

**Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника
Інститут туризму і менеджменту**

Володимир КЛАПЧУК

**Методичні рекомендації
з курсу
«ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ
ПОСЛУГ»**

**Івано-Франківськ
2007**

УДК 379.85:371.214.114
ББК 75.81
К-47

Клапчук В.М.

Методичні рекомендації з курсу «Організація рекреаційних послуг». – Івано-Франківськ:Фоліант, 2007. – 55 с.

В Методичних рекомендаціях викладено лекційний матеріал з курсу «Організація рекреаційних послуг», який структуровано в 9 тем, що послідовно розкривають об'єкт-предметну сутність наукової дисципліни, дають уяву про рекреаційні послуги. Наводяться визначення туризму та його класифікація; характеризуються туристична індустрія, перевезення, класифікація транспортних подорожей і транспортних засобів, організація послуг розміщення та класифікація готелів, культура обслуговування та якість послуг, туристичні категорії послуг харчування, принципи функціонування та класифікація закладів харчування, особливості торгово-побутових послуг, комп'ютерно-інформаційні технології та ін.

Для студентів вищих навчальних закладів, які готуються працювати в сфері туризму, викладачів вузів, а також всіх зацікавлених фахівців, які займаються рекреацією.

Рекомендовано до друку Вченою Радою Інституту туризму і менеджменту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, протокол №3 від 15.11. 2006 року

Рецензенти:

Ю.М.Лабій – д.т.н., завідувач кафедри готельно-ресторанної справи Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника;

Я.С.Коробейникова – к.геол.н., доцент кафедри туризму Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу;

В.П.Брусак – к.г.н., доцент кафедри геоморфології та палеогеографії Львівського національного університету імені Івана Франка.

УДК 379.85:371.214.114
ББК 75.81

© В.М.Клапчук, 2007
© «Фоліант», 2007

ПЕРЕДМОВА

Цей курс розроблено для вивчення основних компонентів, структури рекреаційних послуг для надзвичайно важливої сьогодні галузі господарської діяльності – рекреації та туризму.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні **знати**:

- визначення поняття про туризм, класифікацію туризму, види і форми туризму (за характером організації; за кількістю учасників; за термінами і тривалістю; за територіальною ознакою; за інтенсивністю), класифікацію туризму в залежності від мети;
- визначення туристичної індустрії, організаторів туризму;
- важливість перевезень у туристичній індустрії, класифікацію транспортних подорожей і транспортних засобів; основні види транспортного обслуговування туристів.
- організацію послуг розміщення, основи функціонування готельної індустрії, закладів розміщення туристів, класифікацію готелів;
- вимоги до культури обслуговування і якості послуг, вимоги по забезпеченню безпеки туристів і екскурсантів;
- туристичні категорії послуг харчування, систему громадського харчування, принципи функціонування закладів харчування, класифікацію підприємств ресторанного сервісу, основні вимоги до закладів харчування;
- особливості торгово-побутових послуг;
- шляхи та особливості використання комп'ютера в туристичному бізнесі;
- організацію рекреаційних (видовищно-розважальних, інформаційно-пізнавальних, спортивно-оздоровчих) послуг.

ЛЕКЦІЯ 1

Тема: ТУРИСТИЧНА ПОСЛУГА ЯК НАЙБІЛЬША СКЛАДОВА СФЕРИ ПОСЛУГ

Питання для розгляду:

1. Загальні зауваги.

2. Поняття про туризм.

3. Класифікація туризму. Види і форми туризму:

- За характером організації;
- За кількістю учасників;
- За термінами і тривалістю;
- За територіальною ознакою;
- За інтенсивністю

4. Класифікація туризму в залежності від мети.

1. Загальні зауваги

Туризм – активна і невимущена форма спілкування людей. Розширення і поглиблення туристських зв'язків між країнами – важлива проблема сучасних міжнародних відносин. Проблеми розвитку туризму, його політичний, економічний і культурний впливи на світове господарство та міжнародні зв'язки активно обговорюються в політичних, ділових та наукових колах.

Сьогодні, починаючи від Наради з безпеки та співробітництва в Європі (Гельсінкі, 1975), окреслилася тенденція до поліпшення міжнародного становища – зміцнюються контакти між країнами з різноманітними системами та рівнями розвитку, позитивний вплив туризму стає особливо помітним.

Держави – учасники Наради з безпеки та співробітництва в Європі, визнаючи внесок, який робить міжнародний туризм у розвиток порозуміння між народами, а також в економічний, соціальний і культурний прогрес, висловили намір заохочувати розвиток туризму як на індивідуальній, так і на колективній основі. Вони домовилися продовжувати співробітництво в галузі туризму на двосторонній і багатосторонній основі.

На світовому рівні характерною ознакою туризму останніх років є достатньо висока динамічність і стабільність його розвитку, а також його активний вплив на економіку багатьох країн, що мають сприятливі рекреаційні ресурси.

Туристський обмін між країнами – це, по суті, один із видів міжнародних зв'язків, що охоплює важливі питання громадського життя. Сьогодні створено об'єктивні передумови для співробітництва в міжнародному масштабі.

Міжнародний туризм і туризм взагалі відіграє велику роль у зміцненні миру в усьому світі, поліпшенні порозуміння і дружби між народами, розширенні торгового, наукового та культурного співробітництва, встановленні добрих відносин між державами.

Ознайомлення зі звичаями, побутом, культурою народу іншої країни, з її історією та історичними пам'ятками спонукає до глибокого пізнання довкілля. Поєднання слів „відпочинок, оздоровлення – пізнання,

враження" щонайкраще передає сучасний напрям у розвитку як міжнародного, так і внутрішнього туризму.

Туризм дає людям змогу не тільки ознайомитися з життям один одного, а й порівняти різні економічні системи. Поряд із зростанням туристських потоків до найрозвинутіших районів туризму, підвищується інтерес до нових і ще малоосвоєних районів, незважаючи на високі транспортні витрати і дещо обмежені можливості туристського сервісу.

Туризм посідає чільне місце в міжнародних зовнішньоекономічних зв'язках. Він є важливим стимулом розвитку світової торгівлі, що сприяє розширенню й активізації міжнародного торгового обміну. Водночас туризм слід розглядати і як самостійний вид міжнародних зв'язків.

2. Поняття про туризм

Туризм – одне з важливих соціально-економічних явищ сучасності, що підпорядковане дії об'єктивних законів розвитку людського суспільства. Як вид людської діяльності й галузь економіки, туризм активно розвивається, і в майбутньому його значення безсумнівно зростатиме.

Туризм – найдинамічніша галузь сфери послуг. Потреба у відпочинковій стимулюється урбанізацією, науково-технічною революцією, загальним підвищенням життєвого рівня тощо.

Туризм – різновид рекреації, один із видів активного відпочинку. Він відображає характерну тенденцію сучасності, коли перевага віддається розвитковій динамічного відпочинку, у процесі якого відновлення працездатності поєднується з пізнавальною діяльністю.

3 економічного погляду туризм – це особливий вид споживання матеріальних та духовних благ, послуг і товарів, що виокремлюється в самостійну галузь господарства.

У деяких країнах туризм став вагомою статтею доходів держави і належить до найперспективніших галузей національної економіки. В Україні туризм визнано однією з галузей, що потребують пріоритетного розвитку.

У законі України „Про туризм” зазначено, що туризм – це тимчасовий виїзд (подорож) осіб з постійного місця проживання з пізнавальною, оздоровлювальною, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою на термін від 24 годин до одного року поспіль, без зайняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування.

На нашу думку, туризм – це вид рекреації, пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровлювальними, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями.

3. Класифікації туризму. Види і форми туризму

Для територіальної організації та планування туристського господарства важливе значення мають класифікації туризму, сутність яких полягає у виокремленні класів, форм і видів туризму за найрізноманітнішими напрямками.

Досі немає чіткої загальноприйнятої класифікації туризму. Це пояснюється насамперед тим, що практично неможливо виокремити чисті форми і види сучасного туризму.

Класифікація туризму за видами і формами дає змогу розв'язати низку проблем розвитку і територіальної організації туристського господарства, визначати попит на окремі види туристських послуг і на цій підставі розробляти плани розвитку матеріально-технічної бази туризму.

Туризм можна класифікувати за найрізноманітнішими показниками: за метою, засобами пересування, характером, термінами і тривалістю подорожі, засобами розміщення тощо. У класифікації туристських подорожей і розподілі їх на види вирішальне значення має їхня мета. Щоправда, мандруючи, турист ставить перед собою не одну мету. Втім, залежно від індивідуальних потреб туриста, одна з них переважає.

Форми і види туризму різноманітні. Вони залежать від низки чинників:

- наявності й тривалості вільного часу;
- віку, статі, стану здоров'я, рівня духовного розвитку, особистих смаків людей і їхнього матеріального добробуту;
- розмаїтості природних умов і сезонності;
- наявності певних засобів пересування.

З огляду на мету та умови можна виокремити форми і види туризму.

Залежно від виду, туризм поділяють на:

- внутрішній або національний – подорожі у межах своєї країни;
- іноземний або міжнародний – подорожі поза межами країни.

У Законі України „Про туризм” подається інший поділ. Вказано, що туризм є *іноземний, внутрішній та зарубіжний*. До першого належать іноземці, котрі подорожують територією України, до другої - особи, котрі подорожують в межах своєї країни, і до третьої групи належать громадяни України, які подорожують за кордоном.

За характером організації туризм поділяють на:

- плановий (організований);
- самодіяльний (неорганізований).

Плановий туризм – це внутрішній туризм за маршрутами, розробленими і організованими відповідними туристичними організаціями, з наданням туристам певного комплексу послуг (екскурсійне обслуговування, транспортне перевезення, забезпечення місцями проживання, харчування тощо).

Подорожі груп або окремих туристів, що здійснюються не за планом, передбаченим туристичними організаціями і підприємствами, є самодіяльним (неорганізованим) туризмом.

За кількістю учасників виокремлюють:

- індивідуальний туризм;
- груповий туризм.

Подорож окремої сім'ї або однієї людини за власним планом – це індивідуальний туризм, подорож групи людей – груповий. Хоча деякі теоретики виділяють подорож окремої сім'ї як сімейний туризм.

За термінами і тривалістю подорожей туризм поділяють на:

- короткочасний (туризм „вихідного дня”);
- тривалий.

Короткочасний туризм передбачає перебування людей у туристичній подорожі не більше трьох діб.

За територіальною ознакою внутрішній туризм поділяють на:

- місцевий;
- дальній.

Місцевий туризм передбачає організацію туристичних подорожей у межах рідного краю, а дальній – за його межами.

За інтенсивністю туризм поділяють на:

- постійний;
- сезонний:
 - односезонний;
 - двосезонний.

Під постійним туризмом розуміють рівномірне відвідування туристських районів і населених пунктів упродовж року, а під сезонним – у певний час року. Сезонний туризм поділяють на односезонний і двосезонний. Односезонний туризм поширений у тих районах, які відвідують у певний час року, переважно влітку або взимку, а двосезонний туризм характеризується туристичними потоками і влітку, і взимку.

4. Класифікація туризму в залежності від мети.

Залежно від мети подорожі туризм поділяють на:

- пізнавальний (екскурсійний) – відвідування та ознайомлення з пам'ятними місцями та пам'ятками культури, історії,
- природи;
- оздоровлювально-пізнавальний – поєднання цілей оздоровлення і пізнання;
- курортно-лікувальний – пересування людей, зумовлене потребою поліпшити стан здоров'я;
- спортивний – участь у спортивних заходах;
- вихідного дня – перебування кілька днів за межами міст, також у спеціалізованих зонах відпочинку;
- діловий – відвідування об'єктів за професійним інтересом;
- релігійний;
- зелений;
- аматорський - мисливство, рибальство тощо.

Розгляньмо докладніше деякі з цих видів.

Курортно-лікувальний туризм вважають одним із найстаріших видів туризму, який розвинутий у країнах з найвигоднішим географічним розташуванням та сприятливими кліматичними умовами, що мають бальнеологічні та кліматичні літні й зимові курорти. Для організації курортно-лікувального туризму важливим є цілющий клімат, лікувальні джерела і грязі, мальовничі природні й садово-паркові ландшафти. Розвиток курортно-лікувального туризму зумовлює появу великих і малих туристичних центрів і навіть цілих туристичних комплексів.

Спортивний туризм – це пересування людей у вільний час, щоб займатися спортом.

Він має такі різновиди:

- пішохідний;
- гірський;
- водний (на плотах, байдарках);
- лещетарський;
- гірськолижний;
- велосипедний;
- автомобільний та ін.

Діловий туризм виник порівняно недавно. Першими організованими туристичними подорожами пізнавально-ділового характеру в закордонні країни були поїздки на міжнародні ярмарки і виставки. Кількість поїздок ділових людей збільшилася з розширенням комерційних ринків і поступовим ослабленням митних обмежень, а також завдяки збільшенню швидкості руху транспорту та зниженню транспортних витрат. Міжнародні виставки, ярмарки, аукціони, які відвідують мільйони туристів, -досить прогресивна форма спілкування.

Діловий туризм охоплює групи людей, об'єднаних єдиною метою або фаховими інтересами. Це можуть бути бізнесмени, інженери, лікарі, педагоги, спеціалісти сільського господарства, які здійснюють туристичні подорожі за спеціальними програмами і маршрутами. Поняття „діловий туризм", за сформованою у міжнародному туризмі практикою, охоплює широке коло поїздок:

- ділові поїздки співробітників підприємств для переговорів, участі у виробничих нарадах, презентаціях, збутова діяльність тощо;
- поїздки на конгреси, конференції, виставки, ярмарки, біржі;
- поїздки на спортивні змагання команд, гастролі;
- поїздки офіційних делегацій.

Діловий туризм - один із економічно найефективніших видів туризму у світі. Майже 50% доходів авіакомпаній, 60% доходів готелів складає обслуговування саме цієї категорії туристів.

Релігійний туризм – подорожі, які мають на меті які-небудь релігійні процедури, місії. Історично – це найстаріший вид туризму. Сьогодні особливо помітне прагнення туризму і релігії до якнайтіснішого

співробітництва. У туризмі з релігійною метою можна виокремити такі види поїздок:

- паломництво, тобто відвідування святих місць, щоб вклонитись церковним реліквіям, святиням і взяти участь у відправленні релігійних обрядів;
- пізнавальні поїздки, щоб ознайомитись з релігійними пам'ятками, історією релігії та релігійною культурою;
- наукові поїздки – поїздки науковців, які вивчають різні релігії.

Основними центрами релігійного туризму є Ватикан, Єрусалим, Мекка.

