Йорк, Париж, 2010. – 132 с.

География туризма: Учебник. Коллектив авторов: Н.В. Зигерн-Корн, В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Шабалина. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.

Глобальный этический кодекс туризма. Резолюция Генеральной ассамблеи ООН от 21 декабря 2001 г. F/RES/56/212.

Горбылева З.М. Экономика туризма. М., 2004. – 478 с.

Грей Ф. История курортов: архитектура, общество, природа. Перевод с англ. Е. Ляминой, М. Неклюдовой. М., 2009. – 424 с., илл.

Грицкевич В.П. История туризма в древности. СПб., 2005.

Джозеф Роберт Винный туризм: гид путешественника // Перевод с англ. Дорман А., Чеботарёва С. М., 2007. – 384 с.

Долженко Г.П. История туризма в дореволюционной России и СССР. Ростов-на-Дону, 1988.

Долженко Г.П., Путрик Ю.С. История туризма в Российской империи, Советском Союзе и Российской Федерации: 1696 г. – современность. М., 2010. – 304 с.

Дрогов И.А. Программа развития детско-юношеского туризма и краеведения в Российской Федерации // Научно-методический журнал «Проблемы детско-юношеского туризма и краеведения». М., 2004. № 1.

Дрогов И.А., Северная Л.В. Проблемы развития детско-юношеского туризма и краеведения в Российской Федерации // Сборник материалов очно-заочной научно-практической конференции «Патриотическое воспитание и физическая подготовка защитника Отечества», посвященной 60-летию Победы в Великой Отечественной войне. М., 2005.

Дрогов И.А., Ларионова Н.В. Правовые и нормативные основы подготовки туристских кадров и актива // Тезисы докладов Всероссийской научно-практической конференции 7-9 декабря 2007 г. «Развитие спортивного туризма в России». М., 2007. С. 143-146.

Дроздов А.В. Основы экологического туризма: Учебное пособие. М., 2005.

Емельянов Б.В. Экскурсоведение: Учебник. 4-е изд. М., 2003. – 216 с.

Житенёв С.Ю. История русского православного паломничества в X-XVIII веках. М., 2007. – 480 с.

Житенёв С.Ю., Новиков В.С. Путешествие и туризм: содержание понятий. // Приоритеты и перспективы научных исследований международного туризма в XXI веке. Труды Международной Туристской Академии. Выпуск 5. М.: МТА, 2010. С. 8-12.

Житенёв С.Ю. Религиозное паломничество в христианстве, буддизме и мусульманстве: социокультурные, коммуникационные и цивилизационные аспекты. Научная монография. М., 2012. – 264 с.

Житенёв С.Ю. Наука о туризме: предмет, задачи, проблемы и перспективы // Труды Международной Туристской Академии. Сборник научных статей. Вып. 7. Отв. ред. Ю.С. Путрик, П.И. Караневский. М., 2012. С. 5-12.

Житенёв С.Ю. Свобода передвижения в России: от Великой Реформы 1861 г. до наших дней // III Всероссийская научно-практическая конференция «Монархическая идея в XXI веке. Российский опыт реформ. К 150-летию Манифеста императора Александра II об освобождении крестьян от крепостной зависимости». М.: РГТЭУ, 2012. С. 102-121.

Житенёв С.Ю., Новиков В.С., Соловьёв А.П. Рекомендации по подготовке кадров для религиозного туризма в системе российского образования: модель подготовки кадров для религиозного туризма, глоссарий терминов религиозного туризма // Отв. ред. С.Ю. Житенёв. М.: МТА, 2012. – 252 с.

Житенёв С.Ю. Путешествия как исторический и культурный феномен человечества. Часть I // Труды Международной туристкой академии. Выпуск 9. Сборник научных статей. Отв. ред. Ю.С. Путрик. М., 2013. С. 6-34.

