

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк

**ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ
ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

2014

УДК 338.48:338.48-32 (075.8)

ББК 65.433я73

Г 15

Друкується за рішенням вченої ради Одеського національного економічного університету (*Протокол № 8 від 20 травня 2014 р.*)

Рецензенти:

Михайліченко Г. І. – кандидат економічних наук, доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Київського національного торговельно-економічного університету;

Яроміч С. А. – кандидат економічних наук, професор кафедри менеджменту організацій Одеського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України

Г 15

Герасименко В. Г., Галасюк С. С.

Організація надання туристичних послуг : навчальний посібник. – Одеса : Атлант, 2014. – 242 с.

ISBN 978-617-7253-06-7

У навчальному посібнику систематизовано виклад основ організації надання туристичних послуг різними сегментами сфери туризму України – засобами розміщення, підприємствами харчування, транспортними компаніями, туристичними фірмами, закладами розваг тощо. Розкрито сутність поняття «туристична послуга», визначено особливості її надання різними суб'єктами туристичної діяльності згідно з чинним українським законодавством, підкреслено комплексний характер організації туристичного обслуговування.

Навчальний посібник розраховано на студентів та викладачів вищої школи, менеджерів та підприємців туристичного бізнесу, співробітників органів державного регулювання у сфері туризму.

ББК 65.433я73

ISBN 978-617-7253-06-7

© В. Г. Герасименко, С.С. Галасюк, 2014

ЗМІСТ

Передмова	5
Розділ 1	
ТУРИСТИЧНА ПОСЛУГА ЯК СКЛАДОВА СФЕРИ ПОСЛУГ	
1.1. Туризм і сфера послуг.....	7
1.2. Соціально-економічні фактори, що формують потреби людей у туристичних послугах.....	11
1.3. Сутність понять «туристичний продукт» та «туристична послуга».....	13
1.4. Структура та специфіка туристичного споживання.....	21
1.5. Характерні риси туристичних послуг.....	25
<i>Питання для контролю за розділом 1</i>	28
Розділ 2	
ВИРОБНИКИ І СПОЖИВАЧІ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ	
2.1. Суб'єкти туристичної діяльності	29
2.2. Споживачі туристичних послуг.....	37
2.3. Процес просування туристичних послуг від виробників до споживачів.....	40
<i>Питання для контролю за розділом 2</i>	44
Розділ 3	
ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНИМИ ФІРМАМИ	
3.1. Загальна характеристика діяльності туристичних фірм.....	46
3.2. Подібність та розходження у роботі туроператорів і турагентів.....	50
3.3. Специфіка надання послуг туристичними фірмами.....	53
<i>Питання для контролю за розділом 3</i>	65
Розділ 4	
ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ ЗАСОБАМИ РОЗМІЩЕННЯ ТУРИСТІВ	
4.1. Загальна характеристика засобів розміщення туристів.....	66
4.2. Готельна послуга, її специфіка та основні компоненти.....	86
4.3. Процес надання готельних послуг туристам.....	89
<i>Питання для контролю за розділом 4</i>	102
Розділ 5	
ХАРЧУВАННЯ В СИСТЕМІ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ	
5.1. Загальна характеристика закладів харчування туристів.....	103
5.2. Організація харчування туристів у засобах розміщення.....	115
5.3. Послуги харчування, надавані під час транспортних подорожей.....	117
5.4. Організація культурного дозвілля туристів закладами харчування.....	122
<i>Питання для контролю за розділом 5</i>	124

Розділ 6

ОРГАНІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ

6.1.	Основні види транспортних послуг у туризмі.....	126
6.2.	Організація обслуговування туристів на повітряному транспорті.....	138
6.3.	Організація обслуговування туристів водними видами транспорту....	147
6.4.	Організація обслуговування туристів на залізничному транспорті.....	151
6.5.	Організація обслуговування туристів на автотранспорті.....	156
	<i>Питання для контролю за розділом 6</i>	162

Розділ 7

ОРГАНІЗАЦІЯ РОЗВАЖАЛЬНИХ ПОСЛУГ У ТУРИЗМІ

7.1.	Сутність та основні види атракцій.....	164
7.2.	Організація екскурсійного обслуговування.....	166
7.3.	Організація надання анімаційних послуг у туризмі.....	170
7.4.	Організація надання послуг у тематичних парках.....	175
	<i>Питання для контролю за розділом 7</i>	182

Розділ 8

ПРОБЛЕМИ ЯКОСТІ НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

8.1.	Складові компоненти якості туристичних послуг.....	184
8.2.	Основні види претензій на якість надання туристичних послуг та способи їх вирішення.....	187
8.3.	Засоби державного регулювання якості послуг підприємств сфери туризму.....	193
	<i>Питання для контролю за розділом 8</i>	201

ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК	203
--------------------------------------	-----

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ	232
---	-----

П Е Р Е Д М О В А

Формування в Україні сучасної сфери туристичних послуг викликало потребу в її грамотному соціально-економічному моделюванні за всіма сегментами, проведенні аналізу рівня розвитку та якості надаваного обслуговування. У такій ситуації виникає необхідність створення навчально-методичного та навчально-практичного забезпечення підготовки кваліфікованих фахівців, що включатиме комплексний, системний підхід до організації надання послуг різними сегментами індустрії туризму.

Посібник «Організація надання туристичних послуг», розроблений відповідно до першого модуля навчальної програми дисципліни «Основи туризмознавства», дозволить доповнити загальну методику викладання даної дисципліни, систематизувати отриманні студентами знання з основних предметів щодо організації туристичного обслуговування, які входять до комплексу фахової підготовки бакалаврів зі спеціальності «Туризм».

Вивчення даної дисципліни передбачає формування у студентів професійного мислення, розуміння сутності туристичної послуги як складової сфери туристичної діяльності, набуття вмінь з використання сучасних методів надання туристичних послуг кожним із сегментів туристичної індустрії.

Метою навчального посібника є допомога студентам у закріпленні та систематизації теоретичних знань і практичних навичок в процесі формування професійних компетенцій майбутнього фахівця сфери туристичних послуг.

Посібник містить розгляд туристичних послуг як складових сфери послуг; сутність та економічний смисл понять «туристичний продукт» та «туристична послуга»; види туристичних послуг та їх характерні риси; структуру і специфіку туристичного споживання; характеристики виробників і споживачів у сфері туристичного обслуговування. Центральне місце у посібнику займає організація надання послуг різними секторами туристичного обслуговування:

туристичними фірмами, засобами розміщення, закладами харчування, транспорту, дозвілля, а також проблеми, пов'язані з якістю туристичних послуг, і способи розв'язування конфліктів у туристичній галузі економіки.

Структура посібника складається з восьми розділів, які супроводжуються запитаннями для самоконтролю, термінологічного словника та списку рекомендованих джерел інформації.

Навчальний посібник засновано на нормативно-правових актах чинного законодавства України, монографічних дослідженнях, матеріалах підручників і навчальних посібників з туризму відомих вітчизняних та зарубіжних авторів, періодичних виданнях з даної тематики, Інтернет-джерел.

У методичному плані посібник може бути використаний при підготовці до семінарських і практичних занять, при складанні екзаменів, у тому числі за фахом, виконанні індивідуальних завдань для самостійної роботи студентів. Навчальний посібник розраховано на студентів та викладачів вищої школи, менеджерів та підприємців туристичного бізнесу, співробітників органів державного регулювання у сфері туризму.

Розділ 1

ТУРИСТИЧНА ПОСЛУГА ЯК СКЛАДОВА СФЕРИ ПОСЛУГ

1.1. ТУРИЗМ І СФЕРА ПОСЛУГ

Нині в економічно розвинених країнах світу сфера послуг випередила сферу матеріального виробництва та темпи її росту залишаються високими. У цей час на частку сфери послуг припадає більш 65% внутрішнього валового продукту, виробленого цими державами. Даний процес почався у середині 70-х років ХХ ст. у зв'язку з переходом країн Заходу від переважно екстенсивного до переважно інтенсивного виробництва. При цьому підсилилася тенденція глибокої перебудови господарських пропорцій, економічний розвиток відбувався за рахунок підвищення якості та ефективності виробництва.

Варто зазначити, що сфера послуг звичайно визначається як сектор економіки, де виробляються блага, корисний ефект від яких проявляється саме у процесі їх створювання.

Згідно з ГОСТ 30335-95 «Услуги населению. Термины и определения», який адаптовано в Україні як національний стандарт, послуга – це результат безпосередньої взаємодії виконавця та споживача, а також власної діяльності виконавця по задоволенню потреби споживача. За функціональним призначенням послуги, надавані населенню, поділяються на матеріальні та соціально-культурні [36].

До матеріальних належать послуги по задоволенню матеріально-побутових потреб споживача послуг. Тобто матеріальна послуга забезпечує відновлення (зміну, збереження) споживчих властивостей виробів або виготовлення нових виробів по замовленнях громадян, а також переміщення вантажів та людей, створення умов для споживання. Зокрема, до складу матеріальних послуг мають бути віднесені порубові послуги, пов'язані з ремонтом та виготовленням

виробів, житлово-комунальні послуги, послуги харчування, послуги транспорту тощо.

Соціально-культурна послуга – це послуга по задоволенню духовних, інтелектуальних потреб та підтримання нормальної життєдіяльності споживача. Так, соціально-культурні послуги забезпечують підтримання та відновлення здоров'я, духовний та фізичний розвиток особистості, підвищення професійної майстерності. До складу соціально-культурних послуг належать медичні послуги, послуги культури, освіти, *туризму* тощо.

Таким чином, туризм є складовою сфери послуг. Згідно з чинним українським законодавством, туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає [8].

В Україні сфера туризму регулюється Конституцією, Законом України «Про туризм» та багатьма іншими нормативно-правовими актами, виданими відповідно до них. Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності.

Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:

- визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;
- визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;
- спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;
- визначення основ безпеки туризму;
- нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);

- ліцензування в галузі туризму, стандартизації і сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу;
- встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;
- організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;
- визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму;
- участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму.

Основними *цілями державного регулювання* у сфері туризму є:

- забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;
- безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;
- збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;
- створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

Основними *пріоритетними напрямами державної політики* у сфері туризму є:

- ✓ удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;

- ✓ забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць;
- ✓ розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму;
- ✓ розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;
- ✓ створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;
- ✓ забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб.

Туризм посідає особливе місце в системі галузей національної економіки та сфери послуг. Як вид активного відпочинку він є однією з головних потреб населення та витрат на них. У структурі туристичного продукту товари туристичного призначення становлять не більше 20%, у той час як 80% припадає на туристичні послуги, серед яких основними є: розміщення, харчування, перевезення, екскурсії та розваги. Крім того, в туризмі задіяний цілий спектр додаткових послуг: фінансові, медичні, страхові, візові тощо, які разом з основними для туризму послугами створюють сферу туристичних послуг.

Таким чином, сфера туристичних послуг – частка загальної сфери послуг та складова компонента сфери соціокультурних послуг. Сфера туристичних послуг складається з людей, які бажають провести свій відпочинок активно, здійснюючи подорож, а також організаторів такого відпочинку. В останньому випадку організаторська активність працівників туристичного комплексу складається з сервісної діяльності (надання туристам різноманітних зручностей і благ на відпочинку, під час подорожі і перебування поза домівкою), а також зі створення умов для придбання товарів туристичного призначення.

1.2. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ, ЩО ФОРМУЮТЬ ПОТРЕБИ ЛЮДЕЙ У ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГАХ

Потреба – це об'єктивний нестаток людини у чому-небудь. У сучасній соціально-економічній літературі існують різні теорії, автори яких (З. Фрейд, А. Маслоу та ін.) пропонують власні визначення змісту та видів потреб сучасної людини. На цій основі вживаються спроби виявити потреби туристів – людей, які у свої життєві потреби включають споживання туристичних послуг. Всесвітня туристична організація (UNWTO), узагальнюючи численні висловлення фахівців про систему туристичних потреб і з огляду на багаторічний досвід розвитку туризму в різних країнах світу, представила власну концепцію, у якій виділяються наступні основні потреби туристів:

- рекреація, дозвілля, відпочинок;
- відвідування знайомих і родичів;
- ділові та професійні цілі;
- лікування та оздоровлення;
- релігія та паломництво;
- інші цілі, які, у свою чергу, містять різноманітний спектр фізичних, економічних і морально-духовних потреб людей.

З перерахованих вище потреб у туристичних послугах автори концепції UNWTO справедливо ставлять на *перше місце* рекреаційну діяльність людини, що нині практично входить в умови відтворення робочої сили при нормальних умовах життя населення як окремо взятої країни, так і планети в цілому. Рекреаційна діяльність, як і всі інші види первинних потреб туристів (лікування, відвідування знайомих і родичів, ділові та професійні поїздки, релігія та паломництво), у свою чергу, породжує *вторинні потреби* туристів на основі ефекту мультиплікатора. До них відносяться потреби в житлі, харчуванні, транспортних послугах, тобто ті, які в повсякденному житті висуваються на перший план, а в туристичних подорожах не є визначальними.

Сучасний етап розвитку більшості країн світу характеризується високим рівнем розвитку промисловості та сільського господарства, неухильним ростом продуктивності праці, підвищенням її інтенсивності, широким впровадженням механізації та автоматизації. Машини і механізми заміняють людину на багатьох виробничих процесах, тому її діяльність усе більше зводиться до виконання відповідних операцій, які монотонно повторюються щодня. Таким чином, технічний прогрес приводить до зменшення чисто фізичного стомлення при збільшенні нервової напруги. Фізичне стомлення відносно невелике і знімається протягом дня, а зняття нервової напруги вимагає більш тривалого часу та сучасних форм організації відпочинку. Для зняття такого стомлення необхідна радикальна зміна обстановки. Тому цілком зрозуміле бажання людини повноцінно відпочити, одержати нові враження. Скористатися своїм правом на відпочинок і відновлення сил людині багато в чому допомагають туристичні поїздки.

Факторами, які сприяють формуванню у людей потреби користуватися туристичними послугами, є:

➤ *Ріст чисельності населення, особливо міського.* Загальний ріст народонаселення безупинно збільшує щільність заселення багатьох районів світу. Знайти тихі, недоторкані цивілізацією куточки в багатьох промислово розвинених країнах стає усе суужніше й суужніше. Це підштовхує жителів великих міських агломерацій робити подорожі та проводити відпочинок в інших, менш індустріалізованих, місцевостях. Характерним є те, що із країн, які мають підвищену щільність населення (кількість мешканців у розрахунку на 1 кв. км території), туристичні потоки за кордон більш потужні, ніж із країн з меншою щільністю населення.

За статистичними даними, частка міського населення Землі збільшується на 0,5% щорічно, отже, фактор росту урбанізації є одним з важливих мотивів для здійснення подорожей.

➤ *Зростання реальних доходів і відповідно купівельній можливості населення* – підвищення матеріального добробуту людей

робить їх більш платоспроможними, що дає можливість витратити більше коштів на активний відпочинок, пов'язаний з подорожами.

➤ *Зміна співвідношення робочого та вільного часу населення.* При переході багатьох країн на 5-денний робочий тиждень з'явилася можливість для короткочасного туризму – «уік-енду». Збільшення тривалості щорічної оплачуваної відпустки дозволило ділити її на кілька частин для того, щоб відпочити як у літню пору, так і взимку. Відомо також, що туристичні поїздки здійснюються не тільки під час відпусток і канікул, але й під час державних свят, які, поєднуючись із вихідними днями, становлять так звані «блок вільного часу».

➤ *Розвиток транспорту,* відмінна мережа наземних транспортних комунікацій, будівництво морських і річкових суден, портів, прогрес у повітряних перевезеннях, застосування пільгових тарифів і сезонних знижок також приводить до збільшення туристопотоку.

➤ *Спрощення або відміна пограничних та митних формальностей* між державами значною мірою стимулює туристичні обміни на їх територіях, тому що звільняє людей від необхідності збору та подання у консульські відділи великої кількості документів на отримання візи.

➤ *Підвищення культурного та освітнього рівня населення* також сприяє розвитку туризму через прагнення туристів до пізнання, до використання досвіду інших країн у своїй професійній діяльності. Немаловажним є й бажання бути присутнім на різноманітних міжнародних фестивалях, чемпіонатах, спортивних змаганнях, олімпіадах, форумах, виставках, ярмарках тощо.

1.3. СУТНІСТЬ ПОНЯТЬ «ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ» ТА «ТУРИСТИЧНА ПОСЛУГА»

Базовим нормативно-правовим документом у сфері туристичних послуг є Закон України «Про туризм», який набув чинності у вересні 1995 року і з тих пор зазнав деяких змін та доповнень. Цей закон визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні

засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України.

Даним законом уведені як у науковий, так і в широкий практичний побут основні туристичні терміни та визначення. Однією із ключових категорій, що фігурує в базисних поняттях туристичного бізнесу, є туристичний продукт (або турпродукт).

Відповідно до Закону України «Про туризм», туристичний продукт – це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується до реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо) [8].

Отже, турпродукт повинен обов'язково поєднувати в собі як мінімум три послуги: дві основні (туроутворюючі) – розміщення туриста та його транспортування, та одну додаткову – будь-яку іншу, не пов'язану з першими двома.

Згідно з наведеним визначенням, до туристичних послуг належать: послуги з перевезення туристів; послуги з розміщення туристів; послуги з організації екскурсій і відвідувань об'єктів культури; послуги з організації відпочинку та розваг; послуги з реалізації сувенірної продукції; послуги з реалізації харчування; інші послуги, які надаються або можуть бути надані туристам за їх бажанням.

Дане визначення турпродукту та його складових (турпослуг) є юридичним, тому що будь-який закон, прийнятий Верховною Радою України – це юридичний документ. З погляду економічної науки,

поняття «турпродукт» необхідно аналізувати як економічну категорію. Турпродукт, як видно з вищевикладеного, являє собою комплекс туристичних послуг, а окрема послуга є його елементарною «клітинкою».

Відповідно до ГОСТ 28681.1-95 «Проектирование туристських услуг», туристична послуга – це результат діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб туристів [33].

Туристичну послугу в умовах товарно-грошових відносин необхідно розглядати як продукт людської праці, призначений для обміну або продажу. Таким чином, будь-яка туристична послуга повинна володіти двома властивостями:

- мати споживну вартість – тобто бути корисною для туриста і здатною задовольнити його певні потреби;
- мати мінову вартість – тобто обмінюватися у певній пропорції на інші товари або послуги. У розвиненій ринковій економіці мінові пропорції фіксуються в грошах як загальному еквіваленті всіх товарів (послуг).

Споживна вартість туристичної послуги залежить:

– по-перше, від внутрішньо притаманних їй корисних властивостей, тобто чим більш приваблива вона для туриста, тим і важливіше для нього. Однак не всяка туристична послуга, навіть якщо вона модна і дорога, має корисні властивості для конкретного туриста, тому не завжди породжує у нього потребу в користуванні нею. Наприклад, морська подорож в умовах навіть незначного хвилювання на морі у деяких туристів викликає неприємні відчуття. Це ж стосується й екстремальних видів туризму, пов'язаних з ризиком для життя, а також деяких інших;

– по-друге, від рівня людських знань про ці властивості. Наприклад, туристична послуга, яка ще учора була непотрібною, може отримати споживну вартість; так часто відбувається при організації нових курортів, нових видів туризму, нових напрямків у туристичному обслуговуванні при обов'язковій рекламній кампанії корисних властивостей даних турпослуг. І, навпаки, споживна вартість пропонованої туристичної послуги може втратити свої

корисні властивості або не відповідати сучасним вимогам, що пред'являються до неї. Наприклад, туристичні маршрути, які орієнтовані на знайомство з пам'ятниками видатних для свого часу політичних діячів (вождів, революціонерів), навіть за умови їх відмінної схоронності, зі зміною суспільно-політичної формації можуть втратити свою актуальність.

Таким чином, сукупність корисних властивостей, внутрішньо притаманних туристичній послугі, що опосередкована суспільною формою, являє собою її корисність. Остання є не що інше, як споживна вартість, тобто саме корисність туристичної послуги робить її споживною вартістю, економічною категорією.

З погляду економічної науки, класифікація споживних вартостей, використовуваних у туристичній діяльності, має такий вигляд:

– споживні вартості, що не є продуктами людської праці, – до них відносяться природні фактори: географічне положення, клімат, рельєф, флора, фауна, сонце, повітря, вода;

– споживні вартості, що є продуктами людської праці, яка була витрачена у минулому (упредметнена праця) і не приймає товарної форми (пам'ятники архітектури, театри, музеї тощо);

– споживні вартості, які використовуються туристами безкоштовно і потребують постійних витрат як живої, так і упредметненої праці - шляхи, парки, пляжі;

– споживні вартості, що виступають у вигляді товару (послуги).

Таким чином, з економічної точки зору туристичний продукт – це сукупність речовинних (фізичних товарів) і нематеріальних (у формі послуг) споживних вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, що виникли в період його подорожі.

Туристичний продукт складається із трьох складових:

1. тур – набір туристичних послуг з конкретними термінами початку та закінчення виконання, який реалізується оптовому чи роздрібному споживачу [33];

2. окремі туристично-екскурсійні послуги – розміщення, харчування, транспортування, екскурсійні програми та інші послуги на маршруті, що відносяться до мети подорожі;

3. товари туристичного призначення – предмети споживання, які необхідні туристу під час подорожі (карти, схеми, намети, спальні мішки, рюкзаки та все інше туристичне і спортивне спорядження, а також сувенірна продукція).