Останніми роками в Україні активно розвивається сільський зелений туризм. Цей вид туризму, сприяючи розвитку малого бізнесу в аграрних регіонах, дає змогу міським мешканцям цікаво та змістовно відпочити у сільських місцевостях. У селі туристи мають змогу ознайомитись з українською народною культурою – піснями, танцями, кухнею, звичаями та обрядами. Ці традиції збереглися. Характерно те, що серед охочих відпочити у сільській місцевості, є не тільки міські мешканці з невеликими статками, а й заможні люди. Це пояснюється не лише тим, що такий відпочинок дешевший, а й бажанням побути далі від міського гаму і суєти, позбутися стресів, спричинених бурхливою урбанізацією. Завдяки зеленому туризмові, з одного боку, мешканці міст отримують здоровий відпочинок за цілком доступними цінами, а з іншого – селяни мають змогу вигідно реалізувати безпосередньо на місці частину виробленої продукції, розвивати власний бізнес.

Крім того, з урахуванням реалій сучасної складної економічної ситуації в Україні, розвиток сільського зеленого туризму не потребує значних капіталовкладень, оскільки передбачає використання чинної інфраструктури сільських населених пунктів, помешкань сільських господарів.

Системний підхід до організації цього нового виду українського туризму може і мусить сприяти розвитку не лише внутрішнього, а й в'їзного туризму. Щоб усі, хто відвідує українську землю, змогли ознайомитись з її минулим, чудовою природою, пам'ятками архітектури та культури, а головне – познайомитись з людьми, щирими, гостинними, доброзичливими, без яких усе розмаїття туристичних об'єктів залишилось би мовчазним тлом для туристів.

Туризм також поділяють на активний і пасивний. Суть такого поділу – визначення видів пересування й інтенсивної діяльності людини у процесі туризму.

Активні види туризму передбачають види відпочинку і подорожей, розваг, спорту (скалелазіння, спортивні ігри, плавання на плотах по бурхливих ріках, підводний туризм тощо), що потребують значного фізичного навантаження і доступні не всім категоріям туристів.

Пасивні види туризму орієнтовані на спокійнішу і менш напружену, щодо фізичних навантажень, програму туру або туристської подорожі. Вони розраховані на осіб, схильних до розміреного відпочинку, пізнавальних турів, що потребують менш напруженого циклу переміщень і фізичних навантажень. Це відпочинок на морських, гірських, водолікувальних курортах, оздоровлювальні тури. Це стосується і турів для сімей з дітьми, туристів похилого віку і пенсіонерів.

Отже, класифікаційні системи щодо туризму достатньо чіткі, стрункі й ґрунтовні. Втім, виникають труднощі у порівнянні українських та закордонних класифікаційних систем. Це зумовлено здебільшого диференціацією рекреаційних ресурсів та різним соціально-економічним становищем країн. Тому брали до уваги специфіку виокремлення видів туризму щодо України. Окрім того, більшість українських класифікацій застарілі й потребують суттєвого оновлення.

ЛЕКЦІЯ 2

Тема: СЕГМЕНТИ СФЕРИ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Питання для розгляду:

1. Туристична індустрія.
2. Організатори туризму.
3. Перевезення:
 - класифікація транспортних подорожей і транспортних засобів;
 - основні види транспортного обслуговування туристів.

1. Туристична індустрія

Бурхливий розвиток масового туризму у світі зумовив відповідний розвиток індустрії туризму і суміжних галузей економіки, науки і культури, системи освіти.

Зважаючи на ці передумови, туристична індустрія – сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

На сучасному етапі розвитку у сфері туризму діють різноманітні типи підприємств, що здійснюють туристичну діяльність:

- організатори туризму (туроператори і туристичні агентства),
 - перевізники,
 - готелі й інші підприємства системи розміщення,
 - підприємства громадського харчування,
 - заклади системи розваг,
 - інші туристичні й суміжні з ними послуги, до яких варто віднести:
 - підприємства банківської сфери,

- послуг страхування,
- інформації та інші.

2. Організатори туризму

До організаторів туризму, як зазначає відомий російський науковець М.Б.Біржаков, належать два види підприємств сфери туризму: *туроператор* і *туристичне агентство*, які, по суті, не надають туристичних послуг, а лише здійснюють посередницькі функції між споживачем і безпосередньо виробником послуг, їхня діяльність – це також послуга. У туристичному законодавстві деяких країн світу ці підприємства так і називають, відповідно до їхнього призначення і характеру функцій, – організаторами туризму.

Туристичний оператор – суб'єкт туристичної діяльності, що здійснює виробництво, просування та реалізацію власного туристичного продукту.

Під формуванням туру розуміють складання впорядкованих та взаємопов'язаних за термінами, метою, узгоджені за вартістю, якістю, послідовністю послуг та робіт й укладення договорів на їх надання.

Туристичний оператор, за класичною схемою діяльності, здійснює тільки гуртовий продаж туристичного продукту туристичним агентам-гуртовикам, які розподіляють продукт по районах і регіонах, і продають через місцеві туристичні агентства.

Роздрібний продаж турів безпосередньо споживачеві-туристу – здійснює туристичне агентство. Фактично серед підприємств сфери туризму кількість туроператорів становить 5%, а турагентств – 95%. Туроператор також відповідає за виконання туристичного продукту перед споживачем (туристом).

Туристичне агентство (туристичний агент) – суб'єкт туристичної діяльності, яка здійснює функції роздрібного продажу туристичних послуг і турів споживачу – туристові або корпоративним клієнтам. З туроператором або туристичним агентством-гуртовиком-його пов'язує агентський договір, за яким можуть бути передбачені різні форми взаємодії і взаєморозрахунків у сфері фінансів і навіть певний перерозподіл відповідальності. Як продавець (якщо тільки його функції за агентським договором полягають власне у цій посередницькій функції), турагент несе обмежену відповідальність за туристичний продукт.

У сфері агентування розрізняють декілька видів діяльності:

– продажу турів від особи і за дорученням підприємства. У туристичній пугівці завжди повністю вказують усі реквізити туроператора й агента, який здійснив такий продаж;

– продажу турів від своєї особи, але із зазначенням належності туристичного продукту до певного туроператора;

– продажу туристичного продукту від своєї особи (без зазначення належності цього продукту до конкретного тур оператора), наприклад, якщо утворюється сукупний туристичний продукт. У такому разі

агентство само виступає туроператором із усіма наслідками, що випливають, і ступенем відповідальності.

Туристичне агентство пов'язане з туроператором або іншим оператором послуг телекомунікаційними комп'ютерними мережами, наприклад, глобальними міжнародними і національними мережами автоматизованого бронювання, що надають доступ агентів до потужних інформаційних баз даних і систем бронювання туристичних послуг. Сьогодні формується прямий продаж турів споживачеві через мережу Інтернет, але автоматизації піддаються тільки етапи інформації споживача і пропозиції продукту, його резервування за заявкою клієнта, в окремих випадках передбачається й оплата, наприклад, якщо подано рахунок у банк або ж номер кредитної картки.

3. Перевезення

Подолання простору – одна з найважливіших передумов туристичної подорожі. Послуги перевезення – постійний компонент у структурі туристичної справи.

Перевезення – це сукупність засобів транспорту, шляхів сполучення, засобів управління і зв'язку, а також різноманітних технічних пристроїв, механізмів і споруд, що забезпечують їхню роботу. До засобів транспорту належить рухомий склад різних видів транспорту – локомотиви, вагони, морські й річкові судна, літаки, автобуси, автомобілі тощо.

Шляхи сполучення – це автомобільні дороги, залізничні й водні шляхи, повітряні лінії, монорейкові та канатні дороги, спеціально змонтовані для руху транспорту та перевезення вантажів і пасажирів.

До споруд, що забезпечують роботу транспорту, належать локомотивні й вагонні депо, гаражі, стоянки, автобази, станції техобслуговування, пасажирські станції, вокзали, летовища, пристані.

З інтенсивним зростанням кількості туристичних поїздок здійснюється будівництво нових летовищ, залізничних і морських вокзалів, інших споруд, розширюються чинні потужності, збільшується їхня пропускна спроможність. Якісне вдосконалення матеріально-технічної бази транспорту, пов'язане з розвитком туризму, визначається передусім активними вимогами туристів до комфорту, безпеки, швидкості та зручності під час подорожі. Конкретно воно здійснюється за такими напрямками:

- збільшується технічна швидкість транспортних засобів. У повітряному транспорті, наприклад, максимальна швидкість з 400-500 км/год у 50-і роки ХХ ст. досягла сьогодні 900-1000 км/ год. На залізничному транспорті деяких країн швидкість поїздів досягає 160-200 км/год, а на деяких дільницях - 250 км/год. Якісне покриття автодоріг, як і технічне вдосконалення у конструкціях сучасного автомобіля, збільшило швидкість його руху (140-160 км/год);

- скорочується час подорожі завдяки встановленню прямих транспортних сполучень на основних напрямках туристських потоків;

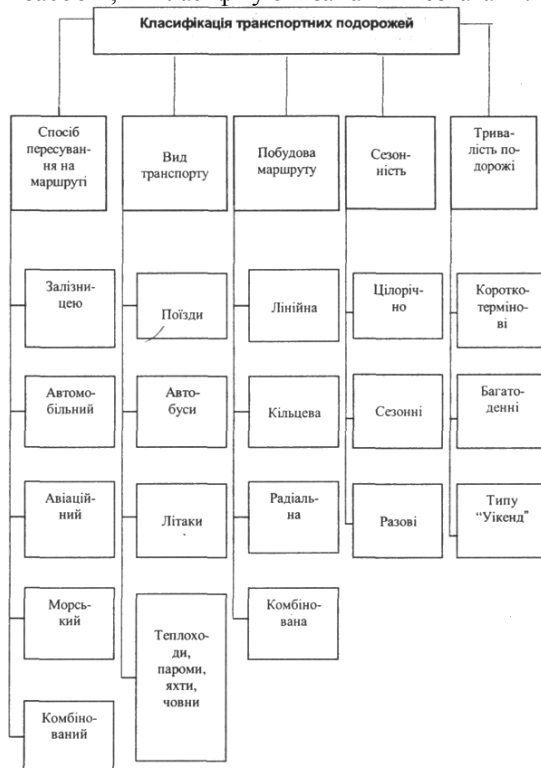
- останнім часом значно підвищено комфорт на транспортних засобах. Поліпшено інтер'єр транспортних засобів, що особливо характерно для тих, якими найчастіше користуються туристи.

Специфіка туристського споживання визначає велике значення якісних показників у виборі того чи іншого транспортного засобу. З уваги на це, в окремих країнах введені категорії транспортних засобів. За конкретними показниками туристські автобуси поділяють на чотири категорії – від однієї до чотирьох зірок.

У туристській практиці застосовують також транспортні засоби, які урухомлюють люди або тварини, як, наприклад, рикші, велорикші, вози, запряжені кіньми, верблюдами, биками тощо, а також коні й верблуди для верхової їзди. Ці транспортні засоби переважно застосовують у пересуванні туристів на маршруті.

Класифікація транспортних подорожей і транспортних засобів

Транспортні подорожі розглядають як самостійний вид туризму. Транспортні подорожі – це подорожі організованих груп туристів за путівками (ваучерами) за розробленими маршрутами з використанням різноманітних транспортних засобів, їх класифікують за такими ознаками:



- способом пересування на маршруті;
- видом транспорту, яким користуються;
- побудовою маршруту;
- сезонністю;
- тривалістю подорожі.

Найбільшою популярністю користуються автобусні, авіаційні, залізничні подорожі (майже 88% від загального обсягу транспортних подорожей).

У плануванні своєї подорожі турист враховує такі чинники, як швидкість прибуття до кінцевого пункту подорожі, комфорт подорожі, вартість, можливість перевозити багаж, його вага, можливість зупинитися на маршруті, умови харчування, рівень шуму, вібрації, умови для сну і відпочинку, можливість якнайбільше і якнайповніше оглянути довкілля і, звичайно, – безпека.

За пріоритетністю ці вимоги розташовані в такій послідовності:

- безпека подорожі;
- вартість та різноманітні знижки і пільги;
- комфортабельність;
- швидкість доставки;
- інші чинники.

Що більший набір позитивних чинників, то вища вартість транспортної подорожі, однак жодний транспортний засіб не задовольнить усього комплексу вимог.

Перевезення туристів повітряним транспортом здійснюють як рейсовими, так і чартерними літаками. Туристи користуються послугами як національних, так і закордонних перевізників.

Авіаційні подорожі здійснюються на регулярній, сезонній або разовій основі.

Туристів перевозять на внутрішніх водних артеріях спеціальними річними (в деяких випадках класу „ріка-море“) комфортабельними пароплавами місткістю 250, 300 і 400 пасажирів. Каюти поділяються на одномісні, двомісні, три-чотиримісні та сімейні. Пароплави цього класу обладнані усіма атрибутами комфорту і відпочинку: м'якими меблями в каютах, кондиціонерами, холодильниками, міні-баром; до послуг пасажирів солярії, бари, сауни, музичні салони, відеокінозали. На морських міжнародних лініях працюють переважно багато-палубні висококомфортабельні круїзні судна, місткістю від 96 до 788 пасажирів. До цих атрибутів комфорту слід додати обладнані бізнес-класи для семінарів і симпозіумів, басейни, ліфти, спортивний комплекс, можливість приймати на борт туристів з автомобілями, телефонізація, комплекси побутових послуг.

Водні туристичні мандрівки й екскурсії здійснюються також на інших транспортних засобах: річкових „трамваях“, підводних човнах, яхтах, вітрильниках, катамаранах, човнах, байдарках, плотах тощо.

У туристичному сполученні залізницею використовують спеціалізовані туристичні поїзди, що працюють як у графіковому, так і спеціальному режимі руху. Вони складаються, зазвичай, із 12 пасажирських вагонів, 2-3 вагонів-ресторанів, вагона-клубу.

Особливою формою туристичної подорожі є круїзи. Круїзом називається туристична поїздка на водному або залізничному транспорті, де безпосередньо на транспортному засобі забезпечується перевезення, нічліг, харчування і програма обслуговування поза транспортними засобами під час тривалих стоянок.

Сьогодні усе частіше використовують круїзні кораблі для проведення своїх заходів організатори симпозіумів, конференцій і фестивалів. На світовому ринку круїзного судноплавства з'явився термін „конгресний туризм“.

Цікавою і перспективною формою відпочинку і лікування людей є оздоровлювальні круїзи. Вони суміщають морську подорож і лікування захворювань. Найскладнішим видом цього типу круїзів є лікувальні рейси.

У науковій літературі з туризму виокремлюють освітні рейси. Поширеними стають комбіновані круїзи.

Основні види транспортного обслуговування туристів

Обслуговування залізничним транспортом

Основа діяльності залізничного пасажирського транспорту - здійснення міжнародних і внутрішніх перевезень між містами або регіонами, тобто надання послуг з перевезення.

Залізничний транспорт характеризується високою регулярністю роботи незалежно від кліматичних умов і пір року. Він забезпечує велику перевізну здатність, володіє достатньо високими швидкостями для доставки пасажирів, значною маневрувальністю у використанні рухомого складу, а також має порівняно низьку ціну за перевезення. Ставлення туристичної клієнтури до залізничного транспорту визначається такими характеристиками: надійність, безпека, зручність.