Житенёв С.Ю. Великий шёлковый путь: исторические, географические, культурологические и туристские аспекты // Наследие и современность. Информационный сборник. Вып. № 19. М.: Институт Наследия, 2013. С. 79-91.

Житенёв С.Ю. Путешествия как исторический и культурный феномен человечества. Часть II // Труды Международной Туристской Академии. Вып. 10. Сборник научных статей. Отв. ред. Житенёв С.Ю. М.: МТА, 2014. С. 8-63.

Житенёв С.Ю., Новиков В.С., Путрик Ю.С., Шульгин П.М. Современное состояние, основные проблемы и перспективы туристского использования объектов культурного и природного наследия в Российской Федерации // Наследие и современность. Информационный сборник. Вып. № 19. М.: Институт Наследия, 2013. С. 4-44.

Житенёв С.Ю. Современный туристский имидж России: стратегия и тактика развития цивилизационного взаимодействия с другими странами // Туристский имидж России: современные тренды и пути совершенствования: Материалы XIV Международного симпозиума по имиджелогии (Суздаль, 25-27 мая 2016 г.) Под науч. ред. Е.А. Петровой. Суздаль: Издательство Академии имиджелогии; Издательство РГСУ, 2016. С. 118-123.

Захарова О.Ю. Русский бал XVIII – начала XX века. Танцы, костюмы, символика. М., 2010. – 448 с.

Зотов Ю.В. Горнолыжный экстрим. М., 2012. – 164 с.

«Интурист» – 80 лет вокруг света // Специальный выпуск журнала "Intourist". Июнь–июль 2009. – 184 с.

Исмаев Д.К. Краткий словарь технологических терминов международного туризма. 1994. – 96 с.

Исмаев Д. Маркетинг и управление качеством гостиничных услуг. М., 2004.

Использование объектов культурного и природного наследия народов России в целях патриотического и нравственного воспитания молодёжи. Монография. Житенёв С.Ю., Новиков В.С., Путрик Ю.С., Пшеничникова Л.Л., Соловьёв А.П., Царьков П.Е., Шапинская Е.Н. М.: МТА; ИПСИ, 2015. – 214 с.

История туризма: Учебник // Ответ. ред. и сост. Путрик Ю.С. Коллектив авторов: Багдасарян В.Э., Биржаков М.Б., Бобылев В.Ю., Житенёв С.Ю., Орлов И.Б., Путрик Ю.С., Федулин А.А. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 256 с.

Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учебник, 3-е изд. Минск, 2002.

Караневский П.И. Учебно-методическое пособие по дисциплине «Экскурсионная и выставочная работа». М., 2001.

Караневский П.И. Экскурсоведение. Рабочий учебник. М., 2006. – 90 с.

Квартальнов В.А. Новые цели и функции туризма: экономика и управление. Т.3. М., 1998. – 379 с.; илл.

Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления. М., 1999. – 490 с.

Квартальнов В.А. Иностранный туризм. М., 1999. – 307 с.

Квартальнов В.А. Туризм. М., 2002. – 315 с.; илл.

Колбовский Е.Ю. Экологический туризм и экология туризма. М., 2006.

Конвенция об охране Всемирного культурного и природного наследия (16 ноября 1970 г.) // Международные нормативные документы ЮНЕСКО. Сост. И.Д. Никулин. М., 1993. С. 290-302.

Конвенция об охране нематериального культурного наследия ЮНЕСКО. М., 2004.

Константинов Ю.С. Детско-юношеский туризм. М., 2006.

Конституция Российской Федерации. М. Официальное издание. 2009 г.

Концептуальные подходы к формированию новой модели развития российского туризма для XXI века // Авторский коллектив: Биржаков М.Б., Житенёв С.Ю., Николаев Е.М., Новиков В.С., Кирова М.С., Путрик Ю.С., Соловьёв А.П. Научно-практический журнал «Российские регионы: взгляд в будущее». Вып. № 1 (том 4), февраль, 2017. Электронный ресурс: http://futureruss.ru/journal-archive/nomer-12017.html.