Отже, турпродукт як результат праці відображує суть конкретних чи абстрактних речей: проживання, яке надається в засобах розміщення; їжі, яка готується у закладах ресторанного господарства; перевезення, що допомагає перебороти певну відстань; послуги екскурсовода, що знайомить туриста з туристичним об'єктом тощо. Туристичний продукт складається з безлічі компонентів, які можуть бути як відчутними, так і невловимими. До відчутних відносяться продукти харчування та напої, одяг, туристичне спорядження, сувеніри тощо. До невловимих належать послуги, які надаються туристам, наприклад: розміщення в готелі, обслуговування в ресторані, бронювання квитків, розваги та ін. Багато благ, які викликають потребу у туристів, утворені самою природою (водні ресурси, ландшафт, рослинний світ).

Структура витрат туристів по елементах туристичного продукту наступна: на тур у середньому приходиться 50%, на окремі (додаткові) туристично-екскурсійні послуги – 30%; на товари туристичного призначення – 20%. Звичайно, залежно від типу турпродукту дані відсотки можуть коливатися.

Варто зазначити, що зараз у сфері туризму України на національному рівні діють три міждержавні стандарти країн СНД (ГОСТ) з туристично-екскурсійного обслуговування, що адаптовані згідно з українським законодавством як національні. Нижче представлена загальна інформація про дані стандарти.

Стандарти для туристично-екскурсійного обслуговування:

❖ **ГОСТ 28681.1-95** «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг». Даним стандартом встановлено порядок розробки документації при

проектуванні туристичних послуг. Дія стандарту поширюється на всі підприємства й організації різних організаційно-правових форм та фізичних осіб-підприємців, які надають туристичні послуги.

ГОСТ 28681.1-95 містить певні терміни: тур, програма обслуговування туристів, туристичний маршрут, туристична траса, технологічні карти екскурсії та подорожі, портфель екскурсовода тощо.

У розділі стандарту «Проектування туристичних послуг» визначені вимоги щодо порядку та процедури розробки конкретних послуг (туристична подорож, туристичний похід, екскурсія), ведення відповідної документації, змісту та послідовності етапів створення послуги, визначення методів контролю якості їх надання, затвердження проекту послуги за позитивних результатів його аналізу.

У додатках до стандарту містяться зразок технологічної карти туристичної подорожі, графік завантаження туристичного підприємства групами туристів на певний місяць, інформаційний листок до путівки на туристичну подорож (з обов'язковою та додатковою інформацією), структура та основний зміст звіту про проведення експедиційного обстеження маршруту туристичного походу, паспорт траси походу, технологічна карта екскурсії, бланк схеми маршруту транспортної екскурсії.

ГОСТ 28681.1-95 розроблено російським Технічним комітетом зі стандартизації ТК 199 «Туристско-экскурсионное обслуживание», внесено на розгляд Держстандартом Російської Федерації, прийнято Міждержавною радою зі стандартизації, метрології та сертифікації (протокол № 7 від 26 квітня 1995 р.). Дата набрання чинності в Україні – 01.01.1997 р. [33].

❖ **ГОСТ 28681.2-95** «Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования». Даний стандарт установлює обов'язкові та рекомендовані вимоги щодо якості туристичних послуг, надаваних туристичними підприємствами незалежно від їх відомчої підпорядкованості та організаційно-правової форми.

У міждержавному стандарті ГОСТ 28681.2-95 упорядкована термінологія – визначені поняття «туристична послуга» та її різновиди: «екскурсія», «похід», «подорож», для організації надання яких розроблені певні вимоги:

- *обов'язкові* для усіх видів туристичних послуг – забезпечення безпеки життя та здоров'я, збереження майна туристів та екскурсантів, охорона навколишнього середовища;

- *рекомендовані*, відповідні вимогам, що передбачають додаткові зручності для споживачів, привабливість та престижність послуг – відповідність призначенню, точність та своєчасність виконання, комплексність, етичність обслуговуючого персоналу, комфортність, естетичність, ергономічність.

Даний стандарт містить опис певних методів контролю якості туристичних послуг та обслуговування, надаваних туристичним підприємством:

- візуальний контроль, який проводиться шляхом огляду об'єкта – його інтер'єру, обладнання, інвентарю, посуду, столової та постільної білизни;

- аналітичний контроль, який передбачає аналіз документації – реєстраційних журналів, санітарних книжок персоналу тощо;

- медичний контроль, при якому здійснюється медичний огляд персоналу, проведення санітарно-епідеміологічних аналізів;

- інструментальний контроль, за умови якого визначається якість води, повітря, проводиться перевірка технічного стану та режимів роботи обладнання;

- соціологічний контроль, який здійснюється шляхом опитування туристів та обслуговуючого персоналу.

ГОСТ 26861.2-95 розроблено російським Технічним комітетом зі стандартизації ТК 199 «Туристско-экскурсионное обслуживание», внесено на розгляд Держстандартом Російської Федерації, прийнято Міждержавною радою зі стандартизації, метрології та сертифікації (протокол № 7 від 26 квітня 1995 р.). Дата набрання чинності в Україні – 01.01.1997 р. [35].

❖ **ГОСТ 28681.3-95** «Туристско-экскурсионное

обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов». У даному стандарті представлена детальна конкретизація обов'язкових вимог щодо безпеки надання туристичних послуг на підставі систематизації шкідливих чинників (фактори ризику), до яких віднесені:

– травмонебезпечність (виникнення у разі переміщення механізмів та предметів, складного рельєфу місцевості, несприятливих ергономічних характеристик використовуваного туристичного спорядження, небезпечних атмосферних явищ тощо);

– вплив навколишнього середовища (підвищена або знижена температура навколишнього середовища, вологість та рухомість повітря, різкі перепади тиску);

– пожеженебезпечність (експлуатація об'єктів обслуговування туристів без дотримання правил пожежної безпеки);

– біологічні фактори ризику (патогенні мікроорганізми та продукти їх життєдіяльності, отруйні рослини, тварини, які є переносниками інфекційних захворювань);

– хімічні фактори ризику (токсичні, дратівні, сенсibiliуючі);

– психофізичні фактори (фізичні та нервово-психічні навантаження);

– небезпечні випромінювання (підвищений рівень ультрафіолетового та радіологічного випромінювання);

– підвищена запиленість та загазованість (невиконання санітарно-гігієнічних норм щодо додержання припустимого рівня шкідливих речовин у повітрі зон обслуговування туристів, приміщень, транспортних засобів);

– інші специфічні фактори ризику (можливість виникнення природних та техногенних катастроф, страйків, громадського безладдя, терактів та інших надзвичайних ситуацій у зоні обслуговування туристів).

У стандарті 26861.3-95 містяться вимоги щодо запобігання впливу перерахованих вище факторів ризику, які полягають у наступному:

– додержання встановлених норм та правил щодо матеріально-технічної бази туристичного підприємства, номенклатури надаваних послуг, кваліфікації обслуговуючого персоналу;

– інформування туристів про ризики, які можуть виникнути під час туристичного обслуговування, та про заходи, що допомагатиме їх уникнути;

– розроблення та затвердження планів дій персоналу при настанні надзвичайних ситуацій, які включають взаємодію з місцевими органами влади та аварійно-рятувальними службами.

ГОСТ 26861.3-95 розроблено російським Технічним комітетом зі стандартизації ТК 199 «Туристско-экскурсионное обслуживание», внесено на розгляд Держстандартом Російської Федерації, прийнято Міждержавною радою зі стандартизації, метрології та сертифікації (протокол № 7 від 26 квітня 1995 р.). Дата набрання чинності в Україні – 01.01.1997 р. [34].

1.4. СТРУКТУРА ТА СПЕЦИФІКА ТУРИСТИЧНОГО СПОЖИВАННЯ

Згідно з «Методикою розрахунку обсягів туристичної діяльності» *туристичне споживання* – споживання вироблених різними галузями економіки товарів та послуг для задоволення потреб туристів. У грошовому вимірі – це вартість сукупності товарів та послуг, що споживаються туристами (відвідувачами) для задоволення їхніх потреб [15].

За часом та місцем здійснення туристичне споживання поділяється на:

– попереднє споживання – попередні витрати туристів, які необхідні для підготовки та здійснення поїздки;

– споживання протягом поїздки – витрати, що здійснюються у відвідуваних місцях;

– споживання після поїздки – витрати, що здійснюються після повернення з поїздки і пов'язані з поїздкою.

Туристичне споживання у вартісному вимірі складається із сукупності витрат туристів. Туристичні витрати – це споживчі витрати відвідувача, які пов'язані із забезпеченням його потреб як туриста, і здійснені ним (або від його імені) перед, протягом і після поїздки та у місцях відвідання. Інакше кажучи, туристичні витрати – це оплата туристами придбання туристичних товарів і послуг для задоволення певних туристичних потреб у конкретному місці призначення та певний час.

Згідно з українським законодавством, до головних витрат туристів відносяться такі:

1. комплексні тури (пакет послуг);
2. послуги розміщення (короткотермінового проживання);
3. харчування та напої;
4. послуги пасажирського транспорту;
5. екскурсійне обслуговування;
6. послуги перекладача;
7. організаційні послуги туроператора, турагента;
8. рекреаційні, культурні, розважальні, спортивні заходи;
9. придбання сувенірної продукції, фототоварів, відвідування магазинів;
10. страхування;
11. інші (у т.ч. фінансові послуги, оренда транспортних засобів тощо).

Специфіка туристичного споживання полягає в тому, що воно містить всі категорії споживчих товарів і послуг, але у різній мірі. Відповідно до того, якою мірою той чи інший товар або послуга належать до туристичного споживання, виділяються дві основні групи:

- специфічні туристичні послуги та товари;

- неспецифічні для туризму послуги та товари (тобто ті, які не мають прямого відношення до туризму і не представляють інтересу для туристичної діяльності).

Згідно з «Методикою розрахунку обсягів туристичної діяльності» *специфічні туристичні послуги та товари* відповідають наступним критеріям:

- це товари та послуги, пропозиція яких скоротиться у значній мірі за умови відсутності відвідувачів;

- це товари та послуги, що складають значну частку у структурі туристичного споживання;

- це товари та послуги, відсутність яких зумовить скорочення туристичного споживання [15].

У межах групи «специфічні товари та послуги» виділяються дві вузкі підгрупи:

- характерні туристичні послуги та товари;
- супутні туристичні послуги та товари.

Треба акцентувати увагу на те, що і перша, і друга групи турпослуг та товарів призначені для задоволення потреб туристів. Відмінність їх полягає у тому, що надання та виробництво характерних туристичних послуг і товарів суттєво скоротиться без їх реалізації туристам. У той же час, надання та виробництво супутніх туристичних послуг і товарів несуттєво скоротиться без їх реалізації туристам.

Взагалі досить складно віднести послуги до того або іншого виду, чіткої границі між ними, як правило, немає (особливо між першими двома). Але це тільки зайвий раз доводить, що туризм, як сектор економіки, є дуже багатогранною сферою діяльності.

Перелік характерних туристичних послуг та товарів наведено у «Методиці розрахунку обсягів туристичної діяльності».

Варто відмітити, що туристичному споживанню притаманні такі *особливості*:

➤ Споживач-турист не має можливості попередньо ознайомитися з якістю «товару» (туристичними послугами). Вони одержують оцінку тільки в процесі їх безпосереднього споживання.

➤ Туристичне споживання проявляється у тому, що воно виникає у вільний від роботи час і за межами постійного місця проживання людини.

➤ Туристичне споживання включає отримання туристом послуг як за гроші, так і безкоштовно, тобто в туризмі створюються два види відносин: матеріальні та нематеріальні. Специфічна особливість туристичної подорожі проявляється в тому, що мета, заради якої вона відбувається, у більшості випадків не вимагає прямих грошових витрат (користування морем, красотами ландшафтів, парками, архітектурними комплексами). Але поряд із цим задоволення потреб туристів включає одержання ними різноманітних платних послуг у вигляді плати за проїзд, харчування, проживання, екскурсійне обслуговування тощо.

➤ У матеріальному виробництві товар рухається від місця виробництва до місця споживання. У туризмі положення інше: для споживання турпродукту сам споживач-турист повинен бути доставлений у місце виробництва цього турпродукту або окремих туристичних послуг.

➤ Витрати туриста, як правило, кількісно перевищують його звичайні витрати у постійному середовищі перебування. Це пов'язане з підвищеними витратами на транспорт, житло, харчування, а також на культурні й ділові заходи. Частина підвищених витрат пов'язана з фактором престижності туристичного споживання.

➤ Туристичне споживання обмежено у часі, обумовлено по строках і умовах подорожі.

➤ Туристичне споживання має особливий, романтичний характер, тому що туризм не заперечує, а, навпаки, припускає відвідування різноманітних подій (фестивалів, карнавалів, форумів, ярмарків), покупку товарів рідкого або дефіцитного характеру, придбання предметів і послуг культурологічної спрямованості, що відображують соціальну та національну специфіку міста, регіону, країни.

1.5. ХАРАКТЕРНІ РИСИ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Туристичні послуги мають такі основні риси:

✓ *Нездатність туристичних послуг до зберігання.* Туристичні послуги є «швидкопсувними», тобто у випадку відсутності на них попиту в цей момент, вони не можуть бути збережені та складовані для наступного продажу. Це відноситься, наприклад, до «непроданого» номеру в готелі або каюти на круїзному судні, місця в літаку, автобусі або потязі. Якщо продаж не відбувся, виходить, турпродукт пропав. От чому значні знижки в ціні або інші пільги можуть бути запропоновані в останню хвилину для заповнення літаків, готелів тощо.

✓ *Невідчутність туристичних послуг, або невлонність* – означає, що вони не приймають упредметненої форми. Їх неможливо продемонструвати, побачити або спробувати до одержання. На відміну від покупки товарів, обслуговування не приводить до володіння чим-небудь. Роблячи оплату за послуги готелів і транспортних компаній, турист купує не готель і літак, а розміщення та перевезення. Нематеріальний характер послуг ускладнює роботу постачальників. Туристичні підприємства зіштовхуються із двома проблемами: як показати клієнтам свою пропозицію і як пояснити, за що вони будуть сплачувати гроші. Виконавець може лише описати переваги, які турист одержуватиме при споживанні послуги. Саму ж послугу клієнт зможе оцінити тільки після її надання.

Туристичні підприємства для підвищення відчутності своїх послуг і зміцнення довіри клієнтів уживають комплекс мір:

- розповсюджують брошури, буклети та інші матеріальні носії, що дозволяють зрозуміти й оцінити послуги підприємства;
- залучають до реклами власних послуг відомих людей – «зірок» естради, кіно, спорту;
- доводять до клієнтів інформацію про своїх співробітників, їх досвід роботи і кваліфікацію;
- використовують можливості мережі Інтернет – наприклад, поміщаючи на своїх сайтах об'ємні картинки номерів (де можна

змінювати ракурс огляду кімнати, збільшувати зображення окремих деталей), роблячи віртуальні тури по засобу розміщення, закладу харчування, туристичній фірмі тощо.

✓ *Схильність туристичних послуг до сезонних коливань.* Маркетингові заходи туристичної фірми будуть відрізнятися у пік сезону та у міжсезоння. Так, наприклад, у міжсезоння необхідні додаткові заходи стимулювання попиту: встановлення більш низьких цін, надання різних додаткових послуг, варіювання різноманітними видами туризму (диверсифікованість пропозиції).

✓ *Значна статичність туристичних послуг* – прихильність до певного місця: готелю, турбази, аеропорту, тому що туристичні послуги можна надавати тільки в конкретному місці.

✓ *Розбіжність у часі факту продажу туристичної послуги та її споживання.* Покупка турів (послуг) у сфері туризму здійснюється за тижні або за місяці до початку їх споживання. У цьому разі значну роль відіграє рекламна друкована продукція, що надає наочну інформацію про туристичний продукт, що купується. Вона дозволяє створити відчуття вигоди, яка може бути витягнута з його споживання в майбутньому. Велике значення на стадії продажу туру надається ступеню вірогідності інформації, а також надійності – тобто відповідності якості турпродукту його ціні.

✓ *Територіальна роз'єднаність споживача та виробника на туристичному ринку.* Тут важливими є заходи щодо інформування майбутніх споживачів й реклами туристичних продуктів як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні.

✓ *Нерозривність виробництва та споживання туристичної послуги* – зробити послугу можна тільки тоді, коли з'являється клієнт. При нерозривності виробництва та споживання турпослуг ступінь контакту між продавцем і клієнтом може бути різною:

– деякі послуги надаються у відсутності замовника (наприклад, ремонт автомобілів, чистка одягу, прання та прасування білизни);

– інші послуги робляться за допомогою технічних засобів – автоматів із продажу квитків, видачі грошей, реалізації пакетованих продуктів харчування та напоїв;

– але багато видів послуг вимагають тісного прямого контакту виконавця зі споживачем. Так, лікування на курорті неможливо без клієнта й обслуговуючого персоналу, надання туристу послуг харчування нерозривно пов'язано з працівниками закладу ресторанного господарства тощо.

Дослідження показали, що у збуті послуг потрібно більше особистої участі спеціалістів, їх уваги й одержання інформації від споживачів, чим при реалізації товарів.

Взаємозв'язок виробництва та споживання товарів і послуг представлено на рисунку 1.1.

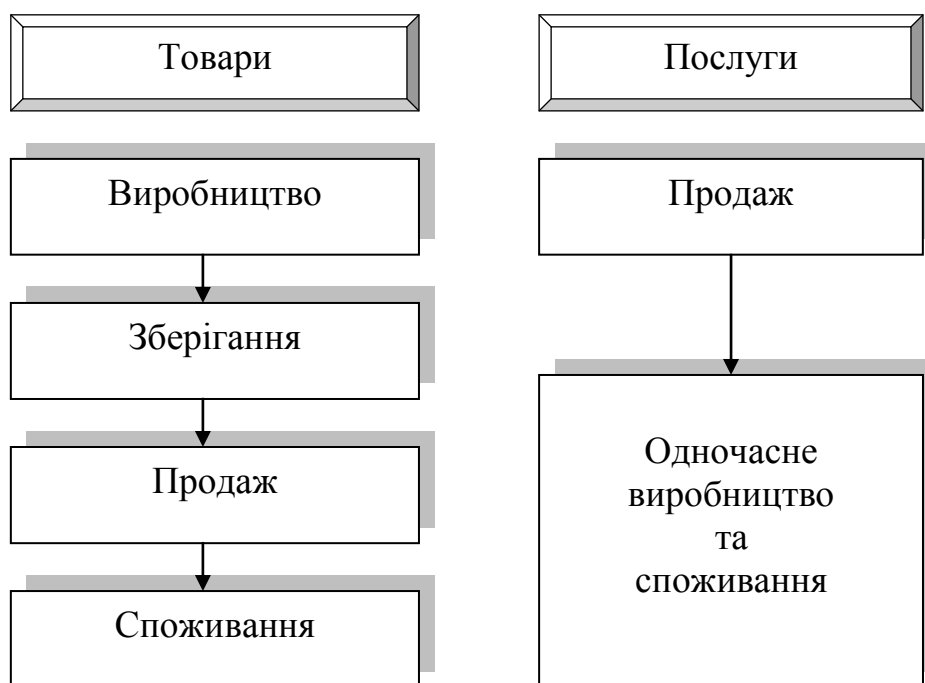


Рисунок 1.1. Взаємозв'язок виробництва й споживання товарів і послуг

Покупець найчастіше розглядає продавця туристичних послуг як своєрідного експерта, на чийі знання він покладається. У цьому смислі майже завжди продавець послуги сприймається як невід'ємна її частина. Тому правильний підбір і навчання персоналу, у першу чергу такого, що вступає в безпосередній контакт із клієнтом, має особливе значення у наші дні. Від професіоналізму працівників туристичної сфери залежать якість турпослуг, прихильність покупців і, в остаточному підсумку, конкурентоспроможність туристичного підприємства.

ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗА РОЗДІЛОМ 1

1. Обґрунтуйте соціально-економічне значення сфери послуг.
2. Укажіть основні нормативно-правові документи, за якими відбувається регулювання послуг, надаваних у сфері туризму України.
3. Назвіть основні цілі державного регулювання у сфері туризму України.
4. Укажіть пріоритетні напрями державної політики у сфері туризму України.
5. Охарактеризуйте розподіл послуг на «матеріальні» та «соціально-культурні» згідно з ГОСТ 30335-95 «Услуги населению. Термины и определения».
6. Визначте роль туристичних послуг у складі соціально-культурних послуг.
7. Укажіть основні чинники, які впливають на формування потреб людей у користуванні туристичними послугами.
8. Сформулюйте визначення сутності понять «туристичний продукт» і «туристична послуга» згідно з українським законодавством.
9. Охарактеризуйте поняття «туристичний продукт» і «туристична послуга» з точки зору економічної теорії.
10. Наведіть класифікацію споживних вартостей, використовуваних у туристичній діяльності.
11. Розкрийте сутність поняття «туристичне споживання» та його основних видів.
12. Охарактеризуйте особливості туристичного споживання.
13. Укажіть критерії, за якими відрізняються характерні туристичні послуги від супутніх та неспецифічних для розвитку туризму.
14. Опишіть характерні риси туристичних послуг.
15. Наведіть загальну інформацію про три міждержавні стандарти з туристично-екскурсійного обслуговування, використувані у сфері туризму України.