Для виконання пасажирських перевезень залізниця має у своєму розпорядженні технічні засоби, враховуючи рухомий склад, різноманітну техніку пасажирського господарства, пасажирські станції і вокзали. Більшість залізничних станцій має певні засоби, призначені для обслуговування туристів. Це зали очікування, камери схову, платформи для посадки і висадки пасажирів, багажні відділення. Є також спеціальні пасажирські станції з великими вокзалами.

Вокзали – це пасажирські споруди, призначені для обслуговування. Залежно від призначення приміщення вокзалу поділяють на:

- операційні: вестибюль, довідкове бюро, касова зала, приміщення

для приймання і видавання багажу, пошта, телеграф;

- культурно-побутового обслуговування пасажирів: зали очікування, ресторани, буфети, кімнати відпочинку, перукарні;
- адміністративно-службові: кабінети начальника вокзалу, чергового.

Працівник туристичного підприємства повинен знати види залізничних сполучень, типи поїздів і вагонів.

На залізниці розрізняють декілька видів сполучень: *пряме, місцеве, приміське, міжнародне, змішане*. *Прямим* сполученням називають поїздку пасажирів двома і більше дорогами. *Місьцевим* – поїздку пасажирів у межах однієї залізниці, але не в приміському сполученні. *Приміське* сполучення – це поїздка пасажира в межах приміських зон, але не більше 150 км. *Міжнародне* сполучення – це поїздка пасажирів залізницею двох і більше держав. *Змішане* сполучення – це поїздка з використанням декількох видів транспорту.

Залежно від швидкості руху бувають швидкісні та пасажирські поїзди. Їх поділяють на:

дальні – курсують на відстані понад 700 км;

місцеві – від 150 до 700 км;

приміські – до 150 км.

У Європі прийнята така класифікація поїздів:

- TD – міжконтинентальний експрес;
- JS – міжнародний експрес;
- JCL – швидкісний суперекспрес;
- TEE – фірмовий експрес;
- EC – швидкісний експрес.

Якість обслуговування на залізничному транспорті залежить від виду поїзда (поштовий, пасажирський, швидкий, фірмовий) і класу розміщення (загальний, плацкартний, м'який, спальний вагони).

За міжнародними правилами, послуги спальних вагонів належать до послуг засобів колективного розміщення, а послуги вагонів-ресторанів – до послуг харчування.

За договором залізничного перевезення, залізниця зобов'язується перевезти пасажира і його багаж до пункту призначення, надавши йому місце в поїзді згідно з купленим квитком, а пасажир зобов'язується сплатити вартість проїзду за встановленим тарифом, а у разі перевезення багажу понад встановлену норму – його вартість.

Факт укладення договору перевезення засвідчує квиток.

Вартість послуг перевезення містить:

- оплату права проїхати дорогою на певну відстань за тарифом перевезення;
- вартість плацкарти (право пасажира на спальне місце у вагонах різного класу);
- плату за страхування від нещасного випадку;

- комісійний збір за послуги з попереднього продажу квитків та ін.

Іноді до вартості послуг додають різні місцеві збори і доплати, наприклад, за доставку квитків додому або на роботу. Додаткові послуги (харчування, напої, постільна білизна) надаються за окрему плату.

На залізничному транспорті існує поняття – *композиція потягу*, його складу. Під цим поняттям розуміють порядок розташування у складі пасажирського поїзда різного типу вагонів, тобто схему складу поїзда. Щоб поліпшити використання пасажирських вагонів велике значення має уніфікація, тобто одноманітність схем складу поїзда. До складу поїзда, зазвичай, входять такі вагони: 1-2 м'яких, 5-8 купейних, 7-8 плацкартних, 1 вагон-ресторан, багажні й поштові вагони. Для туристично-екскурсійного поїзда далекого сполучення прийнята єдина система формування потягу. Якщо у потягу є три вагони-ресторани, то їх розміщують під номерами 4, 8, 12, якщо два вагони-ресторани, то їхні номери переважно 6 і 10.

Найпоширенішими для туристично-екскурсійних поїздів є цільнометалевий купейний вагон, у якому є 10 купе на 38 місць.

Існує три види туристичних залізничних перевезень:

- формується повністю турпоїзд;
- у поїзді виділяють один вагон для туристів;
- туристи їдуть самостійно.

Останнім часом в Україні чартерні перевезення на спеціальних туристських поїздах по лінійних, кільцевих і радіальних екскурсійних маршрутах практично не здійснюються.

Обслуговування автомобільним транспортом

Автобусний транспорт забезпечує перевезення туристів на великі відстані (за розкладом або поза ним) та одноденні екскурсійні поїздки. Автобуси використовують і для організації трансферу, а також на внутрішньому маршрутному пересуванні туристів у країні перебування.

Пасажирський автомобільний транспорт, який використовується для перевезення туристів, представлений різноманітними видами автобусів. Вони відрізняються за своїм призначенням і місткістю. Призначення автобуса визначає його конструкцію. За своїм призначенням автобуси поділяють на міські, приміські, міжміські, міжнародного призначення (туристичні).

Автобус як туристичний транспортний засіб найвигідніший під час короткочасних туристичних поїздок, міських оглядових екскурсій, поїздок пам'ятними місцями, групових туристичних подорожей з різною метою, подорожей для участі у спеціальних подіях. Туристичні фірми використовують автобуси для відвідування туристами концертів, спортивних та культурних заходів, обслуговування конгресів, ярмарків, виставок. Фактично автобус – єдиний транспортний засіб для виконання так

званих трансфер-перевезень туристів на відрізках маршруту: летовище – готель –летовище, вокзал – готель – вокзал.

Позитивне уявлення про автобус, як туристичний транспортний засіб, містить такі характеристики, які вирізняють його серед туристичної клієнтури:

- зручний, доступний;
- практичний, не потребує особистої ініціативи для резервування місць, використання додаткових транспортних засобів;
- комфортний для сидіння, огляду довкілля, обладнаний відповідно до вимог частини клієнтури;
- транспортне добре пристосовується – не пов'язаний з певними лініями руху, створює умови для контакту з довкіллям;
- досить дешевий.

Для туристів, які мають позитивне уявлення про автобус, він є головним транспортним засобом навіть тоді, коли подорож поїздом або літаком буде для них дешевшою і швидшою.

Негативне уявлення про автобус конкретизується такими характеристиками:

- транспортний засіб для коротких відстаней;
- небезпечний транспортний засіб;
- транспортний засіб для пенсіонерів;
- низький рівень комфорту, відсутність належних вигод.

Автобусний транспорт поділяють за класами розміщення.

Автобуси категорії „люкс" мають бари, столи для переговорів на 26 пасажирів, кожний стіл обладнаний мікрофоном. В автобусі є відеосистема (VHS), епідіаскоп і телефакс.

Автобуси напівтуристського класу призначені для переїздів на невеликі відстані, трансфери тощо. Вони вміщують до 54 пасажирів і обладнані невідкидними сидіннями туристського класу.

На думку фахівців, щоб поліпшити обслуговування пасажирів і туристів в Україні, слід збільшити питому вагу автобусів великої й особливо великої місткості.

Перевезення туристів повітряним транспортом

Особливістю повітряного транспорту, яка відрізняє його від наземних видів транспорту, є швидкість перевезення пасажирів, враховуючи весь час, який потрібно затратити пасажирові від моменту вильоту з місця відправлення до місця призначення. На коротких відстанях (до 500 км) залізничний і автомобільний транспорт мають перевагу над повітряним транспортом завдяки значно меншій витраті часу на наземне обслуговування. Однак за збільшення великих відстаней перевезення пасажирів віддають перевагу повітряному транспорту.

Найактивніша категорія пасажирів повітряного транспорту – це туристи.

Авіаційні перевезення у світі здійснюють майже 400 авіакомпаній.

Технічні засоби повітряного транспорту це – летовища, аеродроми, парки для літаків, засоби керування повітряним рухом та обслуговування літаків і пасажирів.

Летовище – це підприємство, яке приймає і відправляє пасажирів, багаж, вантажі й пошту, організовує й обслуговує польоти транспортно-повітряних засобів. Для виконання своїх функцій до складу летовища входять аеродром, аеровокзал, різноманітні наземні споруди і обладнання.

Пасажирський комплекс летовища це – аеровокзал, перон, привокзальна площа, готель тощо.

Авіатранспортні підприємства поряд з регулярними рейсами, які виконуються відповідно до розкладу, здійснюють чартерні перевезення. Чартерні рейси – це рейси поза розкладом.

Чартери як форму організації транспортного обслуговування туристів поділяють на три групи:

- спеціальні чартери – форма авіатранспортного обслуговування, що враховує перевезення групи людей у різні місцевості, літаки впродовж мандрівки перебувають у розпорядженні організації, яка обслуговує туристів. Спеціальні чартери вводять для обслуговування мандрівників, які їдуть на особливі події, конгреси, симпозіуми, спортивні змагання тощо;

- чартерні круїзи, які обслуговують туристів, що відвідують різноманітні місця і під час всієї подорожі групу супроводжує один і той самий транспортний засіб;

- чартери „туди й назад" – широко використовують в авіаційному транспорті, їх ще називають „чартерними ланцюгами". Під час цих польотів, що відбуваються у визначений час (двічі або раз на тиждень), чартерні літаки здійснюють польоти до конкретного місця туди і назад.

Залежно від умов, комфорту, харчування та інших чинників, місця в літаках поділяють на класи:

- перший клас (F);
- бізнес-клас (C);
- економічний клас (Y);
- інші види.

На практиці (залежно від знижок і деяких інших показників) існує майже 20 різновидів класів обслуговування.

Відповідно до тривалості польоту змінюються і форми харчування:

- B (breakfast) – сніданок;
- L (lanch) – обід;
- D (Dinner) – вечеря;
- S (snack) – легке харчування;

- Х (More than one, meal) – багаторазове харчування.

У межах національних перевізників або окремих авіакомпаній встановлені різні пільги для туристів:

- сезонні;
- корпоративні;
- для пасажирів з дітьми;
- групові;
- для сімейних пар тощо.

Перевезення туристів водним транспортом

Водний транспорт – морський і річковий – є видом масового транспорту, який здатний перевозити велику кількість пасажирів. Перевізні спроможності морського транспорту досить велика. Вона обмежена тільки перевізною спроможністю портів і транспортним флотом. Реконструкція чинних і спорудження нових портів, будівництво суден, які мають вищу пасажиромісткість і швидкість руху збільшують перевізну спроможність морського транспорту.

Річковим транспортом здійснюються перевезення пасажирів і вантажів по Дніпру, Дунаю, Чорному і Середземному морях із заходом у річкові порти Румунії, Словаччини, а також морські порти Туреччини, Греції, Ізраїлю, Франції, Італії.

Морські пасажирські перевезення за їх характером і дальністю поділяють на каботажні й закордонні. До каботажного плавання належать сполучення між портами однієї держави. Закордонне плавання – це сполучення між портами даної країни та інших держав.

Основна діяльність водного транспорту – задоволення потреб людей у пасажирських перевезеннях, а також у задоволенні попиту на відпочинок упродовж морської подорожі. Особливістю попиту на морські подорожі у нашій країні є досить чітко виражена сезонність. Умовно можна вважати період травень-вересень сезонним періодом, а жовтень-квітень несезонним.

Останні кілька десятиріч послуги пасажирського флоту значно розширилися. Поряд із звичайною доставкою пасажирів у міжпортовому сполученні різні типи пасажирських суден використовують:

- для перевезення пасажирів, які здійснюють ділові поїздки, і туристів з автомобілями на коротких і дальніх маршрутах;
- для різних круїзів, як суто морських, так і комбінованих;
- для доставки організованих пасажирських контингентів (учасників фестивалів, олімпіад тощо);
- для проведення конгресів, симпозіумів в умовах морської подорожі.

Перевезення туристів на внутрішніх водних артеріях проводять спеціалізовані комфортабельні теплоходи місткістю 250, 400 пасажирів. На

міжнародних лініях працюють комфортабельні круїзні судна, які вміщують до 2000-2500 пасажирів.

Особливою формою морських туристичних подорожей є круїзи. Судноплавні компанії практикують майже 10 видів різноманітних круїзів. Найпоширенішими у світі є так звані класичні круїзи, їх тривалість - 10-20 днів. Характерним для них є велика кількість заходжень в порти, різноманітні екскурсії, велика програма розваг.

Серед інших видів круїзів слід виокремити такі:

- „конгресний туризм“;
- оздоровлювальні круїзи;
- лікувальні круїзи;
- освітні круїзи;
- комбіновані круїзи.

Тривалість круїзу – 14 днів. Вартість круїзу визначається з розрахунку розміщення в каюті двох осіб. При одномісному розміщенні в каютах категорій AA і BB оплачується вартість всієї каюти. Розміщення в каютах категорії GG оплачується 160% вартості каюти.

Вартість річкових круїзів визначається величиною фрахту, категорією судна, комфортабельністю кают, експлуатаційними видатками, а також зборами за прохід каналів, вартістю берегових послуг, податками тощо.

Залізничні, судноплавні й автобусні компанії активно входять у туристичний бізнес. Судноплавні компанії організують круїзи і екскурсії, залізниці здійснюють туристські поїздки за пільговими тарифами, а автобусні компанії самостійно організують автобусні екскурсії та подорожі. Автомобільні компанії проникають в сферу туризму, надаючи послуги прокату автомобілів у країні перебування.

Внаслідок неперервного зростання частки туристів у світовому пасажиропотоці, транспорт відіграє і надалі відіграватиме велику роль в туристичному бізнесі.

ЛЕКЦІЯ 3

Тема: ОРГАНІЗАЦІЯ ПОСЛУГ РОЗМІЩЕННЯ

Питання для розгляду:

Готельна індустрія.

Заклади розміщення туристів. Види готелів

Системи класифікації готелів

1. Готельна індустрія

Розміщення – один з найважливіших елементів туризму. Немає розміщення (ночівлі) – немає туризму. Готельна індустрія – суть системи гостинності. Вона і виходить із найдавніших традицій, характерних практично для будь-якої суспільної формації в історії людства – поваги гостя, святковість його прийому та обслуговування.

Перші вияви розвитку готельної індустрії слід шукати в час зародження туризму як такого.

Для прикладу – античні часи, з яких і дійшли до нас відомості про місця для розміщення приїжджих у зв'язку з торгівлею, паломництвом, лікуванням. У Давній Греції великий поштовх у цій сфері спричинили Олімпійські ігри, на які з'їжджалися учасники і глядачі з усієї країни, котрим потрібно було надати місце для проживання або притулок. Першими попередниками сучасних готелів були кімнати, а подекуди і цілі будинки, які були в монастирях, релігійних центрах або місцях паломництва для місіонерів та інших мандрівників.