Косолапов А.Б. География российского внутреннего туризма. М., 2009.

Костровицкий А. Системный подход к исследованиям рекреации // В сб.: «Рациональное использование природных ресурсов и охрана окружающей среды». М., 1977.

Котлер Ф., Броуэн Дж., Майкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. Учебник для вузов. Пер. с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой. М., 2007.

Котляков В.М., Комарова А.И. Туризм: природа – культура – путешествия. Пятиязычный словарь. Русский (с краткими дефинициями), английский, французский, испанский, немецкий. М., 2013. – 672 с.

Котляров Е.А. География отдыха и туризма. Формирование и развитие территориальных туристских комплексов. М., 1978. – 239 с.

Краткий словарь международной туристской терминологии. Издание на русском языке. Международная академия туризма (Монте Карло, Монако), Главное управление по иностранному туризму при Совете Министров СССР (Москва, СССР). М., 1980. – 198 с.

Краткий справочник туриста. Авт.-сост. Ю.А. Штюрмер. 3-е изд., с изм. и доп. М., 1985 г. – 272 с.

Куликов В.М., Ротштейн Л.М., Константинова Ю.В. Словарь юного туриста. М., 2003. – 76 с., илл.

Культурное наследие России и туризм. Науч. ред. Веденин Ю.А., Штеле О.Е., Шульгин П.М. М.: Институт Наследия, 2005. – 172 с.

Курорты. Энциклопедический словарь. Гл. ред. Чазов Е.И. М., 1983. – 592 с.

Ливцов В.А. Роль индустрии туризма в мировой экономике // Материалы региональной научно-практической конференции «Краеведение и туризм: проблемы, поиски, перспективы». (Орел, 26-29 апреля 2000 г.) Орел: ОГУ, 2000. С. 220-224.

Ливцов В.А. Роль ВООПИиК в туристско-экскурсионной работе, проводимой в Орловской области // Историко-культурное наследие Кавказских Минеральных Вод и преемственность поколений: Материалы Всероссийской научно-практической конференции (г. Кисловодск, 21-22 мая 2003 г.). Ставрополь: СГУ, 2003. С.106-113.

Ливцов В.А. Концепция развития индустрии современного туризма в Орловской области // Сборник трудов Всероссийской научно-практической конференции «Вклад земляков-орловцев в развитие и становление российской науки, культуры и образования». Т.2. «Отечественные путешественники: прошлое и настоящее» (Орел, 18-19 декабря 2003 г.) Орел: ОГУ, 2003. С. 129-136.

Ливцов В.А. "Noblesse oblige": Досужий мир. Отдых как форма культурного диалога. Серия Noblesse oblige. Вып. III. Материалы Всероссийской конференции (г. Орел, 25-27 мая 2005 г.). Орел, 2006. С. 194-204.

Ливцов В.А. Государство и туризм. Формирование государственных органов управления туризмом в Орловской области на рубеже двух тысячелетий // "Noblesse oblige": Досужий мир. Отдых как форма культурного диалога. Серия Noblesse oblige. Вып. III Орел, 2006. С. 194-204.

Лифиц И.М. Стандартизация, метрология и сертификация. – М., 2007.

Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. Учебник. М., 2005.

Мажар Л.Ю. Территориальные туристско-рекреационные системы. Монография. Смоленск, 2008. – 212 с.

Маньшина Н.В. Курортология для всех. За здоровьем на курорт. М.: Вече, 2007. – 592 с.

Маринин М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме. М., 2002. – 140 с.; ил.

Марк (Головков), епископ Егорьевский. Церковный протокол. М., 2007. – 184 с.

Материалы XVIII научно-практической конференции «Развитие потенциала внутреннего туризма России на современном этапе», посвящённой Всемирному Дню Туризма 2016 под девизом ЮНВТО «Туризм для всех». Лосево, Ленинградская обл., 24 сентября 2016 г. Отв. ред. М.Б. Биржаков. СПб., 2016 г. – 164 с.