Розділ 2

ВИРОБНИКИ І СПОЖИВАЧІ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

2.1. СУБ'ЄКТИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Згідно зі статтею 5 Закону України «Про туризм», учасники відносин, які виникають при здійсненні туристичної діяльності, поділяються на дві основні групи:

❖ Суб'єкти туристичної діяльності – юридичні й фізичні особи, які:

- створюють туристичний продукт,
- надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення туристів, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування);
- здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних і супутніх туристичних послуг.

❖ Споживачі туристичних послуг – громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність [8].

Взаємозв'язки між учасниками туристичної діяльності, тобто між суб'єктами туристичної діяльності та споживачами туристичного продукту й окремих туристичних послуг, представлені на рисунку 2.1.

Суб'єктами туристичної діяльності в Україні є:

➤ **Туристичні оператори** (далі – туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність [8].

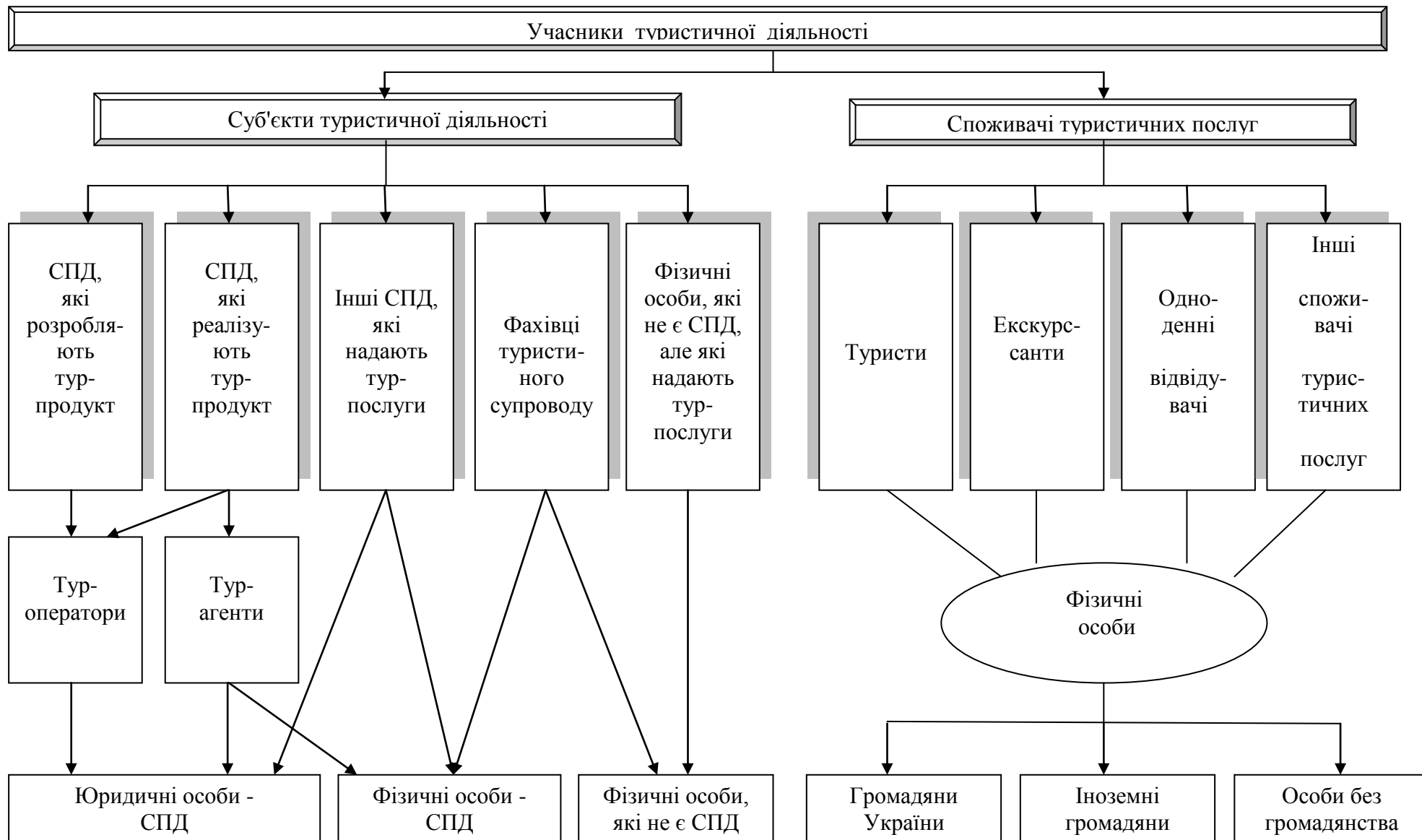


Рис. 2.1. Учасники туристичної діяльності згідно з українським законодавством

Порядок одержання ліцензії затверджено Законом України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності». Органом ліцензування туроператорської діяльності визначено Державне агентство України з туризму і курортів. Для отримання ліцензії туроператор повинен відповідати певним вимогам, які встановлені у «Ліцензійних умовах провадження туроператорської та турагентської діяльності». Так, у штаті туроператора має бути не менше ніж 50% фахівців з вищою освітою в галузі туризму або зі стажем роботи у сфері туризму не менше трьох років. Кваліфікаційною вимогою до керівника фірми-туроператора є наявність у нього вищої освіти в галузі туризму або будь-якої вищої освіти та досвіду роботи в туризмі не менше трьох років.

Провадження діяльності туроператором відбувається на підставі укладення договорів:

– між туроператором та туристом – *договір про туристичне обслуговування*, за умови якого туроператор зобов'язується за встановлену договором плату забезпечити надання туристові за його замовленням комплексу туристичних послуг (туристичний продукт);

– між туроператором та турагентом – *агентський договір*. Права, обов'язки, відповідальність сторін та інші умови договору між туроператором і турагентом визначаються загальними положеннями про агентський договір, якщо інше не передбачено договором між ними, а також Законом України «Про туризм»;

– між туроператором та контрагентом (первісним виробником туристичних послуг: розміщення, харчування, перевезення тощо) – *договір про співробітництво*. При реалізації послуг з тимчасового розміщення на території України туроператори повинні укласти договори про співробітництво із засобами розміщення та закладами ресторанного господарства, транспортними компаніями, закладами культури, об'єктами дозвілля тощо;

– між туроператором та іноземним партнером-нерезидентом України укладається відповідний *договір (контракт) про співробітництво* щодо надання туристичних послуг згідно з нормами чинного законодавства України.

➤ **Туристичні агенти** (далі – турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб’єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб’єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг [8].

Варто відмітити, що з жовтня 2010 року в Україні скасовано ліцензування турагентської діяльності, однак «Ліцензійні умови провадження туроператорської та турагентської діяльності», якими встановлені вимоги до турагентів, є чинними. Так, згідно з цим документом, у штаті турагента, зареєстрованого як юридична особа, повинно налічуватись не менше 30% фахівців, які мають освіту в галузі туризму або стаж роботи у сфері туризму не менше трьох років. Кваліфікаційною вимогою до керівника фірми-турагента є наявність у нього освіти в галузі туризму або досвіду роботи в туризмі не менше трьох років. Якщо турагент проваджує діяльність як фізична особа-підприємець, то він зобов’язаний мати освіту в галузі туризму.

Провадження діяльності турагентом відбувається на підставі укладення договорів:

- між турагентом і туроператором (*агентський договір*);
- між турагентом та вітчизняними партнерами, які забезпечують надання окремих видів туристичних послуг – розміщення, харчування, перевезення організації відпочинку, оздоровлення, розваг тощо (*договір про співробітництво*).

Згідно з українським законодавством, спільними вимогами до **туроператорів і турагентів** є вимоги до службового приміщення (офісу), до провадження інформаційно-рекламної діяльності та до фінансового забезпечення відповідальності перед туристами.

Вимоги до офісу туроператорів та турагентів можна розділити на три групи:

- зовнішнє оформлення, яке використовується при вході в службове приміщення: інформаційна вивіска або зовнішня реклама із

зазначенням найменування згідно з установчими документами та логотипу (за його наявності); інформація про режим роботи ліцензіата.

– внутрішнє оформлення, яке полягає у розміщенні на видному для туриста місці в офісі наступних документів: копії ліцензії (для туроператора), копії свідоцтва про державну реєстрацію, копії довідки банківського або іншої кредитної установи про підтвердження фінансового забезпечення відповідальності турфірми, відомості про працівників (прізвище, ім'я, по батькові керівника, його заступників, головного бухгалтера, менеджерів), книгу відгуків та пропозицій громадян, копії чинних Ліцензійних умов, адреси та телефони: центрального та місцевого органів виконавчої влади в галузі туризму, територіального управління у справах захисту прав споживачів, а також перелік номерів телефонів і факсів ліцензіата.

– оформлення при тимчасовому або повному закритті офісу – якщо турфірма планує закрити свій офіс у разі таких причин, як ремонт, санітарна обробка, зміна місцезнаходження, зупинення туристичної діяльності тощо, вона повинна: повідомити про це споживачів туристичних послуг, з якими укладено договори про туристичне обслуговування, не пізніше ніж за 5 днів до закриття; вивісити відповідне оголошення при вході до службового приміщення; письмово сповістити про це орган ліцензування у 10-денний термін.

Крім загальних вимог до службового приміщення турфірми існують правила, якими вона повинна користуватися під час здійснення *інформаційно-рекламної діяльності*. Умовно ці вимоги можна розділити на дві групи:

– В офісі. Туроператор і турагент зобов'язані розмістити на видному місці інформацію про тарифи та умови обслуговування туристів за кордоном та в Україні, рекламні, інформаційні, довідкові матеріали (довідники готелів, інших засобів розміщення, підприємств харчування, розклади руху та тарифи на перевезення туристів і екскурсантів різними видами транспорту тощо).

– У засобах масової інформації. Рекламуючи свої послуги, турфірми повинні указувати в рекламних оголошеннях: своє найменування згідно із свідоцтвом про державну реєстрацію; місцезнаходження; номери телефонів; номер і дату видачі чинної ліцензії та орган ліцензування (для туроператорів).

Вимоги до фінансового забезпечення відповідальності перед туристами. Згідно з Ліцензійними умовами провадження туристичної діяльності існують конкретні вимоги до визначення гарантійного випадку, до банку, до оформлення фінансової гарантії, терміну її дії та суми, до порядку відшкодування збитків, заподіяних туристу при обумовлених обставинах.

Гарантійним випадком вважається сукупність двох обставин:

- виникнення обставин неплатоспроможності ліцензіата чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом;
- невиконання ним своїх договірних зобов'язань перед туристами.

Фінансова гарантія укладається між турфірмою та банком або іншою кредитною установою у вигляді угоди в письмовій формі.

Вимоги до мінімального розміру фінансової гарантії:

- мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму, еквівалентну не менше ніж 20 000 євро;

- розмір фінансового забезпечення туроператора, який надає послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму, має становити суму еквівалентну не менше ніж 10 000 євро;

- мінімальний розмір фінансового забезпечення турагента має становити суму, еквівалентну не менше ніж 2 000 євро.

Сума фінансової гарантії направляється:

- на покриття видатків туристів, пов'язаних з поверненням їх у місце проживання (перебування) – це правило стосується лише туроператорів;

- на відшкодування вартості ненаданих туристам послуг, передбачених договором про туристичне обслуговування.

Фінансове гарантування відповідальності туроператора і турагента запроваджено в Україні з метою забезпечення прав та законних інтересів споживачів туристичних послуг.

➤ **Інші суб'єкти підприємницької діяльності**, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг. До даної категорії суб'єктів туристичної діяльності належать колективні засоби розміщення туристів; заклади харчування; транспортні компанії, які забезпечують перевезення туристів повітряним, морським, річковим, залізничним, автомобільним транспортом; заклади культури (музеї, картинні галереї, театри, кінотеатри, концертні зали); різноманітні тематичні парки тощо. Усі ці СПД мають бути зареєстровані як юридичні особи-СПД та фізичні особи-підприємці. Докладніше про провадження діяльності представниками даної групи суб'єктів туристичної діяльності буде викладено у розділах 4 – 7.

➤ **Гіди-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу** – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом і які в установленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу, крім осіб, працюючих на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування.

Кваліфікаційні вимоги до екскурсоводів та гідів-перекладачів викладені у «Положенні про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцями туристичного супроводу». Так, *екскурсоводами* можуть працювати особи, які мають базову вищу освіту або повну вищу освіту; мають посвідчення або диплом про спеціальну екскурсійну підготовку (учбовий заклад, курси підвищення або перепідготовки фахової кваліфікації) та отримали дозвіл у встановленому порядку. Для екскурсоводів знання іноземної мови не є обов'язковою умовою [17].

Гідами-перекладачами можуть працювати особи, які мають повну вищу освіту, вільно володіють іноземною мовою або мовами, мають посвідчення або диплом про спеціальну екскурсійну підготовку (навчальний заклад, курси підвищення або перепідготовки фахової кваліфікації) та отримали дозвіл у встановленому порядку.

Для екскурсів та гідів-перекладачів, які мають учений ступінь та вчене звання, вимога щодо наявності посвідчення або диплома про спеціальну екскурсійну підготовку не є обов'язковою [17].

Дозвіл на право здійснення туристичного супроводу (далі – дозвіл) є офіційним документом, який підтверджує кваліфікацію фахівця туристичного супроводу і дає право на:

- надання екскурсійних послуг екскурсоводами та гідями-перекладачами в населених пунктах та об'єктах показу, внутрішніми правилами яких це не заборонено, у межах даної адміністративної території та надання дорожньої інформації під час слідування туристичних груп до місця призначення;

- надання відповідних послуг із туристичного супроводу іншими фахівцями туристичного супроводу.

Таким чином, дозвіл повинні отримувати гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, керівники туристичних груп, провідники на гірських тропях, аніматори та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, за винятком осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування (музеї, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, монастирські комплекси, спеціалізовані виставки тощо).

Фахівці туристичного супроводу можуть працювати на відповідних посадах у туроператорів та турагентів за трудовим договором, а також можуть бути зареєстровані як фізичні особи-підприємці та співпрацювати з туристичними фірмами за трудовою угодою.

➤ **Фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності** та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо. До таких осіб належать, наприклад, власники або орендарі індивідуальних засобів розміщення, які мають право надавати послуги з тимчасового проживання без реєстрації їх в якості суб'єктів підприємницької діяльності.

2.2. СПОЖИВАЧІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Учасниками туристичної діяльності є також споживачі туристичних послуг, тобто особи, саме на яких розраховано обслуговування, надаване суб'єктами туристичної діяльності. Споживачами туристичних послуг можуть бути туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші види споживачів.

Варто зазначити, що поняття «турист» містить у собі не всі категорії мандрівників, а тільки ті, які відповідають певним вимогам, зафіксованим у нормативних документах чинного українського законодавства.

Так, у Законі України «Про туризм» зазначено, що «**турист** – особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін» [8].

Отже критеріями, за якими особа визначається туристом, є такі:

- строк подорожі: тривалість подорожі повинна бути обмежена – від 24 годин до 1 року;
- відсутність оплачуваної діяльності у DESTИНАЦІЯХ ПРИЙОМУ;
- відсутність у особи заборони на в'їзд у ту або іншу країну, яку вона має намір відвідати;
- зобов'язання покинути країну або місце перебування у зазначений строк (що найчастіше пов'язано з візовим режимом перебування в DESTИНАЦІЇ, який найчастіше становить менше одного року).

Згідно з «Методикою розрахунку обсягів туристичної діяльності» розрізняють такі категорії туристів:

- *внутрішній* турист – відвідувач-резидент, який здійснює поїздку в межах своєї країни, але за межі свого звичайного середовища (особа, що подорожує в межах України і постійно проживає в Україні);

– *іноземний* (в'їзний) турист – відвідувач-нерезидент по відношенню до країни відвідання (особа, що подорожує в межах України і не проживає в Україні постійно);

– *зарубіжний* (виїзний) турист – відвідувач-резидент, який здійснює поїздку за межі своєї країни (особа, що подорожує за межі митної території України і постійно проживає в Україні) [15].

Екскурсант – особа, якій надаються послуги з організації подорожей на території України, що не перевищують 24 години, у супроводу фахівця-екскурсовода за задалегідь складеними маршрутами з метою ознайомлення з пам'ятками історії, культури, природи, музеями, з визначними місцями тощо.

Таким чином, критеріями, за якими особа вважається екскурсантом, є такі:

- строк подорожі: до 24 годин без здійснення ночівлі;
- обов'язковий супровід фахівцем (екскурсоводом);
- наявність у фахівця супроводу підготовленого тексту екскурсії за певним маршрутом;
- мета екскурсії – забезпечення задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб екскурсантів.

Одноденний відвідувач – відвідувач, перебування якого у місці відвідання менше ніж 24 години і при цьому не включає жодної ночівлі у відвідуваному місці. До одноденних відвідувачів належать:

- круїзні пасажери – особи, що прибувають у певну країну на круїзних суднах і які ночують на борту судна, навіть, якщо вони сходять на берег для екскурсій або в інших приватних справах;
- екіпажі транспортних засобів, члени яких є іноземними особами, тобто не є резидентами відвідуваної країни, і перебувають у даній країні протягом дня;
- транзитні відвідувачі, які без здійснення ночівлі у закладі розміщення прямують територією даної країни до свого місця призначення в іншій країні [15].

Варто зазначити, що категорія «одноденні відвідувачі» об'єднує тих осіб, які не здійснюють ночівлю у стаціонарних засобах розміщення, тому для цілей міжнародної статистики їх

відокремлюють саме у цю групу. Так, наприклад, круїзні пасажери, а також пасажери або власники яхт, враховуються у категорії «одноденні відвідувачі» незалежно від терміну стоянки судна, навіть якщо воно знаходиться в порту декілька днів. Транзитні відвідувачі також не проживають у засобах розміщення в дестинації, а прямують територією даної країни, розміщаючись на нічліг в автобусах, купе поїздів тощо. Для іноземців-членів екіпажів транспортних засобів (морських та річкових суден, літаків тощо) віднесення до категорії «одноденні відвідувачі» дає можливість проходити візовий контроль за спрощеною процедурою у багатьох країнах світу.

До інших споживачів туристичних послуг звичайно належать місцеві жителі, мешканці прикордонних територій та деякі інші особи, що не є туристами.

До числа туристів не зараховуються: прикордонні працівники; тимчасові та постійні іммігранти; кочівники; транзитні пасажери, які не залишають транзитної зони; біженці; військовослужбовці; консульські робітники, дипломати.

Мешканці прикордонних територій – особи, які проживають у прикордонній території та регулярно або час від часу перетинають кордон з метою перебування у прикордонній території сусідньої держави (така територія для цих осіб є звичайним середовищем) на термін, що не перевищує 24 годин, без здійснення ночівлі у країні відвідання. Перетин державного кордону України мешканцями прикордонних територій здійснюється у місцевих пунктах пропуску за спрощеним порядком, якщо це передбачено відповідними положеннями чинних міждержавних угод [15].

Таким чином, деякі з перерахованих осіб, зазначених у даній категорії, можуть бути споживачами окремих туристичних послуг (наприклад, культурно-масових: відвідування музеїв, концертів, тематичних парків тощо).

2.3. ПРОЦЕС ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ВІД ВИРОБНИКІВ ДО СПОЖИВАЧІВ

Процес взаємодії учасників туристичної діяльності представлено на рисунку 2.2. Як було зазначено вище, виробниками туристичних послуг можуть бути як юридичні особи, так і фізичні – СПД і не СПД (категорії 3 – 5 із наведеної в Законі України «Про туризм» класифікації суб'єктів туристичної діяльності).

Процес організації туристичного обслуговування складний і багатогранний. Існують різні виробничі взаємини між суб'єктами туристичної діяльності й споживачами туристичного продукту або окремих туристичних послуг.