В епоху Середньовіччя будинки при монастирях для надання притулку подорожнім з безкоштовним харчуванням називалися „xenodokbeious” (з грецької „місця для відпочинку”). Утім з плином часу такі місця давали прибуток і переросли у бізнесову діяльність, яка вже почала формуватися у XIII ст. нашої ери. Як доказ цього утворення Асоціації власників постійних дворів, що виникла 1282 р. у Флоренції (Італія).

Із підвищенням життєвого рівня життя населення в наступних сторіччях, підвищувався рівень обслуговування. Причиною того став туризм елітних верств населення. У XVIII ст. значного розвитку набули „кавові салони”, тобто кав'ярні, які відкривали при постійних дворах. Скромні пансіонати і „кімнати для гостей”, у будинках священнослужителів чи монастирях, замінили перші готелі. Одним із них у Європі вважають готель Генріха IV, побудований у Нанті 1788 р. Згодом, 1801 р., у Німеччині відкрили першокласний готель „Бадіше Хоф” в Баден-Бадені, а у Центральній Швейцарії 1812 р. готель „Рігі-Клестерлі”. У цей період становлення туризму будували передусім розкішні готелі, які обслуговували представників аристократичних верств населення, дворянства, вищого офіцерства”.

У другій половині XIX ст. надзвичайно швидко розвивався готельний бізнес, бо до готельних підприємств додаються перші бюро подорожей, завдання яких – організувати туристичні поїздки і реалізовувати їх споживачеві. А звідси і нові вимоги туристів до умов проживання, що спонукало власників надавати все більше і більше нових послуг, аж до будівництва розкішних апартаментів з високим рівнем комфорту. Згодом такий розвиток привів до створення так званих готельних ланцюжків.

2. Заклади розміщення туристів. Види готелів

Закладами розміщення туристів називають будь-які об'єкти, де туристам надають епізодично чи регулярно місце для ночівлі.

До закладів розміщення туристів належать: готелі, мотелі, кемпінги, ботелі, туристичні бази, пансіонати, ротелі, флотелі, бунгало та інші. За міжнародними рекомендаціями (ВТО), заклади розміщення поділяють на чотири групи (**див. рис.**):

готелі й аналогічні заклади розміщення;

комерційні та соціальні заклади розміщення;
 спеціалізовані заклади розміщення;
 приватні туристичні заклади розміщення.

Готелі й мотелі – основні заклади розміщення, а всі інші – додаткові.

Основні заклади розміщення

Готелі – найпоширеніший стаціонарний тип розміщення туристів, їх характеризує високий рівень матеріально-технічної бази і сервісу. У літературі з туризму виокремлюють різні типи готелів:

Туристичний готель – це особливий тип готелю,

Ботокемпінг – рекреаційний заклад сезонного типу зі спорудами та засобами для технічного обслуговування плав-засобів. Розташовується у проміжних пунктах лінійних водних туристських маршрутів. Місткість 50-200 місць.

Мотокемп – туристична установа комбінованого типу, як мотель, що діє упродовж року і кемпінг, що функціонує влітку.

Заклади розміщення туристів та мандрівників					
Готелі та аналогічні заклади		Комерційні та соціальні заклади		Спеціалізовані заклади	
	Готелі		Туристичні бази		Ротелі
	Мотелі		Молодіжні готелі		Ботелі
	Пансіонати		Кемпінги		Флотелі
	Інші		Бунгало		Альпготелі
			Будинки відпочинку		Притулки
			Інші засоби розміщення		Засоби розміщення на транспорті

Спеціалізовані заклади розміщення

До них належать готельні заклади, в яких розміщують переважно тих, хто займається кваліфікованими активними видами туризму, такими як водний, кінний, повітряний, автотуризм тощо.

Ротель – установа туризму, призначена для літнього відпочинку автотуристів, які подорожують автомобілями з трейлерами.

Ботель – рекреаційний заклад, призначений для цілорічного функціонування на зразок турбази, розташований на березі річки або іншої водойми зі спорудами для технічного обслуговування плавзасобів. У системі водних туристичних маршрутів – це початкові, кінцеві пункти або проміжні, з

великою кількістю екскурсійних об'єктів, де необхідне тривале перебування туристів. Ботелі виконують роль центрів радіальних водних маршрутів. Місткість – 100-200 місць.

Флотель (плавготель, готель на воді) – рекреаційний заклад сезонного типу, що функціонує повністю на плаву, з розташуванням спальних і громадських приміщень на дебаркадерах чи застарілих теплоходах. Місткість - 200-300 місць. Дебаркадери можуть блокуватись, утворюючи гавань для прогулянкових суден. Флотель призначений для пересування за маршрутом із зупинкою на 1-3 денний відпочинок у мальовничих місцях. Флотелі можуть швартуватися на березі озера чи водосховища на період навігації та бути опорним пунктом радіальних водних маршрутів. На відміну від ботелів, у флотелях туристам надається широкий асортимент послуг для відпочинку на воді: водні лижі, спорядження для рибальства тощо. Поширені в США, Іспанії, Швейцарії.

Притулки – заклади, які мають не менше 10 нічліжних місць, розташовані в проміжному пункті лінійних або кільцевих туристичних маршрутів і надають готельні послуги передусім особам, які займаються кваліфікованою туристикою.

Приватні заклади розміщення – це будинки або кімнати в приватних приміщеннях, які надають власники під час туристичного сезону туристам для відпочинку; в містах, які відчувають дефіцит нічліжної бази, частину приватних квартир використовують цілорічне.

У всіх туристичних закладах розміщення передбачені такі чотири основні групи послуг:

- розміщення;
- харчування;
- дозвілля;
- побутове обслуговування.

Згідно з рекомендаціями ВТО всі засоби розміщення можна представити двома категоріями – колективними та індивідуальними.

До колективних закладів розміщення туристів належать готелі та аналогічні заклади, спеціалізовані заклади, інші колективні засоби розміщення туристів.

До індивідуальних засобів розміщення належить власне житло – квартири, особняки, котеджі, котрі використовують відвідувачі-резиденти, кімнати, що орендують у приватних осіб чи агентств, кімнати, що надають безкоштовно родичі та знайомі.

Спеціалізовані заклади розміщення також призначені для обслуговування туристів. Вони не мають номерів. Тут вихідною одиницею може бути житло, колективна спальня, майданчик. Крім надання туристам місця для ночівлі, заклади можуть здійснювати й інші види діяльності. Прикладами таких спеціалізованих закладів є оздоровлювальні заклади, табори, заклади

розміщення у громадських видах транспорту (поїзди, морські та річні судна) тощо. Тут функція надання місця для ночівлі не є головною.

До інших колективних засобів розміщення належать передусім житло, призначене для відпочинку. Прикладами цієї групи засобів розміщення є готелі квартирного типу, комплекси будинків чи бунгало. Ці приміщення мають єдине управління, їх здають за оплату, в оренду, безкоштовно, особа (особи) чи організація.

До складу інших колективних закладів розміщення входять об'єкти (з єдиним керуванням) на майданчиках для кемпінгів, у бухтах для малих кораблів.

Клієнтові надається нічліг та низка послуг: інформаційні, торгові, розважальні тощо. Студентські гуртожитки, будинки відпочинку для людей похилого віку та аналогічні об'єкти соціального значення потрібно також вважати іншими колективними закладами розміщення.

У класифікації за режимом експлуатації розрізняють готелі цілодобової, сезонної, змішаної дії. А за місцем розташування – готелі у місті та готелі на воді.

Готелі розрізняють ще й за кількістю спальних місць. В американській та українській практиці дотримуються такої типології готелів за місткістю: менше ніж 100 місць – малі готелі, від 100 до 500 – середні, понад 500 – великі.

За рівнем комфорту у міжнародній практиці готелі розрізняють за зірками.

3. Системи класифікації готелів

У класифікації готелів у різних країнах використовують різні системи, яких сьогодні понад тридцять. Введенню єдиної класифікації готелів у світі перешкоджає низка чинників, пов'язаних з культурно-історичним розвитком держав, що здійснюють туристичну діяльність, їхніми національними відмінностями, особливостями в критеріях оцінювання якості обслуговування та інші.

Найпоширенішими класифікаціями готелів є:

- система зірок (від * до *****), що застосовується у Франції, Австралії, Угорщині, Єгипті, Китаї, Україні, Росії та інших країнах, що беруть участь в міжнародному туристичному обміні;
- система букв, що застосовується у Греції (А, В, С, О);
- система „корон", що характерна для Великобританії;
- система балів (від 100 балів - категорія *) до 290 балів (категорія *****) – на основі індійської системи класифікації;
- система розрядів та інші.

При всьому різноманітті підходів до системи класифікації готелів на сучасному етапі їх можна об'єднати в дві головні групи: „європейський тип",

основою якою є французька національна система і бальна оцінка, заснована на індійській національній системі.

Французька національна система передбачає поділ готелів на п'ять категорій: „1 зірка“, „2“, „3“, „4“ і „4 зірки-Люкс“(„5 зірок“).

ЛЕКЦІЯ 4

Тема: ОРГАНІЗАЦІЯ ОСНОВНОГО ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ В ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Питання для розгляду:

- 1. Вимоги до приміщень готелів усіх категорій**
- 2. Служби готелю**
- 3. Основні положення міждержавного стандарту ГОСТ 28681.4-95***

1. Вимоги до приміщень готелів усіх категорій

До готелів усіх категорій однаковими є такі вимоги:

- готель повинен мати зручні шляхи під'їзду з відповідними дорожніми знаками, майданчик з твердим покриттям для тимчасового паркування автотранспорту гостей, вивіску з назвою установи та зазначеною категорією, якщо є окремий вхід до ресторану – вивіску з його назвою;
- готель має бути розташований у сприятливих екологічних умовах;
- у готелі має гарантуватися безпека життя, здоров'я та особистого майна;
- готель має бути оснащений інженерними системами та різноманітним обладнанням.

Будівлі готелів поділяють на головні та додаткові. До головних належать корпуси для проживання, пункти харчування, обслуговування, спортивні комплекси та інші.

До додаткових належать: котельні, пральні, складські приміщення, гаражі та інші.

До готельного комплексу належать і такі споруди: підстанції, насосні станції, артезіанські свердловини, резервуари, каналізаційні колектори та інші комунальні споруди.

Приміщення готелю поділяють на житлові, службові, обслуговувальні та допоміжні.

До житлових приміщень належать: номери, голи, вітальні, куточки відпочинку, коридори. До службових приміщень – ті приміщення, де розташовані адміністративні служби.

Обслуговувальні приміщення це:

- служби зв'язку;
- кіноконцертна зала;

- перукарня;
- хімчистка;
- конференц-зала;
- ресторан, кафе, бар, їдальні;
- торгові підприємства;
- приміщення для спортивних, медичних, оздоровлювальних послуг;

- туристичний кабінет.

Допоміжні приміщення:

- склади;
- пральні;
- кімнати для білизни та для прасування;
- ремонтні майстерні тощо.

За функціональним призначенням у готелі виокремлюють такі приміщення:

- групи приміщень вестибулю;
- житлову частину;
- приміщення для харчування гостей;
- приміщення торгово-побутового обслуговування;
- приміщення для розваг;
- приміщення для занять спортом;
- службові приміщення;
- побутові приміщення;
- технічні приміщення.

Група приміщень вестибулю – одна з найвідповідальніших частин готелю, адже й у ній зустрічають і відправляють гостей.

У ресторанах, барах, кафе та інших підприємствах харчування особи, що проїжджають, поряд із харчуванням, можуть розважатися та спілкуватися.

Великий склад приміщень розважального призначення –кіноконцертні, банкетні, танцювальні зали. Спортивні споруди представлені басейном, спортзалами, боулінгом тощо. Приміщення для ділових зустрічей – це конференц-зали, зали для ділових та банківських операцій, виставкові зали.

У групі приміщень торгово-побутового обслуговування надають послуги клієнтам: торгові підприємства, перукарня, хімчистка, фотографія, ательє тощо.

Службові та побутові приміщення готелю забезпечують умови роботи, побуту, харчування персоналу.

У технічних приміщеннях розташовані служби, що контролюють роботу техніки кондиціонування, централізованого прибирання, зв'язку, сигналізації та інших систем життєзабезпечення готелю.

Функціональною зоною готелю є територія поблизу готельної будівлі. Вона забезпечує ізоляцію клієнтів та персоналу готелю від довкілля (шум, загазованість та ін.), доступність для приїжджих.

Біля готелю передбачають місце для відпочинку гостей, паркування транспортних засобів, стоянку. Перспективним є також використання підземного простору території готелю.

2. Служби готелю

Організаційна структура готельного підприємства залежить від призначення готелю, його місце розташування, специфіки відвідувачів та інших чинників.

Основні служби готелів:

- служба управління номерним фондом;
- адміністративна служба;
- служба громадського харчування;
- комерційна служба;
- інженерні (технічні) служби;
- допоміжні та додаткові служби.

Служба управління номерним фондом займається розв'язанням питань, пов'язаних із бронюванням номерів, прийманням туристів, що прибувають до готелю, їхньою реєстрацією та розміщенням у номерах, а також відправленням додому або до наступного пункту маршруту подорожі після закінчення туру, забезпечує обслуговування туристів у номерах, підтримує належний санітарно-гігієнічний стан номерів та рівень комфорту в житлових приміщеннях, надає побутові послуги гостям.

Адміністративна служба відповідає за організацію управління всіма службами готельного комплексу, вирішує фінансові та кадрові питання, створює та підтримує належні умови праці для персоналу готелю, контролює дотримання встановлених норм і правил з охорони праці, техніки безпеки, протипожежної та екологічної безпеки.

Служба громадського харчування забезпечує обслуговування гостей готелю, в ресторанах, кафе чи барах готелю, організовує та обслуговує банкети, презентації.

Комерційна служба займається оперативним та стратегічним плануванням, аналізує результати господарської та фінансової діяльності.

Інженерні (технічні) служби створюють умови для функціонування систем кондиціонування та теплозабезпечення, санітарно-технічного обладнання, електротехнічних засобів, служб ремонту та будівництва, систем телебачення та зв'язку.

Допоміжні служби забезпечують роботу готельного комплексу, надаючи послуги пральної, служби білизни, служби прибирання приміщень, послуги складу та ін.

Додаткові служби надають платні послуги, наприклад, перукарня, басейн, сауна, солярій, спортивні будівлі та інші підрозділи.

Вимоги до обслуги готелів

Вимоги до обслуги готелів можна умовно поділити на такі групи:

Кваліфікація (до всіх категорій готелю)

Увесь персонал обслуги повинен пройти професійне навчання. Ступінь підготовки повинен відповідати рівневі тих послуг, які вони надають. Один співробітник мусить бути добре підготовленим щодо гарантування безпеки мешканців у готелі, інший - щодо питань безпеки у сфері громадського харчування.