Международная гостиничная конвенция касательно заключения контрактов с владельцами гостиниц и турагентами (1979).

Международная конвенция по контракту на путешествие (Брюссель, 1970).

Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год // Методологические исследования. Серия М, № 83/Rev.1. ООН: Департамент по экономическим и социальным вопросам. Статистический отдел, ЮНВТО. Мадрид и Нью-Йорк, 2010. – 167 с.

Моргунов Б.П. Туризм: Учебное пособие. М., 1978. – 168 с., илл.

Мошняга Е.В. Глоссарий туристских терминов. Словарь англо-русских и русско-английских соответствий. Российская международная академия туризма. М., 2008. – 456 с.

Наука о культуре: история Российского НИИ культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачёва (Института Наследия) и Центрального НИИ методов краеведческой работы (Российского института культурологии). Отв. ред. С.Ю. Житенёв. М.: Институт Наследия, 2017. – 304 с., илл.

Немоляева М.Э., Ходорков Л.Ф. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра. М., 1985. – 173 с.

Никишин Л.Ф., Таныгин Г.И. Лечебно-оздоровительные туристские походы – новый и нетрадиционный метод лечения и профилактики заболеваний // В сб. «Роль и задачи спортивно-массового туризма в физическом воспитании и оздоровлении населения». М., ВНИЛТЭ, 1990.

Николаев Е.М. Банкротство в туризме – закономерности и парадоксы // Труды Международной Туристской Академии. Выпуск 6. М., 2010. С. 66-93.

Николаев Е.М. Электронные бизнес-процессы и технологии в сфере туризма. М., 2012 – 20 с.

Николаев Е.М. К вопросу о «Ростурпомощи», финансовых гарантиях и защите российских туристов за рубежом // Труды Международной Туристской Академии. Вып. 9. М., 2013. С. 53-78.

Николаев Е.М. Актуальные проблемы в сфере туризма // Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма», № 3. М., 2013. С.89-95.

Николаев Е.М. Проблемы и перспективы развития гастрономического туризма в Московской области // Сборник материалов научно-практической конференции «Современные возможности и перспективы развития туризма в Подмосковье. Гастрономический туризм». Московская область, г. Чехов, 2014. С. 3-10.

Николаев Е.М. Россия и Крым: слияние двух туризмов // Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма». Т. 9, № 1. М., 2015. С.124-127.

Николаев Е.М. Туристские бренды: проблемы научной идентификации, понятия и подходы к разработке // Труды Международной Туристской Академии. Вып. 11. М., 2015. С.26-44.

Николаев Е.М. Тенденции и перспективы развития мирового туристского рынка в ближайшей и отдаленной перспективе. Сборник материалов 4-й Международной научно-практической конференции. Республика Абхазия, г. Пицунда, 2016. С. 48-51.

Николаев Е.М. «Интурист»: об устойчивости бренда и перипетиях истории // Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма». Т. 10, № 4. М., 2016. С. 84-95.

Николаев Е.М. О научных основах формирования целевых установок при разработке программ развития туризма с учётом территориальных особенностей Российской Федерации // «Сервис в России и за рубежом», сетевой журнал. Москва. Т. 11, № 3 (73). М., 2017. С. 77-90.

Николаев Е.М. Принципы выявления пригодности регионов России для развития различных видов туризма. Сборник материалов Международной научно-практической конференции «Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России». М., 2017. С. 83-93.

Новиков В.С. Инновации в туризме: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. 3-е изд., испр. и допол. М.,: Издательский центр «Академия», 2010. – 208 с.

Новиков В.С. Научное исследование как источник развития туристской системы // Приоритеты и перспективы научных исследований международного туризма в XXI веке. Труды МТА. Вып. 5. М., 2010.

Новиков В.С. Организация туристской деятельности: Учебник для студ. учреждений высш. проф. образования. М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 336 с.