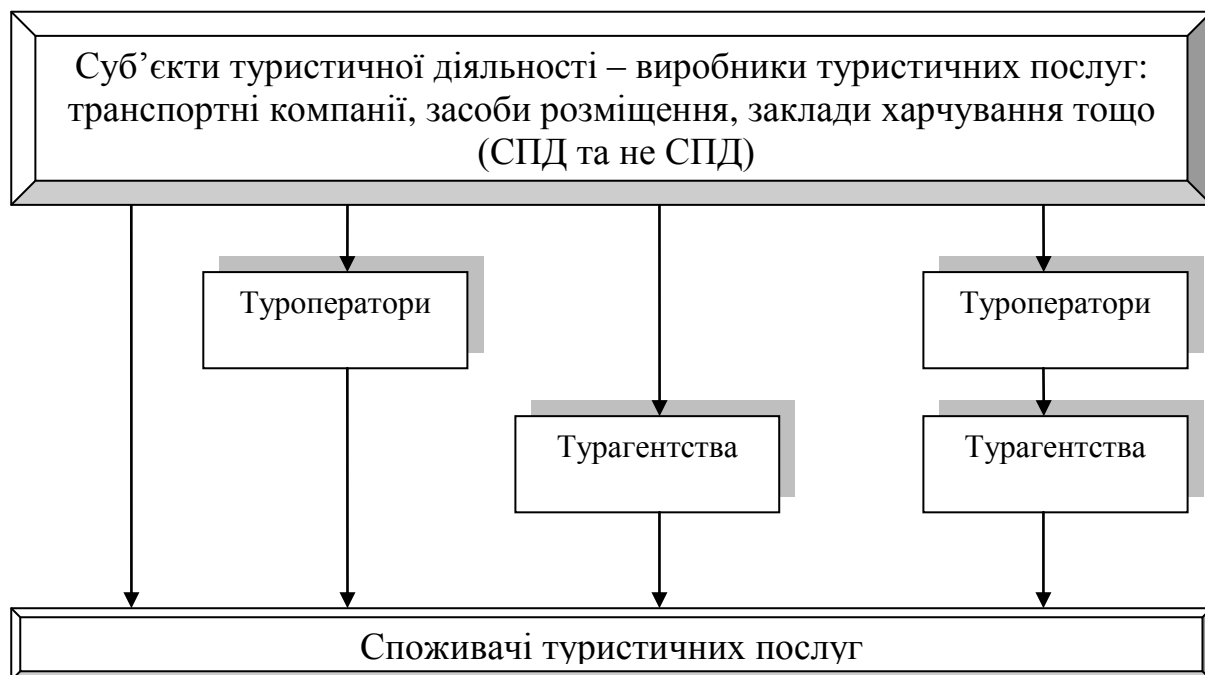


Рис. 2.2. Взаємини між виробниками та споживачами туристичних послуг

- Споживачі туристичних послуг (туристи, екскурсанти тощо) можуть *безпосередньо* одержати послуги у їх постачальників – купити квитки на транспорт, забронювати номер у готелі, замовити екскурсійне обслуговування, відвідати самостійно музей тощо. Це означає, що не всі туристи користуються послугами, пропонованими туроператорами або турагентами, воліючи самостійно зв'язуватися із транспортними компаніями та готелями (прямий канал збуту).

- Споживачі туристичних послуг можуть придбати окремі їх види у турагентстві, наприклад, забронювати номер у готелі.
- Споживачі туристичних послуг можуть придбати окремі туристичні послуги або тур безпосередньо у туроператора, тому що не мають наміру звертатися до турагента.
- Класичний приклад взаємин у сфері туризму – придбання туристом турпродукту, зробленого туроператором, у роздрібного посередника – турагента.

Варто відмітити, що туроператори і турагенти (представники непрямого каналу збуту), мають різну спеціалізацію як за географією своєї діяльності, так і за особливостями надання послуг, що буде більш докладно розглянуто у наступному розділі.

Права й обов'язки учасників туристичної діяльності, яких вони повинні дотримуватися під час здійснення туристичного обслуговування, викладені у статтях 24-25 Закону України «Про туризм».

Так, *суб'єкти туристичної діяльності мають право:*

- виробляти і реалізовувати туристичні послуги згідно із законодавством;
- вносити пропозиції щодо охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, порядку використання;
- вносити пропозиції щодо вдосконалення освітніх програм з професійного навчання в галузі туризму, підвищення рівня професійної підготовки працівників і фахівців у галузі туризму;
- на встановлення об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо), власниками яких вони є, відповідної категорії;
- на отримання в установленому порядку інформації, необхідної для здійснення їх діяльності, в органах державної влади та органах місцевого самоврядування;

- брати в установленому порядку участь у розробці програм розвитку туризму та курортно-рекреаційної сфери;
- визначати та оприлюднювати шляхом опублікування загальні умови типового (публічного) договору на надання туристичних послуг;
- визначати мінімальну кількість туристів (екскурсантів) у групі;
- на відшкодування збитків, заподіяних внаслідок незаконних рішень, дій чи бездіяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб чи заподіяних суб'єктами туристичної діяльності [8].

Суб'єкти туристичної діяльності зобов'язані:

- проводити діяльність у галузі туризму, яка підлягає ліцензуванню, лише за наявності ліцензій;
- надавати туристичні послуги, що підлягають обов'язковій сертифікації, після проведення такої сертифікації в установленному порядку;
- залучати до надання туристичних послуг осіб, які відповідають встановленим законодавством відповідним кваліфікаційним вимогам, та мають відповідні дозволи на право здійснення туристичного супроводу;
- надавати туристам необхідну і достовірну інформацію про туристичні послуги, права, обов'язки та правила поведінки туристів (екскурсантів), умови страхування, порядок відшкодування завданих збитків, умови відмови від послуг, правила візового митного режиму, перетинання державного кордону;
- надавати туристичні послуги в обсягах та в терміни, обумовлені договором;
- виконувати вимоги закону щодо забезпечення безпеки туристів, охорони туристичних ресурсів України та довкілля;
- вести облікову та іншу визначену законодавством документацію, надавати в установленому порядку бухгалтерську та статистичну звітність;

– відшкодувати в установленому порядку збитки, завдані туристам (екскурснтам), іншим особам та довкіллю [8].

Права та обов'язки туристів і екскурсантів. ***Туристи і екскурсанти мають право*** на:

– реалізацію прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб, захист і повагу людської гідності;

– необхідну і достовірну інформацію про правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування, а також виїзду з країни (місця) тимчасового перебування і перебування там, про звичаї місцевого населення, пам'ятки природи, історії, культури та інші об'єкти туристичного показу, що знаходяться під особливою охороною, стан навколишнього середовища;

– інформацію про наявність ліцензії у суб'єкта, що здійснює підприємницьку діяльність у галузі туризму, дозволів, сертифікатів, інших документів, наявність яких передбачена законодавством;

– отримання обов'язкової інформації, що передує укладенню договору;

– отримання туристичних послуг, передбачених договором;

– особисту безпеку, захист життя, здоров'я, прав споживача, а також майна;

– одержання відповідної медичної допомоги;

– відшкодування матеріальних і моральних збитків у разі невиконання або неналежного виконання умов договору;

– сприяння з боку органів державної влади України в одержанні правових та інших видів допомоги, а громадяни України – також і за її межами [8].

Туристи і екскурсанти зобов'язані:

– не порушувати права та законні інтереси інших осіб, вимоги законів, які діють на території країни перебування;

– виконувати митні, прикордонні, санітарні та інші правила;

- поважати політичний та соціальний устрій, традиції, звичаї, релігійні вірування країни (місця) перебування;
- зберігати довкілля, дбайливо ставитися до об'єктів природи та культурної спадщини в країні (місці) тимчасового перебування;
- дотримуватися умов і правил, передбачених договором про надання туристичних послуг;
- надавати персональну інформацію в обсязі, необхідному для реалізації туристичного продукту;
- дотримуватися під час подорожі правил особистої безпеки;
- відшкодовувати збитки, завдані їх неправомірними діями;
- виконувати інші обов'язки, передбачені законодавством України та законодавством країни тимчасового перебування [8].

ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗА РОЗДІЛОМ 2

1. Охарактеризуйте учасників туристичної діяльності згідно з чинним українським законодавством.
2. Представте схематично взаємозв'язки між суб'єктами туристичної діяльності та споживачами туристичних послуг.
3. Назвіть основні категорії суб'єктів туристичної діяльності в Україні згідно із Законом України «Про туризм».
4. Охарактеризуйте діяльність туроператорів згідно з «Ліцензійними умовами провадження туроператорської і турагентської діяльності в Україні».
5. Охарактеризуйте діяльність турагентів та основні вимоги до провадження турагентської діяльності.
6. Дайте визначення категорії «інші суб'єкти підприємницької діяльності» згідно із Законом України «Про туризм».
7. Охарактеризуйте основні вимоги до гідів-перекладачів і екскурсіводів згідно з «Положенням про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцями туристичного супроводу».

8. Укажіть фізичних осіб, які не є суб'єктами підприємницької діяльності, однак мають право надавати окремі туристичні послуги згідно із законом України «Про туризм».
9. Назвіть ознаки, за якими відрізняються окремі групи споживачів туристичних послуг?
10. Укажіть критерії, за якими особа визначається туристом згідно з українським законодавством.
11. Наведіть класифікацію туристів згідно з «Методикою розрахунків обсягів туристичної діяльності».
12. Укажіть критерії, за якими особа визнається екскурсантом згідно з українським законодавством.
13. Дайте визначення таким категоріям споживачів туристичних послуг, як «одноденні відвідувачі» та «інші споживачі туристичних послуг».
14. Які основні схеми просування туристичного продукту від виробників до споживачів Вам відомі?
15. Назвіть основні права та обов'язки суб'єктів туристичної діяльності згідно із Законом України «Про туризм».
16. Назвіть основні права та обов'язки туристів та екскурсантів згідно із Законом України «Про туризм».

Р о з д і л 3

ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНИМИ ФІРМАМИ

3.1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ФІРМ

До організаторів туризму відносяться два види підприємств сфери туризму: туроператори і турагентства, які по суті не роблять безпосередніх туристичних послуг, а лише здійснюють посередницькі функції між споживачами і окремими виробниками послуг (контрагентами).

Проте, діяльність туроператора (як і турагента) – це теж туристична послуга, але посередницька, організаторська. З послуг різних виконавців туроператор укладає пакет послуг, що найкраще відповідає вимогам і помислам потенційного туриста. Ця дія йменується «формування», у ньому є елемент творчості, і справедливо віднести його до окремої послуги. Якщо туроператорові це вдалося, його послуги (тури) успішно реалізуються, якщо ні, то можливі два результати:

- або тури будуть куплені, але туристи залишаться незадоволеними і туроператор отримає масу скарг і турбот, а можливо, залишившись без роботи, буде змушений піти з ринку;

- або даний турпродукт нікого взагалі не зацікавить.

Посередницька діяльність туроператорів по організації подорожей дозволяє багатьом туристам здійснити поїздки у різноманітні дестинації, розташовані по усьому світу. Звичайно, будь-яка людина може все здійснити самостійно: отримати візу, замовити квиток на перевезення, забронювати номер у готелі та екскурсійні послуги тощо. Однак туроператор має можливість організовувати групові тури за корпоративними цінами, які суттєво нижче вартості індивідуального обслуговування, і краще знає дестинацію прийому. Крім того, доручивши туроператорові займатися формуванням тура для себе, або купивши вже готовий турпакет, турист заощаджує свій час і сили на організацію туристичної поїздки.

Характеристика переваг і недоліків використання прямих каналів збуту туристичних послуг (тобто без посередників – турфірм) представлена у таблиці 3.1. Аналіз даних цієї таблиці дозволяє зробити висновок про користь непрямих каналів збуту (тобто при участі посередників).

Таблиця 3.1

Достоїнства й недоліки прямого каналу збуту для споживачів і виробників туристичних послуг

№ з/п	Достоїнства	Недоліки
1	Відносна простота збуту – при прямому продажу тільки два суб'єкти – контрагент і кінцевий споживач (турист) – вступають у певні відносини	Збільшення витрат виробника туристичних послуг на створення й функціонування власної мережі торговельних точок
2	Додаткові можливості збуту – постачальник туристичних послуг може продати додаткові послуги й оформити бронювання (наприклад, на зворотні проїзні документи); турист же одержує доступ до інформації (наприклад, про послуги й розцінки) з першоджерела	При прямих продажах споживачу доводиться зв'язуватися з численними виробниками туристичних послуг, щоб порівняти варіанти необхідних для замовлення послуг, знайти найбільш вигідного контрагента
3	Свобода прийняття туристом власного рішення щодо організації туру – неорганізовані туристи особливо цінують систему прямого збуту, тому що вона зберігає за ними самостійність ухвалення рішення (чим їхати, де жити, які екскурсії відвідувати тощо)	Організуючі подорож самостійно, турист може зіткнутися з такою проблемою, як відсутність потрібних йому місць у засобах розміщення і на транспорті у пік сезону
4	Економічні вигоди збуту – у порівнянні із продажами через третіх осіб, прямий канал збуту забезпечує виробникові більш високий дохід у розрахунку на одного споживача або на одиницю пропонованого туру (туристичної послуги), тому що реалізація відбувається за роздрібними цінами	Без посередника виробник турпослуг не зможе одержати значну економію, тому що тільки посередник може знизити обсяг робіт по реалізації турпродукту й відповідно загальні витрати, скорочуючи число прямих контактів і угод. Турист теж одержує вигоду, звертаючись у турфірму, тому що комплексна поїздка коштуватиме дешевше, ніж набір послуг, що купуються окремо
5	Можливість особистого контролю над продажем – багато туристів побоюються бути обманутими й не довіряють турфірмам. Прямі продажі дозволяють знизити ризик для споживача туристичних послуг	Ризик надання неякісних послуг усе одно залишається, однак турфірма, укладаючи договір з туристом, має можливість застрахувати його від можливих негараздів по всьому маршруту поїздки

Головна відмінність між посередниками – туроператорами і турагентами – полягає в тому, що туроператори, крім діяльності по просуванню і реалізації туристичного продукту, займаються також його створенням.

Функціональна виробничо-обслуговуюча діяльність **туроператорів** передбачає:

- формування (комплектацію) турів;
- просування турів;
- гуртову реалізацію турів;
- забезпечення обслуговування туристів в межах програми туру;
- контроль і оперативний супровід турів;
- відповідальність за виконання робіт.

До основних **функцій туроператорів** відносяться:

- ✓ вивчення потреб потенційних туристів на тури та туристичні програми;
- ✓ складання маршрутів та перспективних програм обслуговування туристів;
- ✓ взаємодія з постачальниками послуг;
- ✓ розрахунок вартості туру та визначення ціни;
- ✓ реалізація турів;
- ✓ методичне забезпечення турів;
- ✓ підготовка, підбір та призначення спеціалістів на маршрути (екскурсоводи, інструктори, гіді-перекладачі тощо);
- ✓ рекламно-інформаційна робота по просуванню туристичного продукту до споживачів;
- ✓ контроль за якістю, надійністю та безпекою туристичного обслуговування [41, с. 56-57].

За географією туроперейтингу та рівнем спеціалізації туроператорів можна класифікувати за такими **видами**:

1. ініціативний туроператор (аутгоїнговий), який спеціалізується на розробці, просуванні та реалізації виїзних міжнародних турів для громадян певної країни; як суб'єкт господарювання діє на ринку у вигляді:

- а) флайтера – чартерного авіаоператора;

- б) круїзного оператора водних мандрівок;
- в) автобусного оператора транспортного експедитора;

2. рецептивний туроператор (інкамінговий), спеціалізується на розробці, просуванні та реалізації турпродукту на території певної країни для іноземних туристів;

3. внутрішній, регіональний туроператор (інсайдинговий), спеціалізується на розробці внутрішнього турпродукту для громадян своєї держави та регіону споживання, діє на турринку в місцях прийому у вигляді туроператора окремих видів туризму, місць відпочинку, засобів розміщення [82, с. 15-18].

Туроператори найчастіше організовують зв'язок зі споживачами через турагентів, набір функцій яких залежить від угоди з туроператором. Турагенти відіграють важливу роль на ринку, оскільки саме через них продається, доводиться до споживача переважна більшість турів, створених туроператорами.

За рівнем спеціалізації можна виділити такі **види турагентів**:

1. туристичні супермаркети – турагентства, які виступають як масові брокери туроператорів на території своєї країни;

2. дочірні туристичні підприємства – турагентства вітчизняних та зарубіжних туроператорів;

3. туристичні ланцюги – асоціації турагентств, франчайзингові системи турагентів;

4. турагентства власників транспортних засобів;

5. універсальні турагентства – турагентства з продажу туристичних послуг, бронювання готельних номерів та реалізації авіаквитків [82, с. 15-18];

6. самостійні туристичні підприємства – турагентства, які співпрацюють з однією або декількома фірмами-туроператорами на основі взаємних угод;

7. турбюро – турагентства, які забезпечують переважно екскурсійне обслуговування та за попередніми формами взаємодіють з туроператорами і турагентствами інших видів.

Процес взаємодії між туроператором і турагентом здійснюється у такий спосіб:

- публічна оферта туроператора;
- укладання договору між туроператором і турагентом;
- розсилка туроператором пропозиції у вигляді прайс-листів та рекламних матеріалів;
- замовлення турагентства на бронювання туристичного продукту;
- підтвердження замовлення туроператором і виставлення рахунку;
- оплата рахунку турагентом і передача туроператору документів туриста;
- отримання турагентом комісійної винагороди.

Варто зазначити, що турагент не бере участь у виробництві турпродукту, не додає нових властивостей і не модифікує його. Проте, саме через турагентів виробляється продаж переважної частини туристичних поїздок, насамперед, за рубіж. Практика показує, що придумати та розробити цікавий маршрут подорожі простіше, ніж знайти споживача. В умовах високої насиченості ринку подібними пропозиціями, гострої конкурентної боротьби та обмеженої купівельної спроможності населення, турагенти мають важливе завдання – залучити клієнта й умовити його поїхати саме в даний тур.

3.2. ПОДІБНІСТЬ ТА РОЗХОДЖЕННЯ У РОБОТІ ТУРОПЕРАТОРІВ І ТУРАГЕНТІВ

Для аналізу діяльності туроператорів і турагентів України та виявлення спектра можливостей першої і другої груп туристичних фірм необхідно порівняти визначення, що характеризують дані види діяльності відповідно до Закону України «Про туризм».

Відомості про діяльність туроператорів і турагентів представлені в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Відомості, що характеризують діяльність туроператорів і турагентів

№ з/п	Туроператор	Турагент
1	Виключно юридична особа	Юридична особа або фізична особа-суб'єкт підприємницької діяльності
2	Отримання ліцензії на провадження туроператорської діяльності	Ліцензія на провадження турагентської діяльності не потрібна
3	Діяльність, яку мають право здійснювати туроператори (виключна діяльність): – організація та забезпечення створення туристичного продукту; – реалізація та надання туристичних послуг; – посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг	Діяльність, яку мають право здійснювати турагенти: – посередницька діяльність з реалізації туристичних продуктів туроператорів; – посередницька діяльність з реалізації туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності; – посередницька діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг
4	Розмір фінансового забезпечення відповідальності перед туристами – гарантія банку або іншої фінансової установи на суму, еквівалентну не менш ніж 20000 євро, або 10000 євро при організації внутрішнього та в'їзного туризму	Розмір фінансового забезпечення відповідальності перед туристами – гарантія банку або іншої фінансової установи на суму, еквівалентну не менш ніж 2000 євро
5	Загальний розмір частки в статутних фондах інших операторів України не може перевищувати 20% їх статутних фондів	_____
6	Має виключне право на надання послуг з оформлення документів для виїзду за межі України	_____
7	Має виключне право здійснювати посередництво по укладенню на території України договорів на туристичне обслуговування з іноземними суб'єктами туристичної діяльності	_____

Вищенаведені визначення свідчать, що туроператори і турагенти мають як загальні риси, так і суттєві відмінності в організації своєї діяльності.

Схожість у роботі туроператорів і турагентів полягає у наступному:

– і туроператори, і турагенти *реалізують турпродукт* і, тим самим, надають туристичні послуги (організаторські);

– як посередники можуть реалізовувати *окремі види* туристичних послуг;

– усі туристичні фірми повинні мати *фінансове забезпечення* своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання турфірми банкрутом, які пов'язані з необхідністю покриття витрат туриста з його повернення в місце проживання (перебування) та відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором.

Відмінні риси у роботі туроператорів і турагентів полягають у наступному:

– виключною діяльністю туроператорів є організація і забезпечення *створення туристичного продукту*. Це ключовий критерій, що відрізняє туроператора від турагента з позиції законодавства, тому що діяльність турагента полягає саме у посередництві з реалізації турпродукту, укомплектованого туроператорами. Тобто туроператори формують турпродукт (розробляють маршрути, формують програми відпочинку), а турагенти реалізують вже створений турпродукт, виступаючи при цьому в ролі посередника;

– туроператором може бути тільки юридична особа, у той час як турагентською діяльністю мають право займатися і юридичні, і фізичні особи-суб'єкти підприємницької діяльності;

– у даний час ліцензуванню підлягає тільки туроператорська діяльність, а ліцензування турагентської діяльності скасовано;

– існують розходження у розмірах фінансового забезпечення відповідальності;

– туроператор у рамках наданої йому ліцензії може діяти і як туроператор, і як турагент, тобто сфера туроператорської діяльності набагато ширше, ніж турагентської;

– туроператор може мати частку в статутних фондах інших туроператорів України;

– тільки туроператор може займатися наданням послуг з оформлення виїзних документів за межі України, а також здійснювати посередництво з укладення договорів на туристичне

обслуговування на території України з іноземними суб'єктами туристичної діяльності; турагент такого права не має.

Крім основних відмінностей між туроператорами та турагентами за українським законодавством існують й особливості у формуванні джерел їх доходів. Так, туроператор, комплектуючи турпродукт з послуг різних контрагентів, отримує дохід, який дорівнює різниці між ціною покупки і ціною продажу; турагент, діючи як роздрібний продавець, одержує дохід, рівний комісійної винагороді за реалізацію турпродуктів туроператорів або туристичних послуг контрагентів за встановленими цінами.

3.3. СПЕЦИФІКА НАДАННЯ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНИМИ ФІРМАМИ

Послуги, які надаються туристам туроператорами та турагентами, мають певні розходження. Процес зі створення і проектування туристичного пакета здійснюється виключно **туроператорами**. Комплексне обслуговування включає *набір туристичних послуг*: послуги з розміщення, харчування, перевезення; екскурсійні, розважальні, побутові послуги; спортивні, курортні, анімаційні програми тощо.