Знання іноземної мови

У готелях категорії одна зірка (*) працівникам служб приймання-розміщення достатньо знати одну іноземну мову, як і в готелях категорії дві зірки (**). У готелях категорій три зірки (***) увесь персонал мусить знати мінімум дві мови, для чотирьох зірок (****) також, але на вищому рівні. А в готелях категорій п'ять зірок (*****) усі працівники, що мають контакти з персоналом, мають знати три іноземні мови.

Поведінка

Персонал усіх категорій готелів мусить уміти створювати на підприємстві атмосферу гостинності, бути готовим добросовісно виконувати прохання мешканців, бути уважним, ввічливим, толерантним, терплячим.

Медичні вимоги

Персонал усіх категорій готелів повинен проходити періодичні медичні огляди, щоб одержати відповідний сертифікат.

Уніформа

Персонал усіх категорій готелів, який контактує з мешканцями, має носити уніформу з ідентифікатором (значок, на якому зазначено посаду, ім'я та прізвище). Форма повинна бути завжди чистою і охайною.

Сьогодні готельна індустрія – це наймогутніша система господарства регіону або туристичного центру і важлива частина економіки туризму.

3. Основні положення міждержавного стандарту ГОСТ 28681.4-95*

МІЖДЕРЖАВНИЙ СТАНДАРТ ГОСТ 28681.4-95*

Класифікація готелів

1. Область застосування

Цей стандарт встановлює класифікацію готелів (мотелів) різних організаційно-правових форм місткістю не менше 10 номерів.

Класифікація не розповсюджується на будинки і приміщення, що наймаються для мешкання.

Стандарт придатний для застосування в цілях сертифікації готелів (мотелів).

2. Нормативні посилання

У цьому стандарті використані посилання на наступні документи:

ГОСТ 28681.0-90 Стандартизація у сфері туристсько-екскурсійного обслуговування. Основні положення

СНіП 2.08.02-89 Громадські будівлі і споруди

СанПіН 42-123-5777-91 Санітарні правила для підприємств громадського харчування, включаючи кондитерські підприємства, що виробляють м'яке морозиво.

3. Визначення

У цьому стандарті застосовують наступні терміни:

Готель – підприємство, призначене для тимчасового мешкання.

Мотель – готель, розташований поблизу автомобільної дороги.

Терміни «умови обслуговування», «якість послуги», «рівень якості туристсько-екскурсійного обслуговування» – по ГОСТ 28681.0.

Категорія готелю, мотелю – класифікаційне угруповання, що характеризується певним комплексом вимог.

* Даний стандарт розроблено Технічним комітетом по стандартизації ТК № 199 «Туристсько-екскурсійне обслуговування». Внесено Управлінням стандартизації і сертифікації у сфері послуг Держстандарту Росії.

Прийнято Міждержавною радою по стандартизації, метрології і сертифікації (протокол № 7-95 від 25 квітня 1995р.)

За прийняття проголосували: Азербайджанська Республіка, Республіка Вірменія, Республіка Білорусь, Республіка Казахстан, Киргизька Республіка, Республіка Молдова, Російська Федерація, Республіка Таджикистан, Туркменістан, Україна.

4. Загальні вимоги до готелів

4.1. Класифікація готелів по категоріях заснована на комплексі вимог до:

- матеріально-технічного забезпечення;
- номенклатури і якості послуг, що надаються;
- рівню обслуговування.

Категорії позначають символом – «*» (зірка). Кількість зірок збільшується відповідно до підвищення рівня якості обслуговування. Готелі класифікують по п'яти категоріях, мотелі – по чотирьох. Вищу категорію готелю позначають – «*****», нижчу – «*», вищу категорію мотеля – «****», нижчу – «*».

4.2. Перелік вимог класифікації складений з урахуванням СНіП 2.08.02, СанПіН 42-123-5777 і наведений в додатку А.

Класифікація готелів, мотелів (далі - готелів) містить мінімальні вимоги для віднесення до певної категорії.

4.3. Вимоги до готелів будь-якої категорії

4.3.1. Готель будь-якої категорії повинен мати зручні під'їзні шляхи з необхідними дорожніми знаками, упорядковану і освітлену прилеглу територію, майданчик з твердим покриттям для короточасного паркування і маневрування автотранспорту (в т.ч. автобусів), вивіску з назвою підприємства і вказанням його категорії, за наявності окремого входу в ресторан – вивіску з його назвою.

Готель, що займає частину будівлі, повинен мати окремий вхід.

4.3.2. Архітектурно-планувальні і будівельні елементи готелю і використовуване технічне устаткування повинні відповідати СНіП 2.08.02.

4.3.3. Готель повинен розташовуватися в сприятливих екологічних умовах.

4.3.4. При мешканні в готелі повинні бути забезпечені безпека життя, здоров'я гостей і збереження їх майна.

У будівлі повинні бути аварійні виходи, драбини, добре помітні інформаційні покажчики, що забезпечують вільну орієнтацію гостей як в звичайній, так і в надзвичайній ситуації.

4.3.5. Готель повинен бути обладнаний системами протипожежного захисту, сповіщення і засобами захисту від пожежі, передбаченими Правилами пожежної безпеки для житлових будинків, готелів.

4.3.6. У готелі повинні дотримуватися санітарно-гігієнічні норми і правила, встановлені органами санітарно-епідеміологічного нагляду в частині чистоти приміщень, стани сантехнічного устаткування, видалення відходів і ефективного захисту від комах і гризунів.

4.3.7. Все електричне, газове, водопровідне і каналізаційне устаткування повинно бути встановлено відповідно до «Правил технічної експлуатації готелів і їх устаткування».

4.3.8. Готель повинен бути оснащений інженерними системами і устаткуванням, що забезпечує:

- гаряче і холодне водопостачання (цілодобове); у районах з перебоями у водопостачанні необхідно мати місткість для мінімального запасу води не менше, чим на добу;

- каналізацію;

- опалювання, що підтримує температуру не нижче 18,5 град. С у житлових і громадських приміщеннях;

- вентиляцію (природну або примусову), що забезпечує нормальну циркуляцію повітря і що виключає проникнення сторонніх запахів в номери і суспільні приміщення;

- радіомовлення і телебачення (підведення у всі номери);

- телефонний зв'язок;

- освітлення в номерах: природне (не менше одного вікна), штучне, що забезпечує освітленість при лампах розжарювання – 100 лк; при люмінесцентних лампах – 200 лк; у коридорах – цілодобове природне або штучне освітлення.

4.3.9. При проектуванні нових і реконструкції старих готелів (мотелів) необхідно передбачати умови для прийому і обслуговування інвалідів, що використовують крісла на колесах, відповідно до вимог нормативної документації.

ЛЕКЦІЯ 5

Тема: ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

Питання для розгляду:

1. Рекреаційні послуги (визначення)
2. Організація видовищно-розважальних послуг
 - 2.1. Система розваг
 - 2.2. Види видовищно-розважальних послуг
3. Організація інформаційно-пізнавальних послуг
4. Спортивно-оздоровчі послуги (визначення)

1. Рекреаційні послуги (визначення)

Рекреація (лат. recreatio – відновлення сил) – система заходів, пов'язаних з використанням вільного часу для оздоровчої, культурно-пізнавальної та спортивної діяльності людей на спеціалізованих територіях, що розташовані поза місцями їхнього постійного мешкання. Рекреація характеризується величиною часу, потрібного для відновлення сил, і діяльністю, спрямованою на це відновлення. Величина рекреаційного часу залежить від характеру виробничих відносин, рівня продуктивності суспільної праці, а також від віку, статі, професії відпочиваючих та інших факторів.

Рекреаційну діяльність за характером організації поділяють на організовану й самодіяльну, за правовим статусом – на відпочинок у своїй країні й іноземний туризм. Необхідною умовою розвитку рекреації є наявність рекреаційного потенціалу – сукупності природних, культурно-історичних і соціально-економічних передумов організації рекреаційної діяльності на певній території. Найважливіша складова частина рекреаційного потенціалу – рекреаційні ресурси. Розрізняють короткочасну з поверненням на ночівлю у місця постійного мешкання та тривалу. Територіальне короткочасна рекреація обмежується при міською зоною. Здійснення тривалої рекреації територіальне практичне не обмежується. Враховуючи різноманітність цілей рекреаційної діяльності, всі функції рекреації об'єднують в такі основні групи: медико-біологічну, соціально-культурну та економічну (просте і розширене відтворення робочої сили, формування господарських систем, що забезпечують задоволення рекреаційних потреб, розширення сфери прикладання праці тощо).

2. Організація видовищно-розважальних послуг

2.1. Система розваг

Турист є споживачем туристичного продукту, який являє собою сукупність туристичних послуг, робіт і товарів, що складається щонайменше з двох або більше одиничних чи множинних туристичних послуг. Туристичні послуги – послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг

тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів. Але для того щоб задовольнити туриста на 100% потрібно подарувати йому незабутні враження і приємні спогади від туру, в чому і полягає мета одного з основних компонентів туру – атракцій.

Атракції – система розваг і заходів, які спрямовані на те, щоб сформувати позитивне враження у туриста від туру. Атракції – це те, за чого людина залишає свій дім і вирушає у туристичну подорож. Вони є важливим елементом повноцінного відпочинку. Більше того, система розваг відіграє вирішальну роль в успішності туру. Про що буде згадувати людина, після повернення з туристичної подорожі? Про те, які чудові умови були під час перевезення? А, може, будуть із захопленням обговорювати із своїми друзями деталі сніданку, який їм довелося скуштувати під час подорожі? Малоімовірно. Якщо якісне перевезення, харчування і розміщення – це лише передумови для відпочинку, то споживання атракцій і є сам відпочинок. Туристи, як правило, згадують приємні враження, отримані під час розваг. Вони із задоволенням будуть ділитися почуттями, пережитими під час якоїсь забави, чи розповідати про занурення в тропічне море, відвідання рідкісного музею або визначної пам'ятки архітектури, сходження на неприступну гірську вершину, чи просто про приємні хвилини, проведені на морському пляжі. Отже, атракції – це той компонент, який перетворює звичайне проведення вільного від роботи часу у повноцінний відпочинок.

Напевно, не можливо скласти універсальний перелік розваг, який буде ідеальним для кожного туриста. Оптимальний підбір розваг може бути знайдений лише при врахуванні таких чинників як національність туриста, його традиції та звичаї, спосіб життя та інші. Екскурсії, прогулянки по місцевості, відвідання музеїв, картинних галерей, пам'яток культури, місць релігійної значимості, споглядання природних явищ або мальовничих ландшафтів, участь у розважальних змаганнях чи іграх, відвідування концертів, спортивних заходів, магазинів, дискотек, ігрових закладів та інших розважальних об'єктів – ось неповний перелік атракцій, які пропонуються туристичними організаторами туристам.

2.2. Види видовищно-розважальних послуг

Екскурсія – організована подорож, що не перевищує 24 години, у супроводі фахівця-екскурсовода за заздалегідь складеними маршрутами з метою ознайомлення з пам'ятками історії, культури, природи, музеями, з визначними місцями тощо. Екскурсія, напевно, є найпоширенішою формою атракцій. Більшість турів включають в свою програму проведення тематичних екскурсій. Цей вид розваг сприймається великою частиною туристів і тому активно інтегрується в більшість турів. Екскурсії мають не лише розважальну функцію, а ще й пізнавальну, що дозволяє поєднувати відпочинок з розширення кругозору і розвитком особистості.

Популярним видом розваг є відвідання парків, атракціонів. Парки атракціонів також орієнтовані на широке коло туристів, вони стануть чудовим

місцем для проведення часу сім'ям з дітьми, романтичною казкою для закоханих, джерелом усмішки та веселого настрою для всіх відвідувачів.

Деякі атракціони можна порівняти з прогулянкою, а деякі можуть стати випробуванням навіть для самих стійких. Іншим популярним видом розваг, який переважно орієнтований на дітей і підлітків, є комп'ютерні атракціони. Ігорна індустрія, яка орієнтується переважно на дорослих людей, відноситься до найулюбленіших розваг туристів. Карти, боулінг, більярд, рулетка, ігрові автомати для багатьох людей невід'ємний елемент відпочинку.

Дайвінг, серфінг, стрибки з парашутом, сноубордінг – це також атракції, але вже екстремального туризму, яким займаються сміливі люди у багатьох країнах світу.

Перелічити всі атракції неможливо. Тим більше, що одна людина може вважати атракцією те, що для іншої сірі будні. Слід пам'ятати лише одне – без атракцій повноцінний відпочинок неможливий, а значить і туризм також. Важливо залишати туристові право вибору. Нав'язування певних розваг може негативно вплинути на настрій мандрівника. Безпосереднє проведення розважального заходу також вимагає раціонального підходу. Потрібно витиснути з цього заходу максимум і подати це туристові у найкращій формі.

Виходячи із вищевикладеного зрозуміло, що планування і проведення атракцій – це дуже відповідальна справа, в якій необхідно враховувати всі деталі. Адже, як відомо, в туристичному бізнесі дрібниць немає. Навіть маленький недолік – небезпека втратити клієнта назавжди і в цьому випадку не допоможе ані 5-ти зірковий готель, ані вишукані страви.

3. Організація інформаційно-пізнавальних послуг

Інформаційні послуги потрібні як власне туристові, так і організаторам туризму.

Турист, готуючись до подорожі, а також і під час неї, потребує додаткової інформації про місце перебування, норми, правила і звичаї місцевості та країни, детальний опис пам'яток, схем і карт, схем транспортних магістралей. Варто нагадати, що перші путівники були видані понад двісті років тому.

Описи подорожей видають у вигляді популярної та спеціальної літератури. У сучасній індустрії туризму велику увагу приділяють виданню яскравих буклетів, проспектів, котрі безкоштовно роздають потенційним туристам. Туристична галузь генерує приблизно в три-п'ять разів більше реклами, аніж яка-небудь інша. Всі великі туристичні центри видають інформаційні CD-диски для туристів і працівників туристичної галузі.

Велике значення мають сучасні електронні засоби інформації, до прикладу, мережа Інтернет, багато тисяч сайтів якої пропонують користувачам детальний опис туристичних центрів, туристичних послуг, пам'яток і навіть віртуальні подорожі, наприклад, електронними музейними експозиціями. У мережі Інтернет можна не тільки вибрати собі подорож і турагентство, а й забронювати туристичну поїздку, квитки, оплатити послуги.

Організатори туризму користуються великим спектром інформаційних послуг. Формуючи туристичний продукт, вони вивчають спеціальні професійні путівники.

Велике значення мають туристичні спеціалізовані виставки. Туристичні виставки призначені переважно для гуртового продажу туристичного продукту. Такі виставки, зазвичай яскраві й багатолюдні, проводяться 4-5 днів. В Україні також щорічно проводять великі міжнародні туристичні виставки, наприклад, у Києві – в жовтні, у Львові – у вересні.

4. Спортивно-оздоровчі послуги (визначення)

Спорт – складова частина фізичної культури; один із засобів і методів фізичного виховання, що спрямоване на всебічний гармонійний розвиток людини, зміцнення її здоров'я. Мета спорту – поряд із зміцненням здоров'я і загальним фізичним розвитком людини досягнення високих результатів і перемог у спортивних змаганнях.