Новиков В.С. Великий чайный путь как система сотрудничества в сфере культуры // Наследие и современность. Информационный сборник. Вып. № 19. М.: Институт Наследия, 2013. С. 92-98.

О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Федеральный закон Российской Федерации от 5 февраля 2007 г. № 12-ФЗ // Российская газета, 9 февраля 2007.

Образовательный туризм в России. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры // Под ред. С.Ю. Житенёва. Авторы: Ю.С. Путрик, В.С. Новиков, С.Ю. Житенёв, А.П. Соловьёв, И.А. Дрогов, С.К. Губенко. М.: Издательство Юрайт, 2018. – 198 с.

О зарубежном опыте формирования законодательства о туризме // Науч. ред. С.Ю. Житенёв, Ю.С. Путрик. Материалы научно-практической конференции «О зарубежном опыте формирования законодательства о туризме», посвящённой 25-летию Манильской декларации по мировому туризму. Тезисы докладов и выступлений. 14 мая 2005 г. Москва. М., 2007. – 152 с.

Озеров А.М. Бухгалтерский учет и налогообложение в туристских фирмах. М., 1998. – 142 с.; ил.

Орлов М.А. Крупные туристские центры. М., 1983. – 159 с., илл.

Основные направления обеспечения безопасности в туризме на современном этапе и их научное обоснование. Материалы Российской научно-практической конференции в г. Орле 19 мая 2011 г. Ред. коллегия: Житенёв С.Ю., Ливцов В.А., Рябцовский Д.В., Лепилин А.В. Орёл, 2011. – 219 с.

Основы туризма: Учебник. Коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.

Особенности национальной SPA-индустрии // Журнал «Туризм: практика, проблемы, перспективы». Каталог «Туристские ресурсы России», 2011.

Палаткнина Г.В. Молодёжный туризм: учебное пособие. М., 2016. – 206 с.

Писаревский Е.Л. Основы безопасности в туризме. М., 2007. – 320 с.

Правила перевозок пассажиров и их багажа на внутреннем водном транспорте. Приказ Министерства транспорта Российской Федерации от 5 мая 2012 г. № 140.

Правовое обеспечение туризма: Учебник. Коллектив авторов; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.

Практическое руководство по организации и устойчивому развитию социального туризма в современной России. Под ред. Путрика Ю.С. Часть 1. Концептуальная модель социального туризма для Российской Федерации. – СПб., 2009. – 64 с.

Практическое руководство по организации сельского туризма: методическое пособие для хозяйствующих субъектов (на примере Подольского района Московской области). М.: МТА, 2009. – 112 с.

Предложения к проекту модельного закона «О туристской деятельности» МПА СНГ. Авторский коллектив: М.Б. Биржаков, С.Ю. Житенёв, В.С. Новиков, К.А. Пшенко // Туризм и общественное развитие. Материалы V-й науч.-практ. конф. Санкт-Петербург, 27 сентября 2014 г. (Электронное издание) http://www.travelglossary.ru/knowledge/files/materiali_naych.doc.

Проблемы и перспективы социального и спортивно-оздоровительного туризма: материалы Международной научно-практической конференции «Роль и задачи массового туристского движения в воспитании и оздоровлении населения», посвящённой 15-летию создания РОО «Академия детско-юношеского туризма и краеведения», 1-2 декабря 2012 г. // Сост. И.А. Дрогов, Ю.С. Константинов, Д.В. Смирнов. М., 2012. – 285 с.

Проблемы и программы туристско-рекреационного использования природного и историко-культурного потенциала в регионах России. Сборник научных трудов. Отв. ред. и сост. Ю.С. Путрик. М., 1995. – 168 с.

Пулина Н.Н. Технология обслуживания туристов: учебное пособие. СПб., 2010. – 135 с.