У туристичній практиці існує поняття основних і додаткових послуг. З погляду споживчих якостей і властивостей розходжень між ними немає.

Основні туристичні послуги включені в тур і визначаються договором на туристичне обслуговування та ваучером (розміщення, харчування, транспортні й екскурсійні послуги). *Додаткові* послуги сплачуються в момент споживання під час подорожі або в місці перебування. До них можуть належати додаткові екскурсії, спортивно-оздоровчі, медичні послуги, культурно-видовищні заходи тощо.

Пакет турпослуг формується залежно від мети подорожі й потреб туристів по обраному ними виду відпочинку.

При формуванні туру можливі два основних варіанти роботи з туристами:

– створення та реалізація ексклюзив-турів (індивідуальних, замовлених);

– створення та реалізація інклюзив-турів (групових, пекідж-турів, форфетних, паушальних та ін.).

Ексклюзив-тури. Формування програми та комплектування складу послуг при ексклюзив-турі здійснюється за бажанням і при особистій участі туриста. Він вибирає з альтернативних варіантів:

– розміщення: рівень обслуговування, тип і місце розташування готелю;

– харчування: різні варіанти (тільки сніданок, напівпансіон, повний пансіон, дієтичне харчування тощо);

– екскурсії й інші розважальні послуги – тематику, місце і форму проведення;

– транспортні послуги: авіапереліт, переїзд залізничним транспортом, автобусом, оренда автомобіля, комбінація з декількох варіантів, трансфер;

– спортивні та курортно-рекреаційні послуги;

– візові послуги та послуги страхування тощо.

Звичайно такі замовлення приймаються в турагентствах, а вже потім надходять до туроператора для створення туру (на підставі укладених угод з контрагентами), його обробки і реалізації. При організації індивідуальних турів туроператорові необхідно постійно тримати квоту непідтверджених місць у засобах розміщення і транспорту, тому що при продажі турів у туристів можуть бути різні запити. Туроператорові доводиться працювати з клієнтами-індивідуалами, розміщаючи їх у різних готелях і різних категоріях номерів. Тому замовлені тури завжди більш трудомісткі й дорожчі у порівнянні з груповими турпакетами.

Інклюзив-тури. Інклюзив-тур включає жорсткий, заздалегідь спланований до зустрічі з клієнтом набір послуг. Він розрахований на масовий споживчий попит. Найпоширеніші види інклюзив-турів – маршрутні подорожі на автобусах по містах і країнах, круїзні подорожі, хобі-тури тощо.

Особливість підготовки та проведення групового туру – єдина для всіх програма, суворо пов'язана зі строком і графіком подорожі,

що не дозволяє зробити його замовленим. Він купується тільки цілком. Більшу частину вартості інклюзив-тура складають оплата транспорту і розміщення, меншу – оплата харчування та екскурсій.

Туроператори комплектують серійні набори послуг, які реалізуються туристам в єдиному пакеті, шляхом стандартизації маршрутів поїздок, програм турів і комплексу обслуговування. За рахунок стандартизації та масовості свого продукту оптовики досягають зниження витрат обігу, а, отже, і цін, що дозволяє їм виходити на ринок з конкурентоспроможною пропозицією.

Основні переваги та недоліки інклюзив-турів представлені у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Достоїнства та недоліки інклюзив-турів

№ з/п	Переваги	Недоліки
1	Комплексна поїздка коштує дешевше, ніж набір послуг, що купуються окремо	Наявність у турі послуг, що не цікавлять туриста
2	Турфірмі легше радити клієнтові у виборі маршруту, оскільки програми турів та ціни відомі заздалегідь	Надмірна насиченість туристичної програми або, навпаки, багато вільного часу
3	Турфірма має більше можливості показати привабливість свого турпродукту	Реклама такого туру залучає не всіх споживачів, а тільки певну їх частину

За довгі роки комплексне обслуговування, що організується туроператорами, перетерпіло значні зміни. Відбувається еволюція інклюзив-турів у бік зменшення в них набору послуг.

З одного боку, до цього скорочення туристичні фірми підштовхує гостра конкуренція. У боротьбі за клієнта кожний туроператор прагне встановити більш привабливі ціни. Він виключає з пакетів деякі послуги, створюючи видимість дешевих поїздок. Так, багато фірм зберігають у турах, які продають, тільки розміщення в готелях по маршрутах та трансфер з аеропорту (вокзалу) у готель і назад. Інші послуги (харчування, екскурсії, вхідні квитки в музеї тощо) туристи повинні купувати за додаткову плату в ході поїздки. У

результаті, видатки мандрівників на основне та додаткове обслуговування співвідносяться як 40:60. Така пропорція, зрозуміло, може бути досягнута лише завдяки добре розвинутій інфраструктурі туризму (кафе, бари, таверни, атракціони, тощо).

З іншого боку, склад інклюзив-турів визначається станом споживчого попиту. Фірми змушені враховувати психологію туристів, які домагаються повної свободи у виборі послуг. Звужуючи їх обов'язковий набір, туроператори зводять до мінімуму обмеження на маршруті й тим самим сприяють збільшенню попиту.

З огляду на тенденцію, що намітилася, Радою Європи у 1990 році була прийнята спеціальна Директива, відповідно до якої інклюзив-тур повинен включати не менш двох з наступних компонентів – перевезення та розміщення, а також інші послуги, не пов'язані з першими двома.

Незважаючи на «полегшення» пакета послуг, організація турів як і раніше, залишається процесом складним і трудомістким. У ньому виділяються декілька **етапів**:

- **Перший етап.** Туроператор повинен мати чітке уявлення про те, на який ринок він збирається вийти із пропозицією, хто стане його основним клієнтом, тобто йому потрібно провести аналіз власних можливостей та вивчити попит.

Для відповіді на ці питання турфірми здійснюють *маркетингові дослідження*, які дозволяють окреслити територіальні межі перспективних ринків збуту, виділити соціальний склад клієнтури, установити більш привабливі види туризму для конкретного територіального або соціального ринку, визначити кількісні параметри туристичних потоків тощо.

Важливим джерелом інформації для туроператорів при аналізі й оцінці ними ринкового потенціалу служать матеріали, в яких публікуються різноманітні статистичні дані, експертні висновки, рекламні оголошення. Хороші результати дають й вибіркові опитування населення.

Маркетингові дослідження вимагають значного обсягу фінансування. На них затрачається від 5 до 15% всіх коштів, які

виділяються на розробку нового туру. Але це дозволяє туристичним фірмам знизити комерційний ризик і застерегти себе від можливих невдач.

- **Другий етап.** Коли майбутній туристичний продукт здобуває більш чіткі обриси, туроператор приступає до *розробки змісту туру*. Він визначає країну подорожі й вид туризму, сезон і тривалість поїздки, її маршрут. Даний етап організації турів завершується розробкою серій конкретних турів для наступного обговорення з партнерами.

- **Третій етап.** Туроператор *вибирає партнерів (контрагентів)*, веде з ними переговори, погоджує умови обслуговування туристів і *укладає угоди*. Пошук учасників спільної діяльності не представляє особливої складності. Постачальники туристичних послуг – транспортні компанії, засоби розміщення, заклади харчування, об'єкти розваг тощо – звичайно охоче йдуть на контакт із туроператорами, розраховуючи одержати від них вигідні пропозиції й замовлення. Важливо, щоб партнери були надійними, мали гарні ділові якості й забезпечували високий клас обслуговування за доступними цінами.

- **Четвертий етап.** Після того як партнери обрані, угоди укладені, настає один із самих відповідальних етапів розробки турпродукту – *встановлення його продажної ціни*. Значною мірою саме від цін залежать результати комерційної діяльності, а ефективна цінова політика робить довгостроковий й часом вирішальний вплив на всю систему торгово-виробничої діяльності фірми.

- **П'ятий етап.** З установленням ціни процес створення туристичного продукту підходить до завершення. Туроператорові залишається тільки включити розроблений тур у свій каталог, щоб забезпечити йому широку *рекламу й приступитися до реалізації*.

Кращою перевіркою якості роботи туроператора є реакція покупців на пропозицію туристичної поїздки. Гарний збут означає, що вона відповідає запитам споживачів, а організатор знайшов свою ринкову нішу. У протилежному випадку в тур потрібно буде вносити виправлення.

У «Ліцензійних умовах провадження туроператорської діяльності» визначені вимоги щодо організації туроператорами групових та індивідуальних турів за різними видами туризму, указані документи, які необхідно оформити туроператору для укладання договору на туристичне обслуговування при організації в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму, сформульовані вимоги щодо здійснення турагентської діяльності, проведено розмежування відповідальності між туроператором та турагентом.

Вимоги до здійснення туроператорської діяльності представлені у таблиці 3.4, створеної на підставі Ліцензійних умов [14].

Згідно і Законом України «Про туризм», існують певні вимоги щодо укладання *договорів на туристичне обслуговування*. Варто відмітити, що хоча лєвова частка турів реалізується через турагентів, договір на туристичне обслуговування підписується саме з туроператором, який створив тур та несе за нього відповідальність.

За договором на туристичне обслуговування одна сторона (туроператор, який укладає договір безпосередньо або через турагента) зобов'язується надати за замовленням іншої сторони (туриста) комплекс туристичних послуг (туристичний продукт), а турист зобов'язується оплатити його.

Договір на туристичне обслуговування повинен укладатися в письмовій чи електронній формі та містити такі істотні умови, як:

- строк перебування у місці надання туристичних послуг із зазначенням дат початку та закінчення туристичного обслуговування; характеристика транспортних засобів, що здійснюють перевезення, зокрема їх вид і категорія, а також дата, час і місце відправлення та повернення (якщо перевезення входить до складу туристичного продукту);

- готелі та інші аналогічні засоби розміщення, їх місце розташування, категорія, а також відомості про підтвердження відповідності послуг готелю встановленим вимогам, строк і порядок оплати готельного обслуговування;

Таблиця 3.4

Вимоги до провадження туроператорської діяльності в Україні

В'їзний туризм	Виїзний туризм	Внутрішній туризм
Організація групових та індивідуальних турів:		
<p>По Україні на підставі:</p> <ul style="list-style-type: none"> • договорів з іноземними партнерами; • договорів з вітчизняними партнерами щодо обслуговування іноземних туристів в Україні 	<p>У зарубіжні держави на підставі:</p> <ul style="list-style-type: none"> • договорів про співробітництво або інших документів щодо надання туристичних послуг, які укладаються з іноземними партнерами 	<p>По Україні на підставі:</p> <ul style="list-style-type: none"> • контрактів про співробітництво або інших документів щодо надання туристичних послуг з вітчизняними партнерами
Оформлення документів:		
<ul style="list-style-type: none"> • лист-замовлення іноземного партнера на обслуговування іноземних туристів в Україні 	<ul style="list-style-type: none"> • заявка туриста або турагента на бронювання туристичної послуги (турпродукту); • договір між туроператором і туристом; <ul style="list-style-type: none"> • ваучер (якщо в ньому є потреба); • страховий поліс; • документи про оплату тура; • транспортні документи (якщо цим займається туроператор); • програма туристичного обслуговування 	
	<ul style="list-style-type: none"> • підтвердження сторони, що приймає, щодо бронювання туристичної послуги (туру) 	<ul style="list-style-type: none"> • підтвердження засобу розміщення про бронювання туристичної послуги
Надання практичної допомоги для одержання необхідних документів при втраті іноземним туристом національного паспорта		
Сприяння укладанню договорів про надання медичної допомоги між іноземцями та українськими страховими компаніями		
Відповідальність туроператора при депортації інтуристів, яких він приймав (у разі незаконного в'їзду), – відшкодування туроператором витрат, завданих державі, по депортації іноземних туристів		
Туроператор несе відповідальність перед туристом за виконання всіх зобов'язань, пов'язаних з організацією, формуванням та наданням комплексу туристичних послуг, обумовлених договором на туристичне обслуговування		

- види і способи забезпечення харчування;
- мінімальна кількість туристів у групі (у разі потреби) та у зв'язку з цим триденний строк інформування туриста про те, що туристична подорож не відбудеться через недобір групи;
- програма туристичного обслуговування;
- види екскурсійного обслуговування та інші послуги, включені до вартості туристичного продукту;
- інші суб'єкти туристичної діяльності (їх місцезнаходження та реквізити), які надають туристичні послуги, включені до туристичного продукту;
- страховик, що здійснює обов'язкове та/або добровільне страхування туристів за бажанням туриста, інших ризиків, пов'язаних з наданням туристичних послуг;
- правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування та перебування там;
- вартість туристичного обслуговування і порядок оплати;
- форма розрахунку [8].

Змінювання ціни туристичного продукту після укладення договору на туристичне обслуговування та умови внесення змін у цей договір викладені у таблиці 3.5, розробленої у відповідності до норм Закону України «Про туризм».

Туроператор або турагент вправі відмовитися від виконання договору лише за умови повного відшкодування замовникові збитків, підтверджених у встановленому порядку та заподіяних внаслідок розірвання договору, крім випадку, якщо це відбулося з вини туриста.

Турист вправі відмовитися від виконання договору на туристичне обслуговування до початку туристичної подорожі за умови відшкодування туроператору (турагенту) фактично здійснених ним документально підтверджених витрат, пов'язаних із відмовою.

Таблиця 3.5

Умови змінювання ціни турпродукту та внесення змін у договір на туристичне обслуговування

Показники	Опис умов зміни ціни турпродукту та внесення змін у договір на туристичне обслуговування	Строки внесення змін
Умови змінювання ціни турпродукта, встановленої на підставі договору	<p align="center">Допускається лише в таких випадках:</p> <ol style="list-style-type: none"> при необхідності врахування зміни тарифів на транспортні послуги; при запровадженні нових або підвищенні діючих ставок податків і зборів та інших обов'язкових платежів; при зміні курсу гривни до іноземної валюти, в якій виражена вартість туристичного продукту 	Не пізніше як за 20 днів до початку туристичної подорожі
Збільшення ціни турпродукта, встановленої на підставі договору	<p>Туроператор має право збільшувати вартість турпродукту у вище наведених випадках тільки у межах 5% його початкової ціни</p> <p>У разі якщо ціна турпродукту вища за початкову ціну більше, ніж на 5%, турист має право відмовитися від виконання договору, а туроператор (турагент) зобов'язаний повернути йому раніше сплачену суму</p>	
Умови внесення змін у договір на туристичне обслуговування або його розірвання	<p>Причини змін істотних умов договору:</p> <ol style="list-style-type: none"> погіршення умов туристичної подорожі; зміна строків туристичної подорожі; непередбачене підвищення тарифів на транспортні послуги; запровадження нових або підвищення діючих ставок податків і зборів, інших обов'язкових платежів; істотна зміна курсу гривни до іноземної валюти, в якій виражена ціна турпродукту; домовленість сторін. <p>Зобов'язання туроператора (турагента) - повідомити туриста про зміну умов договору на туристичне обслуговування з метою:</p> <ul style="list-style-type: none"> надання можливості туристу відмовитися від виконання договору без відшкодування шкоди туроператору (турагенту); або надання можливості туристу внести зміни до договору, змінивши ціну туристичного обслуговування 	<p>- не пізніше як через 1 день, як туроператору стало відомо про зміни обставин, і</p> <p>- не пізніше як за 3 дні до початку туристичної подорожі</p>

Якщо під час виконання договору на туристичне обслуговування туроператор не в змозі надати значну частину турпродукту, щодо якого відповідно до договору на туристичне обслуговування сторони досягли згоди, туроператор повинен з метою продовження туристичного обслуговування вжити альтернативних заходів без покладення додаткових витрат на туриста, а в разі потреби відшкодувати йому різницю між запропонованими послугами і тими, які були надані. У разі неможливості здійснення таких заходів або відмови туриста від них туроператор зобов'язаний надати йому без додаткової оплати еквівалентний транспорт для повернення до місця відправлення або іншого місця, на яке погодився турист, а також відшкодувати вартість ненаданих туроператором туристичних послуг і виплатити компенсацію у розмірі, визначеному в договорі за домовленістю сторін.

Туроператор несе перед туристом відповідальність за невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування, крім випадків, якщо:

- невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося з вини туриста;
- невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося з вини третіх осіб, не пов'язаних з наданням послуг, зазначених у цьому договорі, та жодна із сторін про їх настання не знала і не могла знати заздалегідь;
- невиконання або неналежне виконання умов договору на туристичне обслуговування сталося внаслідок настання форс-мажорних обставин або є результатом подій, які туроператор (турагент) та інші суб'єкти туристичної діяльності, які надають туристичні послуги, включені до туристичного продукту, не могли передбачити [8].

Договір на туристичне обслуговування може передбачати компенсацію у разі спричинення шкоди туристу невиконанням або неналежним виконанням туристичних послуг, включених до туристичного продукту, відповідно до міжнародних конвенцій, що регламентують надання таких послуг.

Права і обов'язки, відповідальність сторін та інші умови договору між туроператором і турагентом визначаються відповідно до загальних положень про агентський договір, якщо інше не передбачено договором, укладеним між ними.

Відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю та майну туриста, встановлюється законом, якщо договором на туристичне обслуговування не передбачена більша відповідальність туроператора.

Варто відмітити, що для того щоб довести туристичний продукт до цільової аудиторії, туроператори використовують різні схеми продажу. Вони нерідко мають власні торговельні точки, але класичним і найпоширенішим способом реалізації турів є продажі через турагентства.

Послуги турагентів полягають у наступному:

- Відповідно до визначення Всесвітньої туристичної організації, основний напрямок їх діяльності – надання *інформаційних послуг*. Так, турагенти інформують потенційних споживачів про туристичні райони, розклад руху транспорту, варіанти розміщення, про діючі розцінки і тарифи та допомагають зробити зразковий кошторис видатків на подорож. Робота в прямому контакті із клієнтами, бесіди і консультації, а також добірка і відпрацьовування довідкових матеріалів дуже трудомісткі й займають майже половину всіх витрат часу. Ця частка особливо зростає при продажі турагентами дорогих турів на відпочинок.

- *Збут туристичних послуг*, які надаються перевізниками, закладами харчування, засобами розміщення та іншими підприємствами індустрії туризму. Турагент реалізує квитки на всі види транспорту, бронює місця в готелях та іншій базі розміщення, здає автомобілі в оренду, замовляє екскурсії тощо.

- Крім окремих туристичних послуг, турагент *реалізує повні, комплексні турпакети*, які розроблені туроператором.

Основні вимоги щодо провадження турагентської діяльності представлені у таблиці 3.6.

Вимоги до провадження турагентської діяльності

Умови здійснення турагентської діяльності	Турагенти мають право на надання туристичних послуг виключно на підставі договорів, укладених: <ul style="list-style-type: none"> • з туроператорами; • з вітчизняними партнерами, які забезпечують надання окремих послуг (розміщення, харчування, перевезення, організацію відпочинку, оздоровлення, розваг, екскурсійного обслуговування тощо)
Оформлення турагентом документів	Турагент під час здійснення посередницької діяльності з реалізації туристичного продукту повинен оформляти такі документи: <ul style="list-style-type: none"> • заявка туриста на бронювання туристичної послуги (туристичного продукту); • договір з туристом про туристичне обслуговування; • підтвердження туроператора щодо заброньованої туристичної послуги (туристичного продукту) • платіжні документи (корінці прибуткових ордерів, квитанції, чеки тощо), що підтверджують унесення туристом вартості туристичних послуг, обумовлених договором про туристичне обслуговування; • платіжні документи, що підтверджують перерахування турагентом туроператору вартості послуг, обумовлених агентським договором
Відповідальність турагента	Відповідальність турагента визначається в межах юридичних та фактичних дій, пов'язаних з реалізацією туристичного продукту

Турагенти одержують комісійну винагороду від туроператорів за кожну угоду. Широко розповсюджена практика, коли туроператори при укладанні договорів з турагентами обмовляють певну гарантовану кількість угод, які турагенти повинні реалізувати для отримання комісійних. Турагенти наближають турпродукт до споживачів. Вони роблять його більш доступним, а саму покупку – менш обтяжною для клієнта.

ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗА РОЗДІЛОМ 3

1. Назвіть достоїнства та недоліки прямого і непрямого каналів збуту для споживачів і виробників туристичних послуг.
2. Укажіть основні види туристичних фірм, існуючих згідно з чинним українським законодавством.
3. Перелічте основні функції туроператорів.
4. Яким чином можна класифікувати туроператорів за географією туроперейтингу та за рівнем їх спеціалізації?
5. Перелічте основні функції турагентів.
6. Яким чином можна класифікувати турагентів?
7. Опишіть процес взаємодії між туроператором і турагентом.
8. У чому полягає схожість та відмінність в організації роботи туроператорів і турагентів?
9. Охарактеризуйте процес створення ексклюзив- та інклюзив-турів.
10. Які достоїнства і недоліки мають ексклюзив-тури?
11. Які достоїнства та недоліки мають інклюзив-тури?
12. Укажіть етапи, за якими відбувається розробка турів туристичними фірмами?
13. Перелічте вимоги до здійснення туроператорської та турагентської діяльності згідно з чинним українським законодавством.
14. Укажіть вимоги до укладання договорів на туристичне обслуговування згідно із Законом України «Про туризм».
15. Охарактеризуйте умови змінювання ціни турпродукту та внесення змін у договорі на туристичне обслуговування.
16. Яку відповідальність несуть туроператори та турагенти перед споживачами туристичних послуг?