Існують 3 основні взаємопов'язані організаційні форми спорту: масовий самодіяльний спорт, спорт як учбовий предмет та спорт найвищих досягнень. Масовий спорт – умова фізичного удосконалення людини; спорт як учбовий предмет входить до програми всіх типів учбових закладів; спорт найвищих досягнень дає змогу добитися максимальних спортивних результатів.

Практично кожен з цих форм спорту має відношення до рекреаційних послуг та туризму.

ЛЕКЦІЯ 6

Тема: ТУРИСТИЧНІ КАТЕГОРІЇ ПОСЛУГ ХАРЧУВАННЯ

Питання для розгляду:

- 1. Система громадського харчування**
- 2. Принципи функціонування закладів харчування**
- 3. Класифікація підприємств ресторанного сервісу**
- 4. Основні вимоги до закладів харчування**
- 5. Загальні вимоги до підприємств харчування в туризмі**
- 6. Харчування туристів**

1. Система громадського харчування

Харчування – природна потреба будь-якої людини. У туризмі харчування розглядають і як важливий елемент розваги та пізнання місцевої культури, зокрема гастрономії. Національна кухня є важливим елементом культури народу, має чіткі відмінні ознаки, є елементом пізнання і засобом для задоволення.

Заклади харчування - важлива невід'ємна частина індустрії туризму.

Систему громадського харчування утворюють ресторани різного класу, бари, кафе та їдальні, пункти швидкого приготування їжі та самообслуговування.

Вид харчування завжди вказують у складі туристичних послуг: сніданок, напівпансіон, повний пансіон. Напівпансіон (дворазове

харчування) може передбачати сніданок і обід або вечерю. Пансіон – триразове харчування. Також визначають і кількість, а деколи й калорійність харчування, види обслуговування. Кількість різноманітних сніданків залежить від традицій країни або регіону відвідування. Важливий і вид обслуговування гостей (шведський стіл тощо).

Організація харчування має враховувати і медичні аспекти.

2. Принципи функціонування закладів харчування

Головна мета роботи підприємства харчування – задовольнити потреби людей у споживанні їжі. Частково процес споживання їжі збігається з процесом спілкування людей, виховання, відпочинку.

Класифікація підрозділів підприємства харчування будується за трьома ознаками: належність до конкретного виду діяльності, форма участі в основній діяльності, роль у виробництві кулінарної продукції.

Головна діяльність підприємства харчування – це приготування і реалізація їжі. Для розваг відвідувачів комфортабельні підприємства харчування запрошують музикантів, артистів.

Залежно від форми участі в діяльності підприємства виокремлюють підрозділи (цехи), результат роботи яких виражений у кулінарній продукції, і підрозділи (відділи, служби), які не виробляють продукції, а виконують функції організації, що керує виробництвом чи обслуговує його.

В основних цехах готується і реалізується їжа. У підсобних цехах мийуть сировину, тару, зберігають відходи тощо. Допоміжні служби потрібні для функціонування основних цехів і підприємства загалом. Такими насамперед є транспортні, енергетичні, ремонтні служби.

Страва – це єдність продуктів (порцій їжі), які мають кулінарну готовність, повністю придатні для споживання і відпущені споживачеві. На відміну від страв, кулінарні вироби, хоч і мають якість кулінарної готовності, потребують додаткового оброблення в формі підігрівання, оформлення перед подачею тощо.

Для виконання різноманітних технологічних процесів передбачають такі приміщення:

- для приймання і зберігання сировини;
- виробничі;
- для споживачів;
- службові та побутові;
- технічні.

До приміщень для приймання і зберігання сировини належать: приймальна, охолоджувальні комори, холодильники.

Виробничі приміщення (кухня) складаються із заготівельних цехів (м'ясний, рибний, овочевий), підготовчих цехів (гарячий, холодний, кондитерський), сервісної, роздавальні (якщо відвідувачів обслуговують офіціанти), приміщення завідувача виробництва.

Приміщення для обслуговування відвідувачів містить зали для відвідувачів (споживачів), приміщення офіціантів, вестибульну групу приміщень, кімнату для артистів. Якщо відвідувачів обслуговують офіціант, сюди належать також буфет і роздавальня.

До службових і побутових приміщень належать: приміщення дирекції, управлінського персоналу, бухгалтерії, гардеробні й туалетні кімнати, душові кабінки для персоналу і приміщення для харчування персоналу.

Майстерні, служби життєзабезпечення підприємства належать до технічних приміщень.

Заклади харчування класифікують за багатьма ознаками.

За ознакою пов'язаності управління поділяють підприємства, об'єднані в ланцюги, і підприємства, які працюють автономно. До найбільших таких ланцюгів, наприклад, у США, належить „Мак Дональдс" (з кількістю підприємств 9460, річними прибутками понад 12 млрд. доларів), „Бюргер Кінг" та ін.

Залежно від контингенту, який обслуговує заклад, підприємства можуть працювати з постійним контингентом (такі підприємства харчування розміщені при готелях, санаторіях і т.п.), із змінним контингентом, наприклад, міський ресторан.

Заклади харчування розрізняють також за повнотою технологічного циклу, обсягом і характером послуг, видом харчування, режимом роботи, годинами функціонування та іншими ознаками.

Типологізацію закладів харчування здійснюють залежно від форми обслуговування споживачів, характеру діяльності, асортименту страв, які реалізують. Враховують особливості інтер'єру, музичного супроводу, умебловання, столового посуду і білизни, приборів.

До особливих типів закладів харчування належать: ресторан, кафе, бар, буфет, їдальня та ін. Найкомфортабельнішим закладом харчування з найбільшим асортиментом страв вважають ресторан.

За видом обслуговування ці підприємства поділяють на такі, де обслуговують офіціанти, і на такі, де діє система самообслуги.

За режимом харчування туристів ці підприємства надають послуги у вигляді повного пансіону, напівпансіону, спеціального харчування, „шведського столу", харчування для дітей та ін. У деяких готелях у номерах передбачені кухні, міні-бари, а послуга харчування може бути реалізована як у номері (за викликом, за замовленням), так і на підприємствах харчування.

За асортиментом харчування туристів послуги поділяють на комплексне харчування, харчування на вибір, харчування за попереднім замовленням, а також за обслуговуванням урочистих подій, прийомів, ювілеїв, банкетів тощо. Підприємства харчування спеціалізуються на національних стравах (європейська, корейська, китайська, грузинська, єврейська та інші національні кухні).

Підприємства класифікують також за кількістю місць для відвідувачів, режимом роботи (цілодобовий, з обмеженням у часі).

Узагальнена класифікація туристичних підприємств харчування зображена на рис.

Класифікація закладів харчування					
За типом підприємства		За формою власності		За видом обслуговування	
	Ресторани	Приватні	Само-обслуговування		П'ять зірок (5*)
	Кафе				Орендовані
	Бари	Три зірки (3*)			
	Їдальні	Дві зірки (2*)			
	Буфети	Одна зірка (1*)			

Залежно від ступеня технічного оснащення, якості та обсягу послуг, що надаються, місця розташування, ціни, архітектурно-художнього оформлення приміщень, асортименту, ступеня автоматизації та інших показників, підприємства туристичної індустрії харчування поділяють на категорії.

Категорія – ознака підприємства харчування, що характеризує рівень якості обслуговування. Категорії позначають символом – *(зірка). Найвища категорія туристичного підприємства харчування – п'ять зірок, найнижча – одна зірка. Підприємства, що не пройшли сертифікації за європейським стандартом, зберігають стару класифікацію: люкс, вища, перша і друга категорії.

3. Класифікація підприємств ресторанного сервісу

Особливість підприємств ресторанного сервісу, що працюють у сфері туризму, полягає в тому, що вони повинні задовольняти потреби в харчуванні людей з різних країн світу з їх різноманітними смаками та традиціями національної кухні. Спеціалісти стверджують, що традиції харчування належать до найконсервативніших традицій людини, оскільки вони формуються упродовж досить тривалого часу під впливом природних, географічних, соціально-економічних та інших чинників.

Міжнародна туристична практика витворила найрізноманітніші типи підприємств та форми обслуговування туристів.

В колишньому СРСР усі підприємства харчування розподіляли на п'ять цінових категорій: люкс, вища, перша, друга, третя. Цінові категорії

присвоювали за порядком: ресторанам – люкс, вища, перша, друга; кафе загального типу – вища, перша, друга; спеціалізованим кафе – перша, друга; їдальням – друга, третя; буфетам – перша, друга, третя; барам – люкс, вища, перша.

4. Основні вимоги до закладів харчування

Для функціонування закладів харчування неодмінними і типово характерними є такі атрибути діяльності підприємства, як меню, організація приготування їжі, закупівля і зберігання сировини, обслуговування відвідувачів і т.п. Відповідно існують певні норми і правила для здійснення господарської діяльності підприємством. Для всіх закладів харчування існують загальні вимоги (пожежної безпеки, санітарного стану) й типові, залежно від типу закладу харчування.

Найважливішим документом закладу харчування є меню. Це основний документ підприємства, який має оцінювальну, аналітичну і стимулювальну функції.

Меню – це перелік страв, які є у щоденному раціоні, з вільним вибором порційних і чергових страв, комплексних обідів, банкетів, спеціальних видів обслуговування. У преїскуранті перелічені напої, фрукти, кондитерські й тютюнові вироби. Меню розробляють, зважаючи на асортиментний мінімум – мінімальну кількість страв, які повинні бути в реалізації. Меню – це документ, за допомогою якого відвідувач ознайомлює з кухнею підприємства. Оформлення меню перетворюється в розвинуту сферу рекламної діяльності.

Організуючи обслуговування відвідувачів, слід отримати відповіді на три запитання: де, коли і як обслужити.

Їжа подається на стіл у певній послідовності. Насамперед подають холодні страви та закуски. Серед них теж зберігають послідовність подачі: рибні, м'ясні, холодні, з домашньої птиці та дичини, овочеві та грибні, сир, потім – гарячі закуски (у такій самій послідовності); за ними – гарячі страви (перші): прозорі супи, супи-пюре, заправлені, молочні, холодні, солодкі. Після них – овочеві страви, далі страви з круп, бобових та макаронних виробів; страви з яєць і сиру. Завершують послідовність солодкі страви та гарячі напої.

Щодо якості обслуговування відвідувачів, слід звернути увагу на три елементи: характеристику якості страв, тривалість обслуговування та якість робіт.

5. Загальні вимоги до підприємств харчування в туризмі

Усі вимоги до підприємств харчування поділяють на загальні та додаткові.

Загальні вимоги містять такий регламент.

1. Планування території, що прилягає до підприємства, має забезпечувати зручний прохід і під'їзд для відвідувачів на автотранспорті.

2. Вхід до підприємства мусить забезпечувати одночасний рух у двох зустрічних напрямках: на вхід і на вихід.

3. Приміщення для відвідувачів туристичних підприємств харчування повинні відповідати загальним санітарно-гігієнічним, протипожежним і технічним вимогам до громадських приміщень, гарантувати безпечні й комфортні умови за такими параметрами, як температура і вологість. Обов'язковою умовою є відсутність сторонніх запахів, особливо з кухні і туалетів.

4. Усі приміщення мають бути обладнані вказівниками, що допомагають відвідувачам орієнтуватися.

5. У вестибулі має бути вивішена копія сертифіката підприємства харчування, що свідчить про присвоєння йому певної категорії з відповідною кількістю зірок.

6. Обладнання приміщень для відвідувачів повинно передбачати можливість відвідувати підприємства харчування інвалідами та туристами з дітьми.

7. Ресторани, кафе та бари, що використовують для сервірування столів скатертини та індивідуальні серветки, повинні мати в достатній кількості не менше двох різновидів комплектів столової білизни: білі скатертини та серветки для обслуговування банкетів, ювілеїв, прийомів та інших заходів та кольорові скатертини й серветки, що відповідають оформленню інтер'єру підприємства.

8. У сервіруванні столів слід використовувати столовий та сортовий посуд, а також столові прибори єдиного гатунку. Обов'язковою умовою є однаковий стиль сервірування столів.

9. В обслуговуванні організованих туристичних груп за безготівковим розрахунком рекомендують на сніданок, обід та вечерю пропонувати скомплектовані раціони харчування, складені з урахуванням вікового та національного складу туристичної групи, енергетичних затрат на маршруті.

10. Продукти для приготування страв повинні мати сертифікат, що підтверджує відсутність шкідливих для здоров'я речовин.

11. На обкладинці меню та карти вин обов'язково має бути назва туристичного підприємства харчування і товарний знак з кількістю зірок, що відповідає категорії підприємства на основі виданого йому сертифіката.

12. Метрдотель, офіціанти та бармени повинні знати не менше однієї з європейських мов. У бригаді мають бути офіціанти, які володіють різними мовами.

13. Усі працівники туристичного підприємства харчування повинні бути одягнені у формений, спеціальний чи санітарний одяг та взуття встановленого для цього підприємства зразка в хорошому стані, без видимих ушкоджень та забруднення. Одяг мусить мати фірмові знаки з вказанням категорії підприємства та відповідної кількості зірок. Усі працівники туристичних підприємств харчування на форменому одязі

мають носити ідентифікатор з емблемою підприємства та ознаками його професійної належності та місця, яке він займає у службовій ієрархії.

14.Формений одяг метрдотеля має відрізнятись від одягу офіціантів строгішим стилем виконання, до комплекту може входити фрак або смокінг.

15.Працівники обслуги повинні бути ввічливими, уважними та передбачливими

6. Харчування туристів

Схема харчування туристів залежить від виду туру, категорії туристів, співвідношення місць розміщення до місць харчування та багатьох інших чинників.

Система харчування вказана у пугівці, договорі, ваучері.

Особливими є вимоги до харчування для так званих гастрономічних турів, де переважає певна національна кухня з відомими вишуканими (у деяких випадках – екзотичними) стравами та напоями.

Залежно від категорії підприємства харчування, якість обслуговування як комплексна послуга, реалізується основними, додатковими та супутніми послугами.

До переліку додаткових та супутніх послуг входять: вар'єте, оркестр, музичний супровід без оркестру, телевізор (за бажанням клієнтів), танцювальний майданчик, можливість замовити таксі, купити сувеніри.

ЛЕКЦІЯ 7

Тема: ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГОВО-ПОБУТОВИХ ПОСЛУГ

Питання для розгляду:

- 1. Торгово-побутові послуги (загальні положення)**
- 2. Страхування**
- 3. Банківські та фінансові послуги**
- 4. Організація послуг бізнес-турів**

1. Торгово-побутові послуги (загальні положення)

Торгово-побутові послуги рекреантів здійснюються на загальних підставах, які притаманні тій чи іншій державі.

Торгівля – галузь господарства, що забезпечує обіг товарів, просування їх із сфери виробництва до сфери споживання на основі купівлі-продажу.