Пути развития оздоровительного туризма в Российской Федерации как эффективного средства повышения качества жизни // Монография. Ответственный редактор С.Ю. Житенёв. Авторский коллектив: И.А. Дрогов, С.Ю. Житенёв, В.С. Новиков, Ю.С. Путрик, А.П. Соловьёв. М.: Международная общественная туристская академия (МТА), издательство «Индрик», 2013. – 312 с.

Путрик Ю.С., Терещенко А.А. Стандарты туристских общественных организаций. М., 2004. – 176 с.

Путрик Ю.С. Становление и развитие государственной политики Российской Федерации в области туризма: 1991-2007 гг. Монография. М., 2007. – 366 с.

Путрик Ю.С. Культура и туризм: новые уровни интеграции в современных условиях // Научно-практический и методический журнал «Вопросы культурологии», № 7. М., 2015 С. 45-50.

Путрик Ю.С. Институализация образовательного туризма в Российской Федерации как фактор повышения качества образовательно-воспитательной деятельности // В сб. «Образовательный туризм как важный компонент и фактор повышения качества учебного процесса в школе и вузе». Материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 7 апреля 2016 г.: отв. ред. и составитель Ю. С. Путрик. М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-т, 2016. С. 20-28.

Путрик Ю.С., Первунин С.Н. Туристская тропа как эффективное средство освоения территории и составная часть туристской инфраструктуры региона. // Российский научно-практический журнал «Российские регионы: взгляд в будущее». Номер 2, 2016. С. 86-91. http://futureruss.ru/journal-archive/4178.html.

Путрик Ю.С., Свешников В.В. Туризм глазами географа. М., 1986. – 158 с.

Путрик Ю.С. Туристско-рекреационный кластер как важный компонент повышения туристской привлекательности региона (на примере достопримечательного места «Бежин луг» в Тульской области) // Научно-практический журнал «Российские регионы: взгляд в будущее». Вып. № 3(4) 2015 С. 50-67. Электронная версия: http://futureruss.ru/journal-archive/nomer-32015.html.

Радченко Л.А. Метрология, стандартизация и сертификация в общественном питании. М., 2006.

Развитие экологического туризма: инициативы и партнёрство бизнеса, общества и государства. Отв. ред. Л.М. Хандажапова. Улан-Удэ, 2013. – 164 с.

Реймерс Н.Ф. Охрана природы и окружающей человека среды. Словарь-справочник. М., 1992. – 319 с.

Реймерс Н.Ф. Экология. Теории, законы, правила, принципы и гипотезы. М., 1994. – 366 с.

Рекомендации по подготовке кадров для религиозного туризма в системе российского образования: модель подготовки кадров для религиозного туризма, глоссарий терминов религиозного туризма // Отв. редактор. С.Ю. Житенёв. Авторский коллектив: Житенёв С.Ю., Новиков В.С., Путрик Ю.С. Соловьёв А.П. М.: МТА, 2012. – 252 с.

Рекомендации по развитию религиозного туризма в России: карта-схема «Развитие религиозного туризма в России», глоссарий терминов религиозного туризма // Отв. ред. Житенёв С.Ю. Авторский коллектив: Байназаров Ю.К., Биржаков М.Б., Житенёв С.Ю., Кирова М.С., Никтовенко В.А., Новиков В.С., Путрик Ю.С., Соловьёв А.П. М.: МТА, 2010. – 244 с.

Религиозное паломничество и туризм как средства смягчения социальной напряжённости и укрепления межрелигиозного мира в российском обществе // Монография. Научное издание. Коллектив авторов: С.Ю. Житенёв, Ю.С. Путрик, Л.Л. Пшеничникова, А.П. Соловьёв, П.Е. Царьков, П.Е. Юдин. Под ред.

С.Ю. Житенёва. Международная общественная туристская академия. М.: МТА, 2015. – 278 с.

Рябова И.А., Исмаев Д.К., Путилина С.Н. Словарь международных туристских терминов (русско-англо-франко-немецкий). М., 2005. – 466 с.