Розділ 4

ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ ЗАСОБАМИ РОЗМІЩЕННЯ ТУРИСТІВ

4.1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ ТУРИСТІВ

В організації туристичної діяльності велике значення приділяється сектору розміщення. Саме від розміру готельної індустрії, від якості послуг, надаваних закладами тимчасового проживання, залежать обсяги туристичних потоків та надходження від туризму до скарбниці держави. Для оцінки стану міжнародного ринку готельних послуг Всесвітня туристична організація проводить дослідження різних країн та регіонів світу, збираючи інформацію про кількість засобів розміщення, обсяг їх доходів, чисельність персоналу тощо.

Сфера гостинності є основним сегментом, ядром індустрії туризму. Наочно свідчать про це такі цифри – на сектор підприємств розміщення (включаючи послуги всіх видів засобів розміщення) доводиться до 65% зайнятих у сфері туризму й 68% надходжень від туристичної діяльності.

За визначенням Всесвітньої туристичної організації, засоби розміщення представляють собою «будь-які об'єкти, що регулярно або епізодично надають туристам місця для нічлігу» [108] та поділяються на дві великі групи: індивідуальні й колективні. До складу останніх входять готелі й аналогічні їм заклади, спеціалізовані й інші колективні засоби розміщення. Стандартна міжнародна класифікація засобів розміщення представлена у таблиці 4.1.

Слід відмітити, що в Україні у цей час має місце різнопланова класифікація засобів розміщення, запропонована як авторами наукових публікацій, так і відображена у нормативно-правових документах. Наприклад, відомий український учений О.О. Любіцева пропонує розділяти усі засоби розміщення на основні й додаткові. За умови даної класифікації, до основних або традиційних (готелі, пансіонати, турбази, мотелі тощо) належать підприємства, що мають можливість цілорічно надавати комплекс послуг гостинності, поєднуючи

Стандартна міжнародна класифікація засобів розміщення туристів

Категорії	Розряди	Групи
1. Колективні засоби розміщення	1.1. Готелі та аналогічні засоби розміщення	1.1.1. Готелі
		1.1.2. Аналогічні готелям засоби розміщення
	1.2. Спеціалізовані засоби розміщення	1.2.1. Оздоровчі засоби розміщення
		1.2.2. Табори праці та відпочинку
		1.2.3. Громадські транспортні засоби
		1.2.4. Конгрес-центри
	1.3. Інші колективні засоби розміщення	1.3.1. Помешкання, призначені для відпочинку
		1.3.2. Кемпінги
		1.3.3. Інші колективні засоби розміщення
	2. Індивідуальні засоби розміщення	2.1. Орендовані засоби розміщення
2.1.2. Житло, орендоване у приватних осіб або через агентства		
2.2. Інші типи індивідуальних засобів розміщення		2.2.1. Неосновне власне житло
		2.2.2. Житло, надаване безоплатно родичам та знайомим
		2.2.3. Інші індивідуальні засоби розміщення туристів

в процесі обслуговування капітальні основні фонди й кваліфікований труд; до додаткових (кемпінги, молодіжні табори і туристичні села, студентські гуртожитки, тимчасові орендовані приміщення тощо) потрібно відносити підприємства, які працюють сезонно та надають обмежену номенклатуру послуг, використовуючи переважно некапітальні будинки або пристосовані приміщення [76, с. 66].

Інший дослідник П.Р. Пуцентейло обґрунтовує існування різних видів засобів розміщення, акцентуючи увагу на відповідності їх певним критеріям, до яких відносяться: місце розташування, режим експлуатації підприємства, забезпечення туристів харчуванням, тривалість перебування клієнтів, рівень цін та комфорту, місткість номерного фонду (невеликі, середні, великі), функціональне призначення тощо [85, с. 204-205].

На думку українського вченого Н.В. Чорненької класифікація засобів розміщення може бути проведена за такими ознаками, як функціональне призначення, місткість (малі, середні, великі), стаціонарність, режим експлуатації, контингент, умови розміщення, місце розташування, географія розташування, рівень комфорту, форма власності [103, с. 60].

Підприємства з надання послуг тимчасового проживання також можна досліджувати залежно від використовуваного туристами виду транспорту (пристанційні засоби розміщення, притулки, мотелі, ротелі, флайтели), за формою власності (власні, орендовані) тощо, як запропоновано колективом авторів під редакцією Школи І.М. [105, с. 300].

Термінологію по основних видах засобів розміщення туристів в Україні закріплено низкою нормативних документів, що регламентують їх діяльність (таблиця 4.2).

Таблиця 4.2

Нормативно-правова база провадження діяльності
засобів розміщення в Україні

№ з/п	Нормативно-правові акти	Дата прийняття	Номер
1	Закон України «Про туризм» [8]	15.09.1995	№ 324/95-ВР
Постанови Кабінету Міністрів України			
2	Про порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) [12]	15.03.2006	№ 297
3	Про порядок встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) [11]	29.07.2009	№ 803
Національні стандарти України			
4	Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги [27]	01.07.2004	4268:2003
5	Послуги туристичні. Класифікація готелів [29]	01.07.2004	4269:2003
6	Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення [28]	01.10.2006	4527:2006
Інші нормативно-правові документи			
7	Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг [20]	16.03.2004	№ 19
8	Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності [15]	12.11.2003	№ 142/394

Так, у Законі України «Про туризм» дано визначення базових понять: «готель», «готельна послуга», «аналогічні засоби розміщення», а також встановлені умови щодо укладання договорів на готельне обслуговування.

Постанова Кабінету Міністрів України № 297 містить порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), яким визначено розподіл засобів розміщення на колективні та індивідуальні.

Постановою Кабінету Міністрів № 803 затверджено порядок встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), згідно з яким в Україні проваджується категорювання засобів розміщення по «зірках» та «рівнях обслуговування».

Також в нашій країні на національному рівні розроблені та діють три стандарти по засобах розміщення, завданням яких є гармонізація українських норм і правил з їх міжнародними аналогами, що стосуються вимог до засобів розміщення та комплексу надаваних ними послуг:

- національний стандарт ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» класифікує засоби розміщення й висуває загальні (мінімальні) вимоги до матеріально-технічної бази і до надаваних послуг;

- національний стандарт ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» класифікує готелі на категорії (тобто «зірки») згідно з матеріально-технічним оснащенням, надаваними послугами та кваліфікації персоналу. Окремий розділ стандарту стосується загальних вимог до якості встаткування і оснащення готелів різних категорій;

- національний стандарт ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» упорядковує термінологію по всіх основних типах об'єктів тимчасового розміщення, номерів, тарифів тощо.

Серед нормативних документів по засобах розміщення в Україні є «Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг», які регламентують основні

вимоги щодо користування даними підприємствами усіх форм власності, що здійснюють діяльність на території України у сфері надання готельних послуг споживачам і регулюють відносини між клієнтами та виконавцями цих послуг.

«Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності» містить інформацію про послуги розміщення, які належать до категорії характерних туристичних послуг при виявленні структури туристичного споживання.

За визначенням українського законодавства, **засоби розміщення** – «це будь-які об'єкти, в яких регулярно або час від часу надають послуги розміщування для ночівлі» [27].

Розподіл засобів розміщення на колективні та індивідуальні у нормативно-правових актах України вперше знайшов відображення в національному стандарті ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги» [27]. Так, за ДСТУ 4268:2003, колективним вважається «засіб розміщування, в якому надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні, у якому число місць повинно перевищувати певний мінімум для груп осіб, більших ніж одна сім'я, а всі місця підлягають єдиному керівництву та оплаті відповідно до встановлених цін» [27, с. 3]. Індивідуальний засіб розміщування – це «власне житло, в якому за плату або безоплатно надають обмежену кількість місць; у цьому разі всі одиниці розміщування (кімната, житло) є незалежні і їх займають туристи або господарі, які використовують це житло протягом обмеженого проміжку часу як другий будинок або будинок для відпочинку (дачу)» [27, с. 4].

У зв'язку із прийняттям «Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» [12] між колективними й індивідуальними засобами розміщення України проведена чітка грань, згідно з чим визначені правила їх функціонування. Мірилом віднесення засобу розміщення до того або іншого виду служить показник кількості місць для обслуговування проживаючих, який дорівнює 30 (таблиця 4.3).

Таблиця 4.3

Основні критерії віднесення засобів розміщення туристів до колективних та індивідуальних згідно «Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)»

Критерії	Колективні засоби розміщення	Індивідуальні засоби розміщення
Загальна кількість місць для ночівлі	30 місць та більше	Менше ніж 30 місць
Оплата за обслуговування	Плата за встановленими цінами	Договірна плата або безкоштовно
Державна реєстрація в якості СПД	Юридична або фізична особа - СПД	Реєструватися в якості СПД не потрібно
Умови провадження діяльності засобами розміщення	Обов'язкове ведення книги відгуків і пропозицій споживачів	
	Перелік послуг, їх вартість і умови одержання	
	Правила користування засобом розміщення	
	Інформація про адреси і номери телефонів органів, що забезпечують державний захист прав споживачів	
Податкова звітність	Комплект документів у повному обсязі для даного виду діяльності	Декларація за встановленою формою про дохід, отриманий від надання послуг з розміщення
Статистична звітність	Комплект документів у повному обсязі для даного виду діяльності (заповнення та надання форм статистичної звітності № 1-КЗР, № 1-послуги)	Книга реєстрації, в якій повинні бути зазначені паспортні дані (ПІБ, рік народження, місце проживання), дата прибуття та відбуття, вартість наданих послуг. Ці дані подаються до місцевих органів виконавчої влади за встановленою ними формою
Державна класифікація на відповідність певній категорії («зірці» або «рівню» в порядку зростання)	Встановлення категорій: - готелям – від «однієї» до «п'яти» зірок; - іншим колективним засобами розміщення – від «п'ятого» до «першого» рівню	Категорії не встановлюються

Згідно з цим Порядком, до категорії колективних відносяться засоби розміщення, що мають у наявності 30 місць і більше, власники яких зобов'язані пройти процедуру державної реєстрації в якості юридичної або фізичної особи-СПД, здійснювати свою діяльність відповідно до чинних нормативно-правових актів у сфері туризму, приймати оплату за послуги на підставі встановлених цін, подавати у повному обсязі комплект документів фінансової та статистичної звітності відповідним державним органам, проходити процедуру державної сертифікації на певну категорію. Індивідуальними вважаються засоби розміщення, що мають менш ніж 30 місць, власникам яких дане право здійснювати свою діяльність без реєстрації в якості СПД, надавати послуги за договором або безкоштовно, вести облік за спрощеною методикою, подавати декларацію про отримані доходи в державну податкову службу на підставі книги реєстрації, а також звітувати про статистичні показники перед місцевими органами виконавчої влади за встановленою ними формою.

Типологія засобів розміщення туристів, яка надана у національному стандарті України ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення», представлена на рисунку 4.1.

Найбільшою групою колективних засобів розміщення є *готелі*, які повинні мати такі властивості:

- складатися з номерів, кількість яких перевищує певний мінімум;
- мати єдине керівництво;
- надавати готельні послуги, зокрема обслуговування в номерах, щоденне заправлення ліжок та прибирання кімнат і санвузлів;
- бути згрупованими в класи і категорії відповідно до переліку надаваних послуг та наявного устаткування і не входити до категорії спеціалізованих закладів [27, с. 3].

Термін «готель» у Законі України «Про туризм» визначається як «підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні

послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням» [8].

Головними ознаками готелів є наявність номерного фонду, приналежність до певної категорії («зірки») і широкий спектр основних та додаткових послуг.

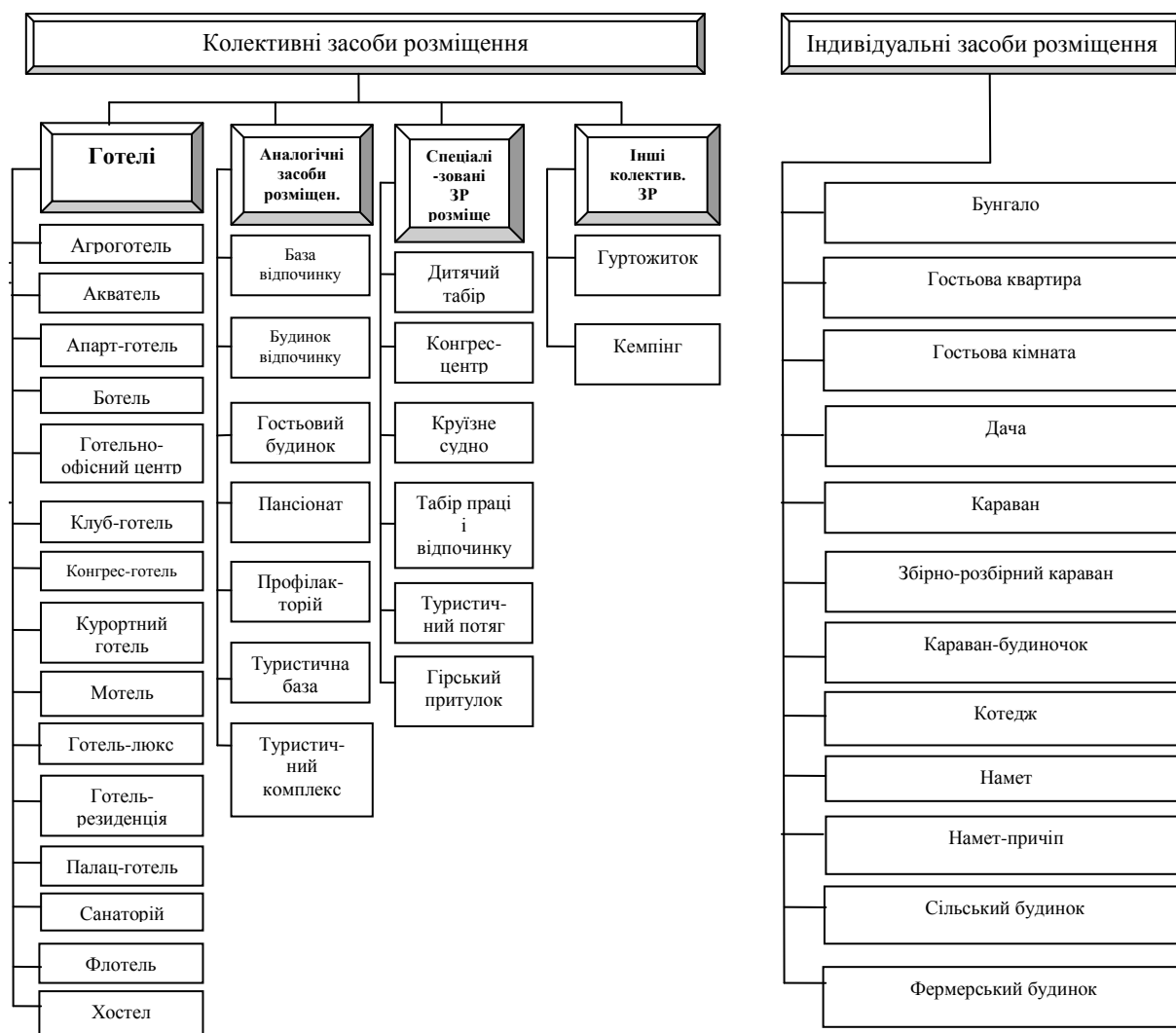


Рис. 4.1. Класифікація засобів розміщення туристів за ДСТУ 4527:2006

Згідно з українським законодавством, «аналогічні засоби розміщення» - це «підприємства будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включно з щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів» [8]. Таким чином, основна відмінність між готелями та аналогічними засобами розміщення полягає в асортименті послуг. Так, готелі характеризуються як

заклади, що пропонують комплексне обслуговування, не обмежене щоденними санітарними процедурами, у той час як аналогічні заклади можуть мати вузьку номенклатуру послуг, однак включно з щоденними обов'язковими заходами. Категорювання аналогічних засобів розміщення відбувається за рівнями обслуговування. Крім того, для аналогічних закладів не встановлено обмеження щодо мінімально необхідного номерного фонду, як це зроблено для готелів.

Спеціалізовані засоби розміщення також пропонують місця для ночівлі, але ця послуга не є для них головною. Дані заклади характеризуються виконанням таких функцій, як лікувальна (здравниці, профілакторії), оздоровча (дитячі й студентські табори), соціальна допомога, транспортна (засоби транспорту, обладнані спальними приміщеннями), наукова (конгрес-центри) тощо. Спеціалізовані засоби розміщення можуть бути безприбутковими, підлягати єдиному керівництву, надавати мінімум готельних послуг (включно зі щоденним заправлінням ліжок), не обов'язково мати звичайний номерний фонд, замість якого можуть пропонувати одиниці житлового типу або колективні спальні приміщення. Так, ночівля може надаватися як в окремому будиночку (наприклад, у дитячих і студентських таборах), у палаті (в профілакторіях), у купе (в залізничних вагонах), у каютах (на пасажирських суднах), так й у номерах зі зручностями для проведення ділових зустрічей і переговорів (конгрес-центри) тощо. Тому надання готельних послуг занадто варіюється (від мінімальних зручностей до умов «преміум-класу»).

Згідно з національним стандартом ДСТУ 4268:2003 у склад спеціалізованих засобів розміщування включаються такі підгрупи:

1) оздоровчі засоби – «лікувальні та оздоровчі заклади, в яких надають послуги розміщування (санаторії, будинки реабілітації, оздоровчі ферми тощо)» [27, с. 3];

2) табори праці та відпочинку – заклади, в яких «надають послуги розміщування для осіб, які займаються певною діяльністю під час відпочинку (наприклад, сільськогосподарські, археологічні та екологічні табори праці, табори відпочинку, табори пластунів

(скаутів), гірські притулки, хижки тощо)»; до цієї підгрупи відносяться також «дитячі табори, засоби розміщування при спортивних центрах, в яких не надають готельні послуги» [27, с. 4];

3) громадські транспортні засоби – заклади «зі спальними приміщеннями, які належать до колективного громадського транспорту і не відокремлені від нього в плані оплати, що стосується в основному поїздів, суден та яхт»;

4) конгрес-центри – заклади, «в яких надають послуги розміщування і устаткування та послуги для проведення конгресів, конференцій, курсів, професійного навчання, медитацій та релігійних закладів, а також навчання молоді; у цьому разі спальні приміщення надають тільки учасникам спеціалізованих заходів, організованих цим закладом або проведених в його приміщеннях» [27, с. 4].

Треба зазначити, що з наведених вище термінів, які містяться у ДСТУ 4268:2003, в національному стандарті ДСТУ 4527:2006 знайшли відображення такі, як «дитячий табір», «конгрес-центр», «круїзне судно», «табір праці та відпочинку», «туристичний потяг» та «гірський притулок». Однак жодний з них не характеризується як «спеціалізований засіб розміщення».

Цікаво, що санаторій, який за методологією ДСТУ 4268:2003 відноситься до спеціалізованих закладів, у наступному стандарті 4527:2006 підпорядковується до групи «готелі», хоча саме йому притаманна чітко виражена лікувальна функція; крім того, він не має звичайного номерного фонду та надає мінімум готельних послуг.

Нажаль, згідно з українським законодавством існують ще декілька засобів розміщення з яскраво вираженими спеціалізованими функціями, що відносяться до інших груп. Прикладами цього твердження можуть бути наступні: «ботель», «готельно-офісний центр», «конгрес-готель», «флотель», «пансіонат», «профілакторій».

Інші колективні засоби розміщення, за ДСТУ 4268:2003, «можуть бути безприбутковими, мають єдине керівництво, надають мінімум послуг (крім щоденного заправління ліжок), не обов'язково складаються з номерів, а можуть мати окремі одиниці житлового типу, майданчики для кемпінгу або колективні спальні приміщення

[27, с. 3]. Таким чином, у даних закладах обслуговування зведено до мінімуму, приміщення готується та прибирається тільки для кожного нового відпочиваючого; послуги поточного прибирання ліжка та приміщення клієнтові не надаються, він повинен цим займатися самостійно, для чого одержує необхідний інвентар.

У національному стандарті ДСТУ 4268:2003 зазначено, що до складу інших колективних засобів розміщення входять:

1) помешкання, призначені для відпочинку – «колективні засоби розміщування, що мають єдине керівництво і надають обмежені готельні послуги, крім щоденного заправління ліжок та прибирання житлових приміщень (комплекси будинків, організовані як житло, або бунгало)»;

2) майданчики для кемпінгу – «колективні засоби розміщування на закритих майданчиках, призначені для розташування наметів, автофургонів, автопричепів та будинків на колесах, що мають єдине керівництво і надають певні туристичні послуги (інформаційні, продаж товарі у магазинах, відпочинок та розваги)»;

3) стоянки морського та річкового транспорту – «гавані для суден, призначені для орендування власниками суден стоянки на водній поверхні або місця на березі, а також порти для транзитних суден з оплатою швартування на ніч, устатковані санітарно-технічними системами життєзабезпечення»;

4) інші колективні засоби розміщування (примітка автора: назва даної підгрупи співпадає з назвою групи) – заклади, які «мають соціальне значення, і у багатьох випадках їх субсидують (наприклад, гуртожитки для молоді, туристичні гуртожитки, будинки відпочинку для людей похилого віку, будинки відпочинку для робітників підприємств, готелі для робітників, студентські та шкільні гуртожитки тощо)» [27, с. 3].