Побутове обслуговування населення – галузь господарства, підприємства та організації якої надають населенню послуги виробничого й невиробничого характеру.

Служба побуту надає населенню понад 500 видів різних послуг, зокрема пошиття й ремонт одягу і взуття, виготовлення і ремонт меблів, будівництво й ремонт житла, прання, хімічне чищення й фарбування одягу та хутряних виробів, ремонт побутової техніки, телевізійної та радіоапаратури, музичних інструментів, профілактика та ремонт легкових

автомобілів, мотоциклів та велосипедів, виконання різних доручень, фотопослуги, послуги перукарень, банні послуги тощо.

2. Страхування

Багато чинників ризику типізовані, і туристам пропонують застрахуватися від таких випадків. Турист, котрий відвідує певну місцевість або країну, більше, аніж місцеві жителі, потрапляє під вплив несприятливих чинників. У страхових випадках їм надають допомогу і покривають цілком або частково непередбачені видатки. У високорозвинених країнах жителі застраховані практично на всі випадки життя. Насамперед страхують здоров'я туриста (різноманітні види медичного страхування, від нещасного випадку з оплатою медичних витрат, а потім його майна. Розглядають також інші несприятливі чинники. В середньому, за статистикою туризму, страхові випадки відбуваються з кожним сотим туристом.

Страхування – це вид цивільно-правових відносин щодо захисту майнових інтересів громадян та юридичних осіб у разі настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством, за рахунок грошових фондів, що формуються шляхом сплати громадянами та юридичними особами страхових платежів (страхових внесків, страхових премій).

В Україні прийняті та діють такі основні законодавчі нормативні документи зі страхування: Закон України „Про страхування», Закон України „Про туризм» і низка інших нормативних документів.

Страхування буває обов'язкове або добровільне, групове або індивідуальне і здійснюється на підставі відповідних правил. У правилах страхування викладено порядок укладення, зміни, припинення і термін чинності договору страхування, розглядаються страхові ризики і випадки, а також страхова сума, страховий внесок і страхове забезпечення, права й обов'язки сторін. Укладаючи договір страхування, страхувальник (застрахований) одержує відповідний поліс страхування.

Специфічними видами страхування є страхування на випадок затримання транспорту, поганої погоди під час перебування застрахованих осіб на відпочинку, а також ненадання або неналежне надання туристських послуг, зазначених у путівці або ваучері.

Законодавства більшості країн світу передбачають обов'язкове страхування цивільної відповідальності водіїв і власників автотранспорту (автотуристів), тому автотурист, перетинаючи кордон, зобов'язаний оформити страховий поліс.

У Європейській спілці для автотуристів обов'язкове отримання такої страховки у вигляді „Зеленої карти», яка дозволяє пересуватись дорогами Європи без необхідності страхування цивільної відповідальності при перетині кожного нового кордону, тим самим звільняючи власника транспортного засобу від фінансових проблем у випадку нанесення

комусь шкоди. Вартість „Зеленої карти» залежить не тільки від типу транспортного засобу і терміну дії страхування, але й від ситуації на страховому ринку, рівня збитковості та інших статистичних показників.

Іноземні туристи, які прибувають в Україну (крім країн СНД), мають, зазвичай, обов'язкову, за законодавством країни проживання, медичну страхівку або спеціально придбаний з нагоди туристської поїздки страховий поліс.

Різновиди міжнародного страхового поліса дають змогу одержувати й оплачувати страхові послуги в будь-якій країні світу. Власникам міжнародного страхового поліса французької страхової компанії «Gesa Assistance» на весь період перебування за кордоном без додаткової оплати можуть бути надані:

- екстрена медична допомога;
- екстрена стоматологічна допомога;
- послуги за медичне транспортування усіма видами транспорту;
- доставка родичів до місця події і зворотньо;
- кваліфікована юридична допомога і захист.

Залежно від терміну перебування туриста за кордоном і країни виїзду страховка коштуватиме від 1 до 200 дол. США.

Нормативними документами України щодо обов'язкового страхування пасажирів на транспорті від нещасних випадків встановлено, що сума страхового внеску входить у вартість проїзного документа і стягується з пасажирів, туристів, екскурсанта при продажу проїзного документа.

Згідно з чинним законодавством оплата медичної допомоги туристові за кордоном здійснюється відповідно до договору страхування медичних витрат.

Факт укладення договору страхування засвідчує поліс, переданий страховиком страхувальникові. Договір страхування може бути укладений на будь-який термін до одного року. Під страховим ризиком розуміють можливу подію, на випадок настання якої проводиться страхування; під страховим випадком – подію, що здійснилася, передбачену договором, із настанням якої виникає обов'язок страховика виплатити страхове забезпечення за одним або декількома страховими випадками, котрі сталися у період дії договору страхування. Виплата не може перевищувати встановленої в договорі страхової суми, виходячи з якої встановлюється розмір страхового внеску і страхової виплати. Страхова сума є максимальною сумою, яку страховик виплатить повністю, якщо настануть усі страхові випадки, а страховий внесок є платою за страхування, який страхувальник зобов'язаний внести страховикові. Сума виплат страхового забезпечення з одного або декількох страхових випадків не може перевищувати встановленої в договорі страхової суми.

Страховими ризиками є такі можливі події: „раптове захворювання», „нешасний випадок», „смерть внаслідок раптового захворювання або нещасного випадку».

Отже, за договором добровільного медичного страхування надають і оплачують такі послуги:

- медичні послуги, що включають госпіталізацію, амбулаторне лікування, а також ліки і медикаменти, приписані лікарем;
- медичне транспортування до найближчої лікарні, а також транспортування в країну постійного проживання з медичним супроводом;
- репатріація останків;
- екстрена стоматологічна допомога.

Для турів із підвищеним ризиком (гірськолижних, водних тощо) передбачаються спеціальні умови страхування. Наприклад, для таких турів як правило, вводяться типові коефіцієнти для страхових платежів: зимові види спорту (крім гірськолижного) – коефіцієнт 1,8; гірські лижі – 2,8; плавання – 1,2; стрибки у воду – 2,0; підводне полювання – 1,8; велосипед – 2,0; альпінізм – 3,0.

Перелік послуг розбивають на декілька категорій. Часто додатково до основних послуг до поліса додають також:

- візит третьої особи, якщо перебування в лікарні триватиме понад 10 днів;
- дострокове повернення у випадку смерті найближчих родичів (чоловік, дружина, діти, батьки).

Останнім часом поширене страхування за асистансом. Асистанс – це послуга, що доповнює медичну допомогу (наприклад, доставка потерпілого в лікувальну установу, розв’язання проблем щодо оплати медичних послуг тощо). Тобто, якщо стався страховий випадок, вам потрібно лише зателефонувати у диспетчерську службу асистанс-компанії (працює цілодобово).

Деякі страхові компанії пропонують своїм клієнтам додаткове страхування, при якому страхові виплати проводяться у випадку, якщо застрахований відмовився від поїздки за настання таких страхових подій:

- хвороби, нещасного випадку або смерті застрахованої особи;
- хвороби, нещасного випадку або смерті близького родича (чоловіка, дружини, батька, матері, доньки, сина, брата, сестри) застрахованого;
- пожежі, пограбування квартири застрахованого, коли потрібна його присутність для розслідування справи;
- явки до суду для участі в засіданні, коли застрахований виступає як обвинувачуваний, потерпілий або цивільний відповідач.

Страхова сума й тарифи залежать від рівня страхового покриття, країни подорожі, терміну перебування, віку застрахованої особи.

Отже, у багатьох випадках страхування справді є не лише засобом зменшити ризик настання певної непередбачуваної події, а й способом економії грошей. Можливості страхування досить великі. Сьогодні в Україні практично жоден турист за кордон не виїжджає без страхового поліса. У цивілізованих країнах страхування – звичайна норма життя.

3. Банківські та фінансові послуги

Усі туристи хочуть отримати в подорожі й на відпочинку якнайбільше послуг, зробити покупки на свій розсуд, причому на розваги і покупки витрачають щоденно значно більше грошей, аніж у повсякденному житті. Туристи їдуть з грошима і не завжди зручно мати при собі велику суму готівки.

Томас Кук винайшов дорожні чеки, – ці безпечні гроші спеціально для мандрівників, і організував контори при банках у всьому світі, де можна було обміняти ці чеки на місцеву валюту.

Дорожні чеки – вигідний та безпечний засіб збереження своїх коштів при поїздках за кордон, які можна використовувати як для оплати товарів і послуг (готелях, ресторанах, пунктах прокату автомобілів, торгових закладах тощо), так і для отримання готівки..

Зручність користування дорожніми чеками є ще в тому, що за їх допомогою можна вивозити за кордон суму в еквіваленті до 5000 дол. США. Крім того, термін дії чеків необмежений і при випадковій їх втраті здійснюється безкоштовне відшкодування суми чеків.

Пізніше винайшли пластикові кредитні картки, створили світові платіжні системи VISA, AmEx та інші.

Використання цих платіжних засобів значною мірою усунуло потребу туристів у готівковій валюті, практично всі магазини, ресторани й інші підприємства туристичних центрів почали приймати безготівкові платежі за картками. Користуючись платіжними картками турист отримав можливість:

- швидкого та зручного доступу до готівки цілодобово в будь-якій країні світу;
- оформлення карток в гривнях, доларах США і Євро;
- нарахування високих відсотків по залишках на картковому рахунку;
- безпосереднього розрахунку картою за товари та послуги; при перетині кордону відсутності у необхідності декларування коштів;
- немає необхідності отримувати дозвіл на вивіз іноземної валюти – лімітів на вивіз валюти за картою не існує;
- автоматична конвертація коштів у валюту країни перебування, при розрахунках картою за кордоном;
- за допомогою картки турист може забронювати номер в готелі, купити авіаквитки, путівки, оплатити послуги туристичних

агенцій тощо;

- лише за допомогою картки можна взяти напрокат машину і туристу не потрібно залишати депозит в місцевій валюті, наявність картки є гарантією платоспроможності туриста;
- поповнення карткового рахунку третіми особами у разі відсутності власника платіжної картки;
- блокування картки при її втраті або крадіжці після відповідного звернення у банк;
- отримання відсотків на картковий рахунок за депозитами відкритими в банках України.

4. Організація послуг бізнес-турів

Для усвідомлення суті цих послуг треба знати поняття бізнесу. Бізнес (від англ. business – справа, угода, біржова операція, комерційна діяльність) – найменування підприємницької діяльності, що дає прибуток. Предметом бізнесу є не лише об'єкти господарської сфери, але й політична діяльність, медична допомога, наука, мистецтво тощо.

Для ширшого розвитку як внутрідержавного, так і міжнародного бізнесу проводиться організація бізнес-турів. Видами бізнес-турів можуть бути міжнародні ярмарки, конференції, симпозіуми, торги, заключення торгових, виробничих, науково-дослідницьких договорів, проведення стажувань тощо. Кожен з цих видів має свою специфіку. Важливу роль відіграють також фінансові умови бізнес-турів. Для останніх велике значення мають банківські послуги та послуги зв'язку.

ЛЕКЦІЯ 8

Тема: Стандарти (нормативи якості) в галузі туристської діяльності

Питання для розгляду:

- 1. Культура обслуговування і якість послуг**
- 2. Проектування туристських послуг**
- 3. Загальні вимоги до туристських послуг**
- 4. Вимоги по забезпеченню безпеки туристів і екскурсантів**
- 5. Класифікація готелів. Загальні вимоги до готелів**

1. Культура обслуговування і якість послуг

Культура обслуговування і вимоги до якості послуг притаманні як кожному з видів послуг зокрема, так і в цілому до туристських послуг. Ці питання ми будемо розглядати комплексно, про них йтиметься нижче, де особлива увага буде звернута на послуги у готельному господарстві і т.п.

2. Проектування туристських послуг

Чи не найважливішим етапом туристської діяльності, від якого залежить успіх справи, є планування або проектування туристських послуг. Ці моменти дуже чітко викладені у міждержавному стандарті ГОСТ 28681.1-95*.

3. Загальні вимоги до туристських послуг

Загальні вимоги туристських послуг передбачені міждержавним стандартом ГОСТ 28681.2-95*.

4. Вимоги по забезпеченню безпеки туристів і екскурсантів

висвітлені у держстандарті України та міждержавному стандарті ГОСТ 28681.3-95* та держстандарті України ГОСТ 28681.3-95

5. Класифікація готелів. Загальні вимоги до готелів

Класифікація готелів та загальні вимоги до готелів визначаються та регулюються міждержавним стандартом ГОСТ 28681.4-95*.

ЛЕКЦІЯ 9

Тема: Комп'ютерні технології у сфері туристичних послуг

Питання для розгляду:

- 1. Значення інформаційних систем управління в туристичній галузі**
- 2. Потенційні можливості комп'ютерних технологій**
- 3. Комп'ютер у готельному господарстві**
- 4. Комп'ютер у системі транспортних послуг**

1. Значення інформаційних систем управління в туристичній галузі

Устрій туристичної галузі схоже на організацію будь-якої іншої економічної сфери діяльності. Однак, виділяється одна особливість – зв'язуючим центром утримуючим різних виробників у рамках туристичної галузі, є інформація. Інформаційні потоки забезпечують зв'язки між виробниками туристичних послуг, а також зв'язки між виробниками і споживачами цих послуг, причому вони йдуть не тільки у вигляді потоків даних, але виступають також у формі послуг і платежів.

Про зростаюче застосування інформаційних технологій говорить той факт, що туризм входить у п'ятірку, а по деяким даним вже в трійку галузей з найбільшою реалізацією товарів і послуг через Internet. У перспективі ж, по оцінках ведучих світових експертів, він стане першим. Переваги використання даної мережі для суб'єктів туристичного ринку України очевидні: вона дає необмежений доступ до інформації, дозволяє заощаджувати кошти при міжміських і міжнародних переговорах, надає інформацію про передові технології, дозволяє обмінюватися думками з колегами. Необхідно також відзначити, що реклама в мережі Internet дешевше звичайної, а в більшості випадків ефективніше, оскільки спрямована на цільову аудиторію. Цей факт немаловажний для виробників туристичних послуг в Україні, що займаються в'їзним міжнародним туризмом, тому що дає не тільки економію коштів, але і дозволяє ознайомити іноземних громадян з туристичними програмами про найбільш цікаві місця і міста України.

Використовуючи інформаційні технології будь-яка туристична фірма може комплектувати свої тури за допомогою глобальної мережі Internet. Інформація про конкретну фірму в мережі Internet може бути представлена на Web-сторінці, сайті-візитці або повномірному сайті, виходячи з бажання і фінансової можливості фірми (наприклад, вартість Web-сторінки на сьогоднішній день складає орієнтовно 100 грн.).