Сборник нормативно-правовых актов по туристско-краеведческой работе, организации отдыха детей и молодежи. М., 2006.

Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2003. – 400 с., илл.

Сенин В.С. Краткий толковый словарь основных профессиональных терминов, понятий и определений, применяемых в туризме. М., 2003. – 46 с.

Сенин В.С. Туризм: мини-словарь. М., 2004. – 64 с.

Сенин В.С., Денисенко А.В. Гостиничный бизнес. Классификация гостиниц и других средств размещения: Учебное пособие. М., 2004.

Сервис и туризм: словарь-справочник. Под ред. Ю.П. Свириденко, О.Я. Гойхмана. М., 2008. – 432 с.

Скобкин С.С. Менеджмент в туризме: учебное пособие. М., 2007.

Скобкин С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие. М., 2007.

Словарь музейных терминов. Сб. научных трудов. М., ГЦМСИР. 2010. – 232 с. (Издание ФГУК «Государственный центральный музей современной истории России» Минкультуры РФ).

Словарь православного паломника. Авторский коллектив: епископ Егорьевский Марк (Головков), Гурьянова О.В., Житенёв С.Ю., Конёнкова А.К., иеромонах Серафим (Кравченко), Кучмаева И.К., Путрик Ю.С. М.: Паломнический центр Московского Патриархата, 2007. – 250 с.

Современное состояние религиозного туризма и его социальная роль в России и за рубежом (аналитический обзор). Научно-редакторская группа: Житенёв С.Ю., Новиков В.С., Путрик Ю.С. Авторский коллектив: Абакумов С.Н., Афанасьев С.В., Байназаров Ю.К., Биржаков М.Б., Житенёв С.Ю., Караневский П.И., Кирова М.С., Кострюкова О.Н., Ливцов В.А., Мажар Л.Ю., Никтовенко В.А., Новиков В.С., Путрик Ю.С., Реснянский С.И., Скобкин С.С., Соловьёв А.П., Щербакова С.А., Югай С.В. М., 2010. – 144 с.

Сорокина А.В. Организация обслуживания в туристских комплексах. Учебное пособие. М., 2006.

Социально-экономические проблемы развития курортов России. Материалы 4-й Всерос. научно-практич. конф., 11-15 окт. 1999 г. Отв. ред.: Г.В. Яковенко, П.П. Чуваткин. Сочи, 2000.

Стандарты и специальные требования к гостиничному менеджменту. М.: ОАО «ГАО Москва», 2006.

Статистика туризма: **У**чебник. Коллектив авторов; под ред. А.Ю. Александровой. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 464 с.

Терещенко А.А. Государственное регулирование туристской деятельности в правовом пространстве туризма: Курс лекций. Ч. I, II. Московская гуманитарно-социальная академия. М., 2000. – 200 с.

Титов А.Б. Организация маркетинга туризма. СПб., 2008. – 57 с.

Толковый словарь туристских терминов: Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес. Авт.-сост., авт. предисл. И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. М.-Афины: INFOGROUP, 1994. – 407 с., илл.

Транспортный устав железных дорог РФ.

Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник // Г.А. Аванесова, Л.П. Воронкова, В.И. Маслов, А.И. Фролов. М.: Аспект Пресс, 2002.

Туризм и гостиничное хозяйство // Учебное пособие под ред. Л.П. Шматько. Москва-Ростов-на-Дону, 2004.