Слід звернути увагу на те, що є певна неузгодженість між даним стандартом (ДСТУ 4268:2003) та національним стандартом ДСТУ 4527:2006, який, визначаючи термінологію цієї групи засобів розміщення, не містить визначення усіх перерахованих вище понять, крім «гуртожитків» та «кемпінгів».

Крім того, потрібно зазначити, що згідно з «Порядком надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» до послуг розміщення не належать «розміщення юридичною особою своїх працівників у засобі розміщення, що йому належить», а також «розміщення осіб, які навчаються у навчальному закладі, у засобі розміщення, що належить цьому закладу» [12]. Таким чином, «студентські, шкільні гуртожитки», а також «готелі для робітників» і «будинки відпочинку для робітників підприємств» у зв'язку з відсутністю конкретизації їх статусу не варто відносити до підприємств готельної індустрії.

До *індивідуальних засобів розміщення туристів* за ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги» відносяться наступні:

1) кімнати, орендовані в сімейних будинках, де «турист зазвичай живе разом з сім'єю, що проживає в цьому будинку, та сплачує орендну плату»;

2) житло, орендоване у приватних осіб або за посередництвом агентств – квартири, вілли, будинки, котеджі тощо, які «на тимчасових засадах здають в оренду як повністю устатковані одиниці для проживання туристів на підставі угод між домашніми господарствами»;

3) неосновне власне житло – квартири, вілли, будинки, котеджі тощо, «які використовують під час туристичної подорожі відвідувачі, що є членами родини власника. До цієї групи належать також помешкання, використовувані по черзі («тайм-шерінг»)»;

4) житло, що його надають безоплатно родичам та знайомим, «в яких туристам їхні родичі чи знайомі безоплатно дозволяють повністю або частково використовувати свій будинок для розміщування»;

5) інші індивідуальні засоби розміщування, «які не зовсім відповідають вимогам до індивідуальних засобів розміщування та складаються з наметів на неорганізованих майданчиках і суден на неофіційних стоянках» [27, с. 4].

Варто зазначити, що визначення останньої підгрупи індивідуальних засобів розміщення носить досить суперечливий характер, щоб враховуватися стандартизованим терміном.

Згідно з ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення», до складу індивідуальних засобів розміщення туристів включаються: «бунгало», «гостьова квартира», «гостьова кімната», «дача», «караван», «збірно-розбірний караван», «караван-будиночок», «котедж», «намет», «намет-причіп», «сільський будинок», «фермерський будинок» [28, с. 8-9].

Таким чином, незважаючи на розходження:

- у формі власності (державна, муніципальна, громадських організацій, компаній з іноземною участю, змішана або приватна);
 - в організації управління (єдине керівництво або індивідуальне);
 - в одиницях виміру (номер, місце, житло, купе, каюта, майданчик тощо);
 - у наявності або відсутності надання спеціалізованих функцій;
 - поза залежністю від категорії засобів розміщення
- усі ці заклади в тім або іншому ступені надають послуги розміщення туристам.

Інформація про стандарти для засобів розміщення туристів

Два національних стандарти України, які стосуються загальних вимог до засобів розміщення та класифікації готелів, були прийняті у 2003 році на заміну міждержавного ГОСТ 28681.4-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц», а третій, який спрямовано на упорядкування термінів та визначень, – у жовтні 2006 року.

❖ **ДСТУ 4268:2003** «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги». Сфера застосування цього національного стандарту поширюється на засоби розміщення, призначені для проживання туристів.

ДСТУ 4268:2003 містить нормативні посилання на міждержавні стандарти (ГОСТ) та санітарні норми і правила (СніП), які стосуються комплексу вимог щодо припустимого рівня шуму в

житлових та громадських приміщеннях, пожежної безпеки, гігієнічних властивостей питної води, внутрішнього водопроводу та каналізації будівель, теплопостачання, вентиляції та кондиціонування, природного та штучного освітлення, містобудування, охорони навколишнього середовища, а також організації харчування споживачів та їх туристично-екскурсійного обслуговування.

У даному стандарті представлені наступні розділи:

✓ **Класифікація засобів розміщення:** розподіл на дві основні групи – колективні та індивідуальні – з наступною конкретизацією та визначенням понять:

– колективні – готелі; аналогічні готелям засоби розміщення; інші колективні засоби розміщення (помешкання, призначені для відпочинку, майданчики для кемпінгу, стоянки морського та річкового транспорту тощо); спеціалізовані засоби розміщення (оздоровчі засоби розміщення, табори праці та відпочинку, громадські транспортні засоби, конгрес-центри);

– індивідуальні – кімнати, орендовані в сімейних будинках; житло, орендоване у приватних осіб або через агентства; інші типи індивідуальних засобів розміщення (неосновне власне житло: житло, яке надають безоплатно родичам та знайомим тощо).

✓ **Загальні вимоги до засобів розміщення** – у даному розділі представлені правила, які стосуються матеріально-технічної бази засобів розміщення, а саме: будівлі, прилеглої території, площі житлової кімнати та її устаткування (меблів, постільної білизни, інвентарю), санвузла, громадських приміщень (кімнати побутового обслуговування, місць для прання та сушіння одягу, приміщень для надавання послуг харчування, зали для переглядання телепередач та інших культурних заходів, камери зберігання, пристроїв зручного користування для інвалідів тощо). Крім того, засоби розміщення повинні мати систему електро-, тепло-, водопостачання (холодного та гарячого), вентиляцію, каналізацію, кондиціонування, телефонній зв'язок, мережу радіомовлення, пасажирський ліфт (за потреби).

✓ **Загальні вимоги щодо надаваних послуг** – усі засоби розміщення повинні надавати мінімальний перелік послуг, які

вважаються обов'язковими: цілодобове приймання; послуги харчування (або умови для самостійного готування їжі); щоденне прибирання житлової кімнати та санвузла (за виключенням окремих типів засобів розміщення); регулярне змінювання постільної білизни та рушників; відправлення, отримання і доставлення листів та телеграм; зберігання цінностей та багажу; медична допомога (викликання швидкої допомоги та користування аптечкою); туристична інформація.

Залежно від типу засобу розміщення перелік асортименту послуг треба доповнювати. Спеціалізовані засоби розміщення повинні надавати додаткові послуги відповідно до їх спеціалізації.

✓ **Вимоги безпеки** – даний розділ містить правила щодо убезпечення життя та здоров'я туристів, збереження їх майна. Організація безпеки обслуговування стосується як зовнішнього середовища (розташування засобу розміщення в екологічно безпечній зоні), так і внутрішнього (наявність аварійних виходів, сходів, інформаційних покажчиків для вільного орієнтування у звичайних та надзвичайних ситуаціях). Крім того, засоби розміщення потрібно устаткувати системами протипожежного захисту; необхідно дотримуватися санітарно-технічних, санітарно-гігієнічних та протиепідемічних правил і норм, затверджених у відповідних стандартах та СніПах. Обслуговуючий персонал колективних засобів розміщення має бути підготовлений до дій у надзвичайних ситуаціях.

✓ **Вимоги охорони навколишнього середовища** – при функціонуванні засобів розміщення треба передбачити систему санітарного очищення та прибирання території, яка включає раціональне збирання, тимчасове зберігання, швидке видалення, регулярне вивезення твердих та рідких відходів, їх надійне знешкоджування та доцільну утилізацію. Засоби розміщення повинні мати екологічний паспорт або висновок природоохоронних служб, що підтверджує відсутність шкідливих впливів на навколишнє середовище, та довідку щодо екологічного стану довкілля.

ДСТУ 4268:2003 розроблено на замовлення Державної туристичної адміністрації України, яка була центральним органом

виконавчої влади в галузі туризму в 2002 – 2006 роках. Організація-розробник – Державне підприємство «Науково-дослідний інститут метрології вимірювальних і управляючих систем» (ДП НДІ «Система»). ДСТУ 4268:2003 затверджено наказом Держспоживстандарту України від 23 грудня 2003 р. № 225, надано чинності – 01.07.2004 р. [27].

❖ **ДСТУ 4269:2003** «Послуги туристичні. Класифікація готелів» – національний стандарт України, прийнятий одночасно з попереднім ДСТУ 4268:2003 та розроблений на заміну колишнього міждержавного ГОСТ 28681.4-95, який до 2003 року регулював відносини щодо встановлення категорій готелям.

Сферою застосування стандарту є встановлення класифікації готелів та аналогічних їм засобів розміщення (далі для спрощення сприйняття – готелів) незалежно від форм власності та відомчої підпорядкованості.

У даному стандарті представлені наступні розділи:

✓ **Загальні положення** – включають вимоги до класифікації готелів за категоріями («зірками»). Категоризацію здійснюють згідно із загальною характеристикою готелю, яку визначають комплексом вимог до:

- матеріально-технічної оснащеності;
- переліку надаваних послуг;
- кваліфікації персоналу.

Категорії позначають символом – «*» (зірка). Готелі класифікують за п'ятьма категоріями, з яких найвища – «*****» (5*), найнижча – «*» (1*). Якщо готель за результатами сертифікації отримав категорію, вона повинна зазначатися на його вивісці, на квитанціях, у реєстраційній картці та в рекламних документах.

У «Загальних положеннях» представлені *обов'язкові* вимоги, які застосовуються до готелів усіх категорій – зручні під'їзні шляхи з необхідними дорожніми знаками, упорядкована і освітлена прилегла територія, майданчик з твердим покриттям для короткочасного паркування і маневрування, окремий вхід (якщо готель займає частину будинку), оснащеність всіма інженерними системами та

устаткуванням тощо. У готелі потрібно створити умови для забезпечення життя, здоров'я туристів, збереження їх майна та захисту навколишнього середовища.

✓ **Вимоги до готелів різних категорій** – представлені у вигляді таблиці та містять певні вимоги до кожної з п'яти категорій. Дані вимоги віднесені до *рекомендованих*, однак у разі отримання готелем сертифікату на певну зірку, виконання цих вимог стає для нього обов'язковим.

Вимоги до кожної категорії готелів, наведені у ДСТУ 4269:2003, є мінімальними й їх потрібно виконувати у повному обсязі. У стандарті дані вимоги згруповані у такий спосіб:

- Облаштування території, зовнішні елементи благоустрою – вивіска, вхід до готелю, вхід до ресторану (кафе, бару), автостоянка, декоративне або огорожувальне озеленення території).

- Громадські приміщення – зона приймання (рецепція), служба приймання та зона відпочинку, сейф для зберігання цінностей туристів у зоні приймання, холи (салони) на поверхах, зали для переглядання телепередач.

- Загальне технічне устаткування – аварійне освітлення (ліхтарі, акумулятори) або централізоване аварійне енергопостачання, резервуар для запасу води щонайменше ніж на добу або резервна система гарячого водопостачання на час аварії чи профілактичних робіт, кондиціювання приміщень, вентиляція санвузлів, опалення, пасажирські та вантажні ліфти, телефонний зв'язок.

- Номерний фонд – певна кількість місць в одно-, двомісних номерах для різних категорій готелів, багатокімнатні номери, звукоізоляція номерів.

- Технічна оснащеність номерів – двері та замки, освітлення, електричні розетки, телевізор, радіоприймачі, холодильник, міні-бар, міні-сейф.

- Оснащеність номерів меблями та інвентарем – ліжко, комплект постільної білизни, килим або килимовий покрив підлоги, тумбочка біля кожного спального місця, вішалка, шафа, крісло для відпочинку, стіл або письмовий стіл, журнальний столик, стільці або інші меблі

для сидіння, підставка для багажу, цупкі та прозорі завіски або жалюзі, дзеркало, дрібний інвентар, інформаційні матеріали у номері.

- Санітарне устаткування номера – повний санвузол, неповний санвузол, розташування санвузла на поверсі, інвентар для предмети санітарно-гігієнічного оснащення санвузла.

- Устаткування санітарних об'єктів загального користування – різноманітний санітарний інвентар та обладнання відповідно до категорії готелю.

- Приміщення для надавання послуг харчування – починаючи з категорії 2* у готелі повинен бути щонайменше один об'єкт з перерахованих: ресторан, бар, кафе, їдальня, закусочна.

- Додаткові приміщення для надавання інших послуг – в залежності від категорії: зал універсальний для проведення культурних або ділових заходів з аудіо- та відеоапаратурою; бізнес-центр з телефаксом, копіювальною технікою, комп'ютерами, під'єднаними до Інтернету; приміщення для біологічного відновлювання організму та занять спортом (плавальний басейн, сауна, тренажерний зала, солярій, масажний кабінет, спортивний зал) медичний кабінет; перукарня; кімната побутового обслуговування; камера схову; магазин та торговельні кіоски з продажу сувенірів, парфюмерно-косметичної продукції, газет, журналів тощо.

- Послуги – цілодобова служба приймання, піднесення багажу, прибирання номера та заправлення ліжок покоївкою, замінювання постільної білизни, рушників, прання, прасування, чищення одягу (хімчистка), дрібний ремонт одягу, чищення взуття, послуги секретаря (стенографіста, перекладача, посильного), надавання в користування оргтехніки, обмінювання валюти, приймання кредитних карток, організація трансферу, викликання таксі, оренда автомобіля, бронювання квитків на різні види транспорту, бронювання квитків до театру та інші розважальні заходи, туристичні послуги, прокат спортивного та відпочинкового інвентарю, викликання швидкої допомоги та користування аптечкою.

- Послуги харчування – надавання сніданків, робота принаймні одного бару цілодобово, обслуговування в номері.

- Вимоги до персоналу та його підготовленості – наявність посадових інструкцій для персоналу, що фіксують функціональні обов'язки і встановлені правила роботи, відповідність кваліфікації персоналу щодо виконуваної роботи, знання іноземних мов, вимоги до зовнішнього виду працівників, а також обов'язки персоналу створювати в готелі атмосферу гостинності.

✓ **Загальні вимоги щодо урахування потреб інвалідів** – даний розділ стандарту містить вимоги щодо пристосування входу до потреб інвалідів та інших маломобільних груп населення. Крім того, служба приймання повинна мати спеціальне місце для обслуговування особи, що рухається на візку. Готелі усіх категорій повинні мати щонайменше один номер, пристосований для потреб інвалідів, а також один санвузол у загальнодоступній частині готелю. У громадських приміщеннях (вестибюль, холи, приміщення для харчування тощо) потрібно визначити місця для особи, що рухається на візку.

✓ **Загальні вимоги до якості устаткування та оснащення готелів різних категорій** – містяться вимоги щодо будівельних матеріалів, з яких побудовано готелі, щодо інтер'єру, меблів та устаткування номерів і санвузлів, щодо постільної білизни тощо.

ДСТУ 4269:2003 розроблено на замовлення Державної туристичної адміністрації України. Організація-розробник – ДП НДІ «Система». ДСТУ 4269:2003 прийнято наказом Держспоживстандарту України від 23 грудня 2003 р. № 225, надано чинності – 01.07.2004 р. [29].

❖ **ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення»** – даний національний стандарт України створено для встановлювання категорій готелів та інших об'єктів, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), а також для робіт зі стандартизування. Терміни, встановлені цим стандартом, обов'язкові для вживання в усіх видах нормативних документів, що стосуються сертифікації готельних послуг; для наукової та навчально-методичної літератури терміни цього стандарту – рекомендовані.

ДСТУ 4527:2006 містить посилання на такі нормативні документи, як: ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги», ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» та ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація».

У даному стандарті представлені наступні розділи:

✓ **Основні поняття** – визначені терміни: засіб розміщення – окремо колективний та індивідуальний, заклад ресторанного господарства, готельна послуга, послуга з тимчасового розміщення, виконавець послуги, споживач, тип засобу розміщення, тип номеру тощо.

✓ **Колективні засоби розміщення** – наведені формулювання певних типів засобів розміщення та їх різновидів, наприклад:

– готель (засіб розміщення, який має номерний фонд, службу приймання, інші служби, які забезпечують надавання готельних послуг) та його 15 різновидів: агроготель, акватель, апартамент-готель, ботель, готельно-офісний центр, клуб-готель, конгрес-готель, курортний готель, мотель, готель-люкс, готель-резиденція, палац-готель, санаторій, флотель, хостел;

– аналогічний готелю засіб розміщення: база відпочинку, будинок відпочинку, гостьовий будинок, пансіонат, профілакторій, туристична база, туристичний комплекс;

– інші колективні та спеціалізовані засоби розміщення – гуртожиток, дитячий табір, кемпінг, конгрес-центр, круїзне судно, табір праці та відпочинку, туристичний потяг, гірський (туристський) притулок тощо.

✓ **Індивідуальні засоби розміщення**, до яких віднесені бунгало, гостьова квартира, гостьова кімната, дача, караван, збірно-розбірний караван, караван-будиночок, котедж, намет, намет-причіп, сільський будинок, фермерський будинок.

✓ **Типи номерів** – включають наступні: президентський апартамент, апартамент, люкс, дуплекс, напівлюкс (студію), стандарт (номер першої категорії), номери другої – п'ятої категорій, суміжні

номери, одномісний номер, двомісний з одним двоспальним ліжком, двомісний з двома односпальними ліжками, багатомісний номер.

✓ **Типи тарифів** – «лише номер» (розміщення без харчування), «ліжко та сніданок», напівпансіон, повний пансіон, «усе включено».

✓ **Типи ліжок** – односпальне, двоспальне, дитяче та двоярусне ліжко.

ДСТУ 4527:2006 розроблено на замовлення Державної туристичної адміністрації України. Організація-розробник – ДП НДІ «Система». ДСТУ 4527:2006 прийнято та надано чинності наказом Держспоживстандарту України від 01.10.2006 р. [28].

4.2. ГОТЕЛЬНА ПОСЛУГА, ЇЇ СПЕЦИФІКА ТА ОСНОВНІ КОМПОНЕНТИ

Поняття «готельна послуга» набагато ширше, ніж просто «послуга розміщення». Так, згідно з українським законодавством, «готельна послуга – це дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу відповідно до категорії готелю» [8].

Згідно з «Правилами користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» в **основні послуги** включається «обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що включається до ціни номера (місця) і надається споживачу згідно з укладеним договором». **Додаткові послуги** – «обсяг послуг, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та оплачуються споживачем додатково за окремим договором» [20].

Прикладами додаткових послуг можуть бути користування феном, праскою, прання й прасування одягу тощо, якщо вони не сплачуються в обов'язковому порядку. Чим вище категорія засобу

розміщення, тим більший набір послуг включається до складу основних.

Основу готельної послуги становлять два основні компоненти:

– матеріальна база – технічне оснащення номерів та інфраструктура засобу розміщення;

– обслуговування – діяльність персоналу засобу розміщення в процесі користування туристом матеріально-технічною базою підприємства та надання основних та додаткових послуг.

Специфіка надання готельної послуги визначається особливостями та технологіями обслуговування гостей:

– цілодобовий режим роботи, який викликає необхідність одночасної присутності протягом доби адміністратора, реєстратора, портьє, покоївок та інших співробітників;

– сезонний характер попиту, який впливає на коефіцієнт завантаження засобу розміщення;

– нездатність до зберігання – готельна послуга не може накопичуватися та зберігатися, чекаючи на продаж, як зроблений товар. Якщо послугою не користувалися (тобто номер простоював), то ці втрати неможливо відшкодувати в якийсь інший період часу. Послуга існує тільки під час перебування туриста та носить індивідуальний характер. Неможливість збереження готельної послуги означає, що необхідно вживати заходів по вирівнюванню попиту та пропозиції. Серед цих мір можуть бути такі, як: установлення диференційованих цін, застосування знижок, збільшення швидкості обслуговування, сполучення функцій персоналу;

– невідчутність – готельні послуги не залишають туристові нічого матеріального, однак саме вони формують або почуття задоволеності від перебування в готелі, або почуття досади від даремно загубленого часу і грошей. Крім того, невідчутність проявляється й у тім, що готельну послугу неможливо вивчити та оцінити до одержання. В силу невідчутності послуг засобів розміщення в розпорядженні підприємств не так багато способів передати споживачеві інформацію про послугу та її якість. Засоби розміщення прагнуть підвищити

відчутність своїх послуг за допомогою друкованих видань (брошур, каталогів), відеоінформації на різних носіях, Інтернет-сайтів, на яких представлені віртуальні тури;

– нерозривність виробництва та споживання готельної послуги – процеси виробництва та споживання послуги засобу розміщення відбуваються одночасно. Споживач-турист одночасно й бере участь у наданні послуги, й сприймає цю послугу як результат діяльності виконавця. Дійсно, багато видів готельних послуг невіддільні від тих, хто їх надає. Так, послуги по особистому обслуговуванню в готелі невіддільні від кваліфікованої роботи служби порт'є, а обслуговування в ресторані залежить від майстерності кухарів і якості роботи офіціантів. Фактично людина, що робить послугу, стає її частиною й невіддільна від неї, тому необхідним є грамотний менеджмент персоналу. Готель може бути наповнений найсучаснішими технічними засобами, мати престижну обстановку і володіти найсучаснішою матеріальною базою, але цього буде недостатньо, тому що основним «елементом» обслуговування є люди;

– мінливість якості надання – ця специфічна риса є неминучим наслідком нерозривності виробництва та споживання готельних послуг. Якість послуги залежить від того, де, хто і коли її надає. Дуже часто буває, що в однакових за категорією обслуговування готелях сервіс різний: в одному готелі номери прибирають строго за стандартами, регулярно міняють білизну та поповнюють туалетні речі, а в іншому це роблять тільки після нагадувань і скарг клієнтів. На мінливість якості готельних послуг впливають такі групи факторів, як: організація роботи з кадровим складом засобів розміщення; індивідуальні особливості споживачів послуг, які вимагають персонального підходу та всебічного систематичного вивчення потреб клієнта.