Значним кроком уперед в області інформаційних технологій в Україні є створення Української Туристичної Інформаційної Системи (UTIS), що почала працювати з 1999 року. Створення бази даних про туристичні послуги і компанії України з наступним продажем їхнього продукту на внутрішньому і зовнішньому ринках, а також широка реклама у всесвітніх туристичних системах сприяють просуванню туристичного продукту, що пропонуються туроператорами України.

Інформаційні системи в туризмі створюються як для загального, так і професійного користувача. Складовими системи інформаційних технологій у туристському секторі є комп'ютерні системи резервування, інформаційні системи управління, електронні інформаційні системи авіаліній, електронне пересилання грошей, телефонні мережі, системи проведення телеконференцій і т.д. Найбільше активно інформаційні технології використовуються турагентами і туроператорами. На міжнародному ринку туризму в даний час діє чотири глобальних системи резервування. В Україні офіційно представлена тільки одна – AMADEUS. Даною системою користуються 44 000 турагенств планети. На європейському ринку комп'ютерних резервувань вона є безумовним лідером. Через AMADEUS замовляються послуги 490 авіакомпаній, 51 000 готелів, 50 автопрокатних фірм і величезного числа організацій інших профілів.

Системи автоматизованого управління готельними комплексами розраховані на те, щоб полегшити роботу його структурних підрозділів, підвищити рівень сервісу, усунути зловживання персоналу тощо.

Таким чином, узагальнюючи усе вищевикладене, можна зробити наступні висновки:

- за останні роки світовий ринок туристичних послуг перетерпів якісні і кількісні зміни, завдяки використанню і подальшому удосконалюванню інформаційних технологій;

- використання туристичними фірмами мережі Internet як каналу поширення своїх послуг допомагає туристам одержувати необхідну інформацію про місце перебування і його привабливих особливостей, що важливо для пропаганди і розвитку українського в'їзного туризму;

- використання кожним сегментом туризму системи інформаційних технологій має значення для всіх інших його частин;

- удосконалювання організації управління туристичною індустрією можна домогтися, використовуючи автоматизовані системи

управління і комп'ютерну техніку, при цьому підвищується продуктивність праці, збільшується швидкість обслуговування і підвищується якість наданих послуг.

2. Потенційні можливості комп'ютерних технологій

Більшість компаній вже успішно комп'ютеризували основну частину свого рутинного діловодства і форму ведення бухгалтерського обліку. Багато керівників турфірм зазначають, що комп'ютери мали великий вплив на головні дії компаній. Чимало фірм комп'ютеризували технологічні операції.

Для прикладу – спеціалізований програмний продукт для турфірм Voyage Office Pro. Ця найповніша комп'ютерна програма – версія опису процесу діловодства і бухгалтерії для роботи туристичних фірм. Програма потрібна як модерний інструмент організації і ведення роботи з клієнтами та партнерами фірми, а також для одержання статистичних і аналітичних даних діяльності туристичної фірми. У роботі з програмою можна використовувати такі режими:

- Робота з клієнтом: добір туру зі списку «пакетів послуг», добір і калькуляція індивідуального туру для клієнта, бронювання пакета послуг, укладення та ведення договорів і додаткових документів, статистика оплат клієнта.

- Робота з партнерами: закупівля послуг – готелі, авіакомпанії тощо; автоматичне формування цінників фірми на підставі умов контракту з постачальниками послуг, система продажу „пакета послуг” фірмам-агентам; підготовка стандартних та індивідуальних „пакетів послуг” для кожного партнера, контроль надходження заявок і оплати від агентів; використання декількох методів у розрахунках (передоплата, оплата за фактом тощо).

- Опис: маршрутів, готелів, наданих послуг тощо.

- Ведення баз даних фірм: повний облік інформації про партнерів або клієнтів (анкети, договори, заявки туристів, реквізити партнерів тощо).

- Калькуляція турів: проводиться з урахуванням усіх нюансів (сезонних знижок, доплат, особливих умов тощо).

- Одержання аналітичних звітів про роботу фірми: заповнюваність і прибутковість рейсів, напрямків тощо; загальна прибутковість роботи фірми.

Система управлінської інформації у фірмі складається з чотирьох підсистем: внутрішньої звітності, збору зовнішньої поточної інформації про довкілля фірми, даних маркетингових досліджень і даних аналізу інформації.

Система збору зовнішньої поточної інформації забезпечує керівників інформацією про найновіші події. Це набір джерел і методичних прийомів, за допомогою яких керівники одержують повсякденну інформацію про події, що відбуваються в комерційному довкіллі. Якщо ж для розв'язання конкретної проблеми не має даних, тоді проводять маркетингові дослідження силами

працівників маркетингового відділу туристичної фірми, або можна звернутися з проханням спланувати і провести таке дослідження до фахівців.

Система аналізу інформації – набір удосконалених методів аналізу даних маркетингових досліджень та іншої інформації. Основу будь-якої системи аналізу інформації творять статистичний банк і банк моделей.

Статистичний банк – це сукупність сучасних методик статистичного опрацювання інформації, що дають змогу найповніше розкрити їхню взаємозалежність у рамках підбору даних і встановити ступінь їхньої статистичної надійності.

Банк моделей – це набір математичних моделей, що сприяють ухваленню найоптимальніших рішень

Комп'ютеризація сприяє вдосконаленню доступності та якості інформації, тому сьогодні в часописах з менеджменту найчастіше обговорюють систему управлінської інформації (СУІ), сформовану на комп'ютерній основі. Керування в будь-якій фірмі зводиться до „роботи підприємства на кінцевий результат". Отже, керівна інформація складається із відомостей або даних, що дають змогу тим, хто керує підприємством, досягти очікуваного результату. Але керування підприємством – це комплексний процес, що відбувається зазвичай на трьох рівнях, і та сама СУІ не може обслуговувати всі три рівні. Не можуть також усі рівні корпоративного менеджменту однаково скористатися з керівних систем на основі комп'ютера.

Перший рівень – стратегічний менеджмент фірми, що оцінює можливості підприємства в одержанні довгострокового прибутку. На підставі цієї оцінки менеджмент визначає корпоративну політику, цілі і вирішує питання про розміщення потрібних для досягнення цих цілей ресурсів.

На другому рівні корпоративного менеджменту стоять ті менеджери середньої ланки, котрі поділяють стратегічний план на логістичні підрозділи, призначають ресурси для їхнього виконання і розподіляють відповідальність для кожного або для групи виконавців.

Третій рівень менеджменту зайнятий керуванням виробництвом, що містить: визначення специфічних потреб у людських ресурсах і матеріалах, потрібних для виконання кожного розділу корпоративного плану; розподіл цих ресурсів так, щоб план був виконаний ефективніше; порівняння фактичних результатів із плановими; проведення відповідних коригувальних дій. Ці процеси відбуваються щодня, і щодня проблеми зводяться до логістичних проблем, які пов'язані з потоками інформації.

Туроператори туристичних фірм у своїй роботі використовують комп'ютерні програми, щоб полегшити роботу менеджерів з продажу. До програм уже введені такі документи, як лист бронювання, договір із клієнтом, ціни у готелях тощо. Тому робота з клієнтом здійснюється швидко й ефективно. Листування зі своїми закордонними діловими партнерами і турагентами

фірми здійснюють за допомогою електронної пошти (E-mail), це істотно економить кошти порівняно з листуванням через факс. Стратегічний рівень керування представлений топ-менеджером фірми, що розробляє її стратегію; визначає головні цілі, її політику; оцінює можливості і ризики; вивчає й аналізує зовнішню поточну інформацію. Отже, комп'ютерні програми використовують переважно в операційному менеджменті: менеджери з продажу, бухгалтери, туроператори.

Для стратегічного менеджменту користь від комп'ютерних систем безсумнівна. Це стосується спроможності комп'ютерів інтерпретувати дані, а також оцінювати стратегічні можливості, що відрізняються великою кількістю взаємозалежних змінних, що вводять в оману. Моделювання й аналіз ризику, лінійне програмування, аналізи регресії й технічні методи, розроблені статистиками й економістами, – усе виявилося цінним і перспективним.

Інформаційними системами для менеджерів, які здійснюють керівний контроль, можуть бути системи, що стосуються бюджету, контролю видатків, визначенню ефективності діяльності, аналізу невідповідності, змін тощо.

Вступивши у XXI ст., багато підприємств впровадили нові перспективні технології, програмні продукти й апаратне забезпечення. Це дає їм змогу значно підвищити ефективність свого бізнесу, витратити менше, заробляти більше і отримувати кошти для подальшого інтенсивного розвитку бізнесу. Вже в багатьох турфірмах використовують Internet-технології, електронну пошту, сучасні глобальні комп'ютерні мережі "Amadeus", „Gabriel", „Worldspan", „Appolo", „Sabre".

Для автоматизації не тільки великих, а й малих турфірм використовують програмні продукти фірм „Microsoft".

Отже, сьогодні, коли інформаційні технології дають широкі можливості для ефективнішого розвитку бізнесу, менеджерам потрібно використовувати їх як трамплін на вищій шабелі бізнесу.

3. Комп'ютер у готельному господарстві

Прибувши до готелю, клієнт потребує окремого номера. Якщо номер був замовлений заздалегідь, то в базі даних заброньованих номерів йде пошук номера, замовленого клієнтом; у випадку, якщо за клієнтом не заброньований номер, то в тій же базі даних йде пошук вільного номера.

Комп'ютерну техніку активно використовують у своїй роботі різні служби готелю.

Будь-який закордонний готель має на своїй території бізнес-центр, який допомагає діловим людям, що проживають у готелі, керувати своїм бізнесом, перебуваючи навіть в іншій півкулі і не втрачати зв'язку зі світом. Цьому сприяє різноманітна офісна оргтехніка і, звичайно, комп'ютерна техніка, інтегрована з місцевою локальною мережею та глобальною мережею Internet.

4. Комп'ютер у системі транспортних послуг

В Україні створена і досить успішно діє комп'ютерна система замовлення квитків, за допомогою якої у квитковій касі будь-якого міста України можна замовити квитки на потяг, яким, наприклад, людина скористається за якийсь час, доїхавши до точки відправлення іншими шляхами. У цій системі „двійники" неможливі, принаймні, теоретично, тобто дві особи не претендуватимуть на одне місце.

Комп'ютери Міністерства залізничного транспорту об'єднані в мережу, через яку, до речі, можна вийти й в Internet.

Така ж система діє і на авіалініях, де вона інтегрована зі світовою системою замовлення квитків. Замовити авіаквиток на будь-який рейс можна за допомогою Internet, не виходячи із квартири чи установи.

За допомогою спеціальної техніки, зв'язавшись із супутником на орбіті, туристична група (а також геологи, археологи і т.д.) у будь-якому, навіть найглухішому куточку земної кулі, може визначити своє місцезнаходження і вибрати подальший маршрут з точністю до десятка метрів.

Рекомендована література

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2001.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 1999.
3. Гостиничный й туристический бизнес. Под ред. проф. Чудновского А.Д. – М.: «Гандем», Изд. ЗКМОС, 2000.
4. Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.1-95.
5. ГОСТ 28681.2-95 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристические услуги. Общие требования".
6. ГОСТ 28681.3-95 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов й экскурсантов".
7. ГОСТ 28681.4-95 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц"
8. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 1999.
9. Гуляев В.Г. Организация туристической деятельности. Учебное пособие. – М.: Нолидж, 1996.
10. Джон Р. Уокер. Введение в гостеприимство. – М.: ЮНИТИ, 1999.
11. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса. Учебное пособие. – М.: Издательство «Ось-89», 1999.
12. Закон України "Про захист прав споживачів" від 12.05.1991 р. – Постанова ВР України № 30.
13. Закон України "Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України". – Постанова ВР України № 3858-12 від 21.01.1994 р.
14. Закон України "Про туризм" від 15.09.1995 р. – №325/95-ВР.
15. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Туристский терминологический словарь. – М.: Советский спорт, 1999.
16. Інструкція Державного комітету України по туризму «Про порядок видачі суб'єктам підприємництва спеціальних дозволів (ліцензій) на діяльність, пов'язану з наданням туристичних послуг» від 27 липня 1994 р. № 79.
17. Квартальнов В.А. Туризм: теория й практика. Избранные труды в 5-ти томах. – М.: Финансы и статистика, 1998.
18. Квартальнов В.А., Колесник Н. В. Введение в специализацию. – Ч. 1. Менеджмент иностранного туризма: Учебное пособие. – М.: Сов. спорт, 2000.
19. Конституція України.
20. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. Пер. с англ. под. ред. Р.Б.Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 1998.
21. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004.
22. Маринин М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме. – М.: Финансы и статистика, 2002.
23. Насладищев А. В. Місце і роль індустрії туризму в сучасній економіці.

- М.: Известия АН СРСР, сер. Економічна. – №3, 1991.
24. Олійник О. Туризм в Україні має перспективи/ /Урядовий кур'єр. – №35. – 26.02.1997.
25. Основы туристской деятельности: Учебник/ Г.И. Зорина, Е.Н. Ильина, Е.В. Мошняга и др.; Сост. Е.Н. Ильина. – М.: Советский спорт, 2000.
26. Пузакова Е.П., Честникова В.А. Международный туристический бизнес. – М., «Экспертное бюро-М», 1997.
27. Сапунова В. Туризм. Эволюция. Структура. Маркетинг. – М.: «Ось-89», 1997.
28. Туризм и гостиничное хозяйство. Учебник. Под ред. проф. Чудновского А.Д. – М.: «Тандем», Изд. ЭКМОС, 1999.
29. Усов В.В. Організація обслуговування в ресторанах. – М.: Вища школа, 1990.
30. Шолохов В.Н. Організація і проведення екскурсій. – М.: «Профиздат», 1965.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	3
Лекція 1. Туристична послуга як найбільша складова сфери послуг	4
Лекція 2. Сегменти сфери туристичних послуг	10
Лекція 3. Організація послуг розміщення	21
Лекція 4. Організація основного функціонального процесу в готельному підприємстві	26
Лекція 5. Організація рекреаційних послуг	32
Лекція 6. Туристичні категорії послуг харчування	35
Лекція 7. Організація торгово-побутових послуг	41
Лекція 8. Стандарти (нормативи якості) в галузі туристської діяльності	46
Лекція 9. Комп'ютерні технології у сфері туристичних послуг	47
Рекомендована література	53

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Володимир Клапчук

Методичні рекомендації з курсу
«ОРГАНІЗАЦІЯ
РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ»

Комп'ютерний набір – Володимир Клапчук

Здано до складання 15.01.2007 року. Підписано до друку 18.01.2007 року. Формат друку 60x90_{1/16}. Папір офсетний. Друк офсетний. Гарнітура Times New Roman Суг. Ум. друк. арк. 3,4.
Замовлення № 9.
Наклад 300 прим.

Друкарня «Фоліант» (ПП Дмитренко Ю.В.),
м.Івано-Франківськ, вул. Старозамкова, 2, тел. 50-21-65
(багатоканальний)
e-mail: foliant@optima.com.ua,
www.foliant.if.ua