Туризм и краеведение: образовательные программы для системы дополнительного образования детей. Под ред. Ю.С.Константинова, А.Г. Маслова. М.: Советский спорт, 2005.
Туристские маршруты. М., Профиздат, 1982.
Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство: Учебник // Пер. с англ. М., 2008.
Управление отелем: Энциклопедия // Серия «Бизнес без проблем». Науч. ред. С. Корнеев, А. Микешин, А. Мусакин. Рук. проекта О. Ставер. Т. 1 и 2. СПб.: Бонниер Бизнес Пресс, 2005.
Усыскин Г.С. Очерки истории российского туризма. 2-е изд., перераб. и доп. СПб., 2007. – 208 с.
Усыскин Г.С. Туристский путеводитель по Ленинградской области. СПб., 2007.
Ушаков Д.С. Технологии въездного туризма. М., 2006.
Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)», утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 2 августа 2011 г. № 644. См. официальный сайт Правительства РФ: http://правительство.рф/documents/
Федеральный закон от 14 марта 1995 г. № 33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях» (с изменениями и дополнениями).
Федеральный закон от 24 ноября 1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» с дополнениями и изменениями от 02 марта 2016 г. (ред. от 18.04.2018).
Формирование научно-обоснованной системы статистического учёта и отчётности в сфере туризма в Российской Федерации с введением в неё широкого спектра качественных показателей туристских потоков // Коллективная научная монография. Ответственный редактор С.Ю. Житенёв, научный редактор Ю.В. Забаев. Авторский коллектив: А.Ю. Александрова, С.Ю. Житенёв, Ю.В. Забаев, В.С. Новиков, Ю.С. Путрик, Л.Л. Пшеничникова, А.П. Соловьёв, Д.А. Цапук, П.Е. Юдин. М.: «Индрик», 2014. – 304 с.
Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р.С. и др. Управление и организация в сфере услуг. СПб., 2002.
Ходорков Л.Ф. Мировое гостиничное хозяйство. М., 1991. – 45 с.
Хуусконен Н.М., Глушанок Т.М. Практика экскурсионной деятельности. СПб., 2006. – 208 с.
Шалыгин Л.Д. Вино и здоровье. М., 2009. – 342 с.
Шитов В.Н. Информационные технологии в туристской индустрии: учебное пособие. М., 2013. – 416 с.
Шнайдген Й.Й. Идеологические аспекты работы с иностранными туристами в СССР: вторая половина 1950-х – первая половина 1980-х гг. (По материалам «Интуриста») // Канд. дисс. М. 2004.
Штюрмер Ю.А. Содержание работы по развитию самодеятельного спортивного и оздоровительного туризма. М., 1991.
Шубаева В.Г. Маркетинг туризма. М.: Дрофа, 2007.
Щербакова С.А. Геоэкономика международного туризма. Монография. Смоленск, 2004. – 192 с.
Экономика туризма: Учебник. Коллектив авторов: М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с.
Энциклопедия статистических терминов. М.: Федеральная служба государственной статистики, 2013.
Энциклопедия туриста. Глав. ред. Е.И. Тамм. М., 1993. – 607 с.
Яковенко Г.В. Технологии подготовки специалистов туристского и курортного бизнеса. Сочи, 1997.
Яковенко Г.В., Тюнников Ю.С., Мазниченко М.А. Университет как система базовых отношений в пространстве культуры // Культура. Общество. 2005. Т. VII. № 2 (26). С. 275-284.

Научное издание

Российский энциклопедический словарь «ТУРИЗМ»

под редакцией С.Ю. Житенёва

Утверждено к печати редакционно-издательским советом
Российского научно-исследовательского института
культурного и природного наследия имени Д.С. Лихачёва

Научный редактор *С.Ю. Житенёв*
Корректура *Ю.Е. Мешков*
Верстка *М.Е. Заболотникова*

Подписано в печать 29.10.2018.
Формат 70×100 1/16
Бумага офсетная. Печать офсетная
Усл. печ. л. 39,81. Гарнитура Petersburg
Тираж 500 экз.

Отпечатано с готового оригинал-макета
в книжной типографии «Буки Веди»
(м. Серпуховская, Партийный пер., 1)

Российский научно-исследовательский институт
культурного и природного наследия имени Д.С. Лихачёва
129366, Москва, ул. Космонавтов, 2
e-mail: info@heritage-institute.ru