Варто зазначити, що готельні послуги носять комплексний характер і складаються із різноманітних послуг, які надаються різними сферами, створюючи єдиний продукт у вигляді «пакета послуг», підібраних для клієнта залежно від рівня його потреб. Однак

такий «пакет» не носить жорсткого характеру, і клієнт має можливість самостійно варіювати його складовими.

4.3. ПРОЦЕС НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ТУРИСТАМ

Організація надання послуг у сфері гостинності – це важливий процес, що обумовлює вплив на якість обслуговування та на фінансово-економічну ефективність функціонування готельного підприємства.

Технологічний цикл обслуговування клієнта – це уніфікований стандартний обсяг послуг за певною послідовністю надання, яким має намір скористатися клієнт і який пропонує засіб розміщення під час перебування клієнта. Перелік послуг та їх якість можуть варіюватися залежно від типу та категорії засобу розміщення, проте основні етапи та послідовність надання послуг на кожному з них завжди забезпечується у певній послідовності.

В Україні організація готельного обслуговування споживачів регламентується низкою нормативно-правових документів, у тому числі «Правилами користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг».

Технологічний алгоритм гостьового циклу, застосованого у готелях та аналогічних засобах розміщення (далі – готелях), можна умовно розділити на чотири етапи:

- ✓ до прибуття в готель – інформування та бронювання (Reservation);
- ✓ прибуття клієнта в готель (Arrival), реєстрація (Check in Procedure) і поселення клієнта (Accommodation);
- ✓ проживання (Staying) та обслуговування клієнтів в готелі;
- ✓ остаточна оплата готельних послуг та виїзд клієнта (Departure).

Перший етап починається з інформування про надання комплексу готельних послуг. Початкова інформація про характер основних послуг міститься у назві, місці розташування і категорії засобу розміщення. Інші відомості – такі, як: потужність номерного

фонду, близькість до туристичних центрів та берегу моря, пільги, надавані певним категоріям клієнтів, відомості про програму лояльності тощо туристи мають можливість отримати з різноманітних рекламних проспектів. Більш детальну інформацію можна одержати від туроператорів і турагентів, а також безпосередньо зв'язавшись із засобом розміщення.

Згідно з «Правилами користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» дані заклади зобов'язані надати потенційним клієнтам необхідну, достовірну, доступну та своєчасну інформацію про готельні послуги, яка повинна включати наступне:

- зазначення нормативних документів, вимогам яких повинні відповідати готельні послуги;
- свідоцтво про присвоєння готелю відповідної категорії (якщо вона присвоєна);
- ціну номера (місця в номері);
- перелік основних послуг, що входять у ціну номера (місця в номері);
- перелік і ціну додаткових послуг, що надаються за окрему плату;
- відомості про форму та порядок оплати послуг;
- перелік категорій осіб, що мають право на отримання пільг;
- перелік пільг, що надаються при наданні послуг у відповідності до законодавства;
- відомості про роботу закладів ресторанного господарства, торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування та інших, що розташовані в готелі (у разі їх відсутності – інформація про місцезнаходження та режим роботи найближчих до готелю підприємств харчування, зв'язку та побутового обслуговування);
- відомості про органи, що здійснюють захист прав споживачів [20].

Етап надання інформаційних послуг про готель – один з найважливіших і часто визначальний. Надання інформації повинно

приваблювати увагу потенційних клієнтів, зацікавлювати їх та сприяти свідомому вибору серед подібних установ.

Таким чином, перша фаза гостьового циклу починається з моменту першого спілкування потенційного клієнта з персоналом готелю задовго до приїзду гостей у цей засіб розміщення. Спілкування здійснюється через телекомунікаційні засоби і пов'язано з можливістю попереднього замовлення (бронювання) послуг готелю.

Інформація про можливості бронювання номерів (місць) надходить з різних джерел, які можуть бути постійними чи епізодичними:

- постійний канал надходження заявок на бронювання звичайно забезпечується посередниками – туристичними фірмами (туроператорами та турагентами), а також централізованим резервуванням за допомогою GDS; крім того, до постійних джерел бронювання готельних послуг належать суб'єкти господарювання, які організують різні заходи (виставки, конференції, семінари, концерти, спектаклі), а також промислові та інші підприємства, близько розташовані до готелю, що обумовлює доцільність розміщення їх співробітників та партнерів по бізнесу;

- епізодичний канал надходження заявок на бронювання звичайно забезпечується фізичними особами, які прагнуть організувати свій відпочинок самостійно, або компаніями, в яких виникла необхідність в одноразовому розміщенні своїх співробітників у готелі.

Попереднє спілкування завершується внесенням працівником служби рецепції заявки клієнта в журнал реєстрації календарного бронювання номерів (місць) та обліку клієнтів у готелі. Цей момент є офіційним початком гостьового циклу обслуговування клієнта в готелі. Журнал реєстрації заявок на бронювання номерів (місць) та обліку клієнтів у готелі, крім прогнозування і планування обсягів завантаження засобу розміщення, є важливою підставою для раціонального розподілу на перспективу витрат зусиль і ресурсів щодо створення готельного продукту, руху фінансових ресурсів, визначення необхідної кількості штатних працівників тощо.

Процес бронювання номеру (місця) включає замовлення основних і/або додаткових готельних послуг у певному обсязі, з метою їх використання в обумовлені терміни конкретним споживачем або групою споживачів. Бронювання дозволяє персоналу готелю найкраще підготуватися до обслуговування клієнтів, а клієнтам – більш раціонально провести дозвілля у відповідних засобах розміщення.

Бронювання відбувається у такий спосіб:

- шляхом укладання договору з замовником (споживачем) на бронювання номерів (місць) та підписання його двома сторонами;
- шляхом прийняття заявки на бронювання за допомогою поштового, телефонного або іншого зв'язку (засобів електронної пошти, включаючи факсимільну), який дозволяє достовірно встановити належність заявки споживачу або замовнику.

Адміністрація готелю має право прийняти такі рішення щодо заявки на бронювання:

- або підтвердження заброньованих послуг – згода готелю щодо виконання замовленого обумовленого переліку основних і додаткових послуг згідно з заявкою;
- або відмова готелю в бронюванні основних і додаткових послуг у визначений договором термін (що найчастіше відбувається у пік туристичного сезону при замовленні).

Залежно від способу оплати можливі три варіанти бронювання послуг засобів розміщення:

- передплата за бронювання у вигляді певного відсотку від вартості основного тарифу за першу добу проживання, яка клієнту вже не повертається; у разі відмови споживача оплатити броню, його розміщення у готелі проводиться у порядку загальної черги;
- передплата за бронювання, яка враховується в оплату готельних послуг при остаточному розрахунку зі споживачем;
- безкоштовне бронювання.

При неприбутті споживача до 18:00 (час анулювання) в день замовленого прибуття, замовлення анулюється, якщо бронювання номера (місця) не було підтверджено. Якщо заброньовані номери

(місця) не були підготовлені вчасно до заселення, плата за їх бронювання не стягується.

Протягом першого етапу гостьового циклу здійснюється остаточна підготовка засобу розміщення до прийому гостя: підтверджується факт його приїзду, ймовірність часткової зміни терміну проживання, необхідність трансферу (якщо це передбачено готелем), надання екскурсійних послуг щодо ознайомлення з культурно-історичними особливостями міста тощо. Напередодні поселення здійснюється остаточна санітарна підготовка номера.

Варто відмітити, що згідно з українським законодавством, у клієнта є можливість анулювати заброньовані послуги. Анулювання поділяється на три види:

- своєчасне анулювання – відмова замовника від використання заброньованих послуг не пізніше ніж за три доби до дати запланованого заїзду або в обумовлені договором терміни,

- пізнє анулювання – анулювання у термін не пізніше, ніж за одну добу до дати запланованого заїзду або в обумовлені договором терміни,

- неприбуття – фактичне неприбуття споживача, групи споживачів до готелю у день заїзду або ануляція заброньованих послуг менше ніж за 24 години до вказаної дати поселення.

У разі пізнього анулювання або неприбуття готель стягує штраф з замовника згідно з умовами, викладеними в договорі [20].

Другий етап гостьового циклу включає зустріч клієнта у терміналі основного перевізника (залізничного чи автобусного вокзалу, аеро-, морського чи річкового порту), організацію трансферу до готелю, реєстрацію та поселення гостя.

Зустріч гостей і трансфер до готелю (якщо це передбачено умовами готельного обслуговування) відіграють важливу психологічну і анімаційну функцію, адже перші враження від контакту з персоналом, містом, готелем яскравіше і довше запам'ятовується клієнтами. Під час трансферу важливим є надання клієнтові інформації про особливості розташування готелю щодо різних об'єктів соціально-культурної та ділової інфраструктури міста.

З прибуттям до готелю друга фаза гостьового циклу пов'язується з організацією поселення гостей. Клієнт отримує інформацію про послуги, особливості організації роботи засобу розміщення, його планування. На цьому етапі здійснюється попередня оплата за проживання і заздалегідь обумовлені додаткові послуги готелю. Таким чином, ця фаза грає одночасно такі важливі функції, як інформаційна, адаптаційна і комунікаційна.

Згідно з українським законодавством, існують певні правила провадження цінової політики засобами розміщення:

- готель має право застосовувати вільні ціни і тарифи, а також систему знижок на всі послуги, що надаються, за винятком тих, щодо яких здійснюється державне регулювання цін та тарифів;

- ціна номера (місця), вартість додаткових послуг, у т.ч. бронювання, встановлюються готелем самостійно;

- форма оплати визначається договором між споживачем/замовником та готелем;

- готель може застосовувати добову або погодинну оплату готельних послуг;

- готель визначає перелік основних послуг, які входять у ціну номера (місця в номері);

- при розміщенні дітей віком до 5 років з батьками в одному номері, плата за проживання дітей не стягується [20].

Варто зазначити, що при неможливості (відмові) виконати умови попередньо укладеного договору зі споживачем щодо надання готельних послуг готель зобов'язаний, на вимогу споживача, забезпечити його розміщення в іншому готелі, розташованому в даній місцевості, що надає послуги рівноцінні або вищої якості. Додаткові затрати, що виникли у зв'язку з цим, покриваються готелем [20].

Договір про надання основних готельних послуг споживачу вважається укладеним після оформлення документів на проживання (заповнення анкети, реєстрації) та засвідчується розрахунковою квитанцією або іншим розрахунковим документом, що підтверджує укладення договору і містить у собі: найменування готелю, його реквізити; прізвище, ім'я та по батькові споживача; інформацію про

номер (місце в номері), що надається; ціну номера (місця в номері); інші необхідні дані на розсуд готелю.

Для укладання договору про надання готельного обслуговування, клієнт зобов'язаний пред'явити один з перелічених документів, який засвідчує особу:

- паспорт громадянина України;
- паспорт громадянина України для виїзду за кордон;
- дипломатичний паспорт;
- службовий паспорт;
- посвідчення особи моряка;
- посвідка на проживання особи, яка мешкає в Україні, але не є громадянином України;
- національний паспорт іноземця або документ, що його замінює, та віза на право перебування в Україні (якщо інше не передбачено чинними двосторонніми угодами);
- свідоцтво про народження неповнолітніх, які не досягли 16 років;
- посвідчення водія;
- для військових – особове посвідчення або військовий квиток;
- посвідчення, яке видане за місцем роботи споживача тощо.

Договір про надання готельних послуг може бути укладений на визначений або невизначений термін. При укладанні договору на невизначений термін погодженим вважається найбільш короткий термін, як правило, одна доба; дія договору в такому разі завершується о 12:00 дня, наступного за днем прибуття споживача.

Плата за надання готельних послуг стягується у відповідності до єдиної розрахункової години – 12-ї години поточної доби за місцевим часом. Готель з урахуванням місцевих особливостей вправі змінити єдину розрахункову годину. При проживанні в готелі менше однієї доби та у разі раннього заїзду чи пізнього виїзду готель самостійно визначає розмір плати за надання готельних послуг.

Третій етап гостьового циклу саме і зв'язується з обслуговуванням гостей під час проживання в готелі. Для

комфортного перебування клієнтів усі готелі, крім пропозиції номерів, повинні надавати певний обсяг додаткових послуг (згідно категорії, спеціалізації, розмірам тощо). Незалежно від функціональних характеристик, будь-яке готельне підприємство має ставити перед собою головну мету – протягом усього терміну перебування в ньому гостей наблизити умови проживання клієнта до домашніх, створити умови для ефективної роботи, відпочинку, розваг. У готелях з високим рівнем обслуговування обов'язкові бізнес-центр, бюро обслуговування, оздоровчий центр, послуги оренди автотранспорту тощо. Додаткові і супутні послуги також є важливими в забезпеченні доходів готелів. Частка доходів від пропозиції додаткового обслуговування може досягати 30%.

Раціонально побудований процес обслуговування гостей, професіоналізм персоналу – це своєрідні інвестиції на перспективу в готельному бізнесі, адже згодом вони окупляться фінансово під час повторного візиту клієнтів, можливо їх родичів, знайомих, залучених позитивним відкликанням про належний рівень сервісу.

Готельне обслуговування звичайно включає такі послуги: розміщення, харчування, дозвілля, оздоровлення, а також транспортні, комунально-побутові, фінансові, торговельні тощо.

Так, **послуги розміщення** включають:

- бронювання номерів або місць у них;
- цілодобовий прийом туристів, які прибувають у засоби розміщення, їх реєстрацію та поселення у номери;
- щоденне прибирання покоївкою номера, санвузла та заправлення ліжок;
- замінювання постільної білизни та рушників протягом строку перебування клієнта залежно від категорії готелю або за бажанням гостя;
- піднесення багажу (з машини в номер і з номера в машину) – на прохання (у готелях 2-3*) чи обов'язково (у готелях 4-5*).

Варто зазначити, що згідно з «Порядком надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» в Україні до послуг розміщення не належать:

- розміщення юридичною особою своїх працівників у засобі розміщення, що йому належить;
- розміщення осіб, з якими укладається договір про наймання житла на строк, що перевищує один місяць (для курортів строк визначається місцевими органами виконавчої влади);
- розміщення осіб, які навчаються у навчальному закладі, у засобі розміщення, що належить цьому закладу;
- безоплатне розміщення фізичною особою членів своєї сім'ї або інших осіб [12].

До *послуг харчування* відносяться:

- обслуговування у ресторанах, кафе, барах готелів;
- організація та обслуговування бенкетів, презентацій;
- подача їжі та напоїв у номер тощо.

Звичайно виділяються три основні види обслуговування туристів харчуванням у засобах розміщення:

- харчування, яке оплачено клієнтом, - означає, що всі видатки на харчування включені у вартість готельного номера; це може бути тільки сніданок (континентальний або повний), сніданок і вечеря (напівпансіон) або триразове харчування (повний пансіон);
- харчування, яке не включено у вартість готельного тарифу та надається клієнтові за його бажанням (за додаткову плату);
- самообслуговування, яке означає, що туристи мають можливість самостійно готувати собі їжу (наприклад, в апартамент-готелях).

Надання *транспортного обслуговування* клієнтам включає:

- організування зустрічей та проводів (в аеропорту, на вокзалі тощо) – обов'язково тільки для готелів 4-5*, для решти – за бажанням готелю;
- викликання таксі – обов'язково для усіх категорій готелів;
- оренда (прокат) автомобіля – обов'язково для готелів категорій 4-5*;
- паркування автомобіля персоналом готелю та подання з гаража (зі стоянки) до під'їзду автомобіля гостя – обов'язково для готелів категорії 5*;

- бронювання і (або) продаж квитків на різні види транспорту – обов'язково для готелів категорій 3-5* [29].

Сектор транспортного обслуговування гостей, проживаючих у засобах розміщення, має велике значення, тому що надає туристам можливість забронювати та придбати проїзні документи на всі види транспорту через комп'ютерні системи резервування. Як правило, між транспортними організаціями, туристичними фірмами та готелями завжди існують тісні ділові зв'язки.

Бронювання квитків на всі види транспорту для туристів, що проживають у готелях або інших засобах розміщення, виконують турагентства. Тому офіси туристичних агентств найчастіше розміщуються безпосередньо в готелях.

Особливе значення в транспортному обслуговуванні туристів має прокат автомобілів. Крім того, готельні підприємства пропонують трансфери до аеропортів, вокзалів, станцій різними видами автотранспорту, залежно від їх місткості та комфортності.

Важливе значення мають транспортні послуги для готелів, що обслуговують сектор ділового та конгресового туризму. При проведенні конференцій, виставок, семінарів транспортне обслуговування є нагальною потребою.

Фінансові послуги, надавані у готелях, звичайно включають:

- приймання кредитних карток;
- обмінювання валюти.

При цьому обмінювання валюти для готелів категорії 3* допускається наявність пункту обміну валюти або банкомата на відстані до 100 м; для готелів категорій 4-5* обов'язкова наявність даного пункту саме у засобі розміщення, з організацією цілодобового режиму роботи [29].

До **побутових послуг** належать такі:

- зберігання цінностей у сейфі адміністрації (обов'язково для усіх категорій готелів);
- зберігання багажу у камері схову (обов'язково для усіх категорій готелів);

- прання з поверненням білизни протягом 24 годин (для готелів категорій 1-3*), з поверненням білизни протягом 12 годин (для готелів категорій 4-5*);
- прасування, у тому числі: надавання праски, прасувальної дошки (для готелів категорій 1-3*), прасування протягом години, а також у вихідні дні (для готелів категорій 4-5*);
- дрібний ремонт одягу – обов'язково для готелів усіх категорій;
- чищення одягу (хімчистки) – для готелів категорій 3-5*;
- чищення взуття персоналом готелю (для готелів категорій 3-5*) [29].

Стандартний набір послуг, надаваних клієнтам, прибуваючим з **діловими цілями**, повинен включати:

- надавання в користування (самостійне або за участю обслуговувального персоналу) комп'ютерів, електронних засобів зв'язку, відео-, аудіо устаткування (для готелів категорій 3-5*);
- надавання в оренду залу універсального для проведення культурних або ділових заходів з аудіо- та відеоапаратурою (для готелів категорій 3-5*);
- надавання в оренду бізнес-центру з телефаксом, копіювальною технікою, комп'ютерами, під'єднаними до Інтернету (для готелів категорій 4-5*);
- послуги секретаря, стенографіста, перекладача, посильного (для готелів категорій 4-5*) [29].

Організація **дозвілля та відпочинку** в готелях полягає у наступному:

- обслуговування у приміщеннях для біологічного відновлювання організму та занять спортом – у плавальному басейні, сауні, тренажерному залі, солярії, масажному кабінеті, спортивному залі (для готелів категорій 3-5* обов'язковим є надання послуг щонайменше двома такими об'єктами);

- прокат спортивного та відпочинкового інвентарю (обов'язково для готелів категорій 3-5*, розташованих у курортно-рекреаційній зоні);
- обслуговування у перукарні або салоні краси (для готелів категорій 3-5*);
- бронювання і (або) продаж квитків до театру та на інші розважальні заходи (для готелів категорій 2-5*);
- туристичні послуги (туристична інформація, екскурсії, гідиперекладачі тощо) – для готелів категорій 3-5* [29].

До складу *торговельних послуг*, які повинні надаватися готелями категорій 3-5*, входить обслуговування у магазинах та торговельних кіосках з продажу сувенірів, парфюмерно-косметичної продукції, газет, книг, журналів та іншої поліграфічної продукції [29].

Сектор торговельного обслуговування звичайно ширше, ніж указаний у національному стандарті (в якому всі вимоги є мінімально необхідними). Так, він може бути представлений мережею роздрібних торговельних одиниць, що пропонують туристам різноманітний асортимент промислових і продовольчих товарів, – лікарські препарати, пляжні та курортні приналежності, взуття та одяг тощо.

Роздрібні торговельні підприємства (магазини, павільйони, кіоски, ларьки), як правило, не включаються у структуру готельного підприємства і розвертають свою діяльність на орендованих площах. Такий підхід виправданий, тому що організація роздрібної торгівлі вимагає спеціальної підготовки та навичок, наявності складського господарства, грамотного та раціонального формування торговельних асортиментів, знання технології роздрібних продажів, кваліфікованих кадрів. Правильно організоване торговельне обслуговування дає туристам можливість придбати необхідні товари, не виходячи з готелю. Особливе значення має торгівля сувенірами і товарами народних промислів, оскільки оригінальна сувенірна продукція – це візитна картка країни, курорту, міста.

Варто зазначити, що готель зобов'язаний надати споживачу *без додаткової оплати* такі види послуг:

- виклик швидкої допомоги;
- доставка в номер кореспонденції;
- побудка у визначений час;
- надання необхідного інвентарю в залежності від категорії готелю [20].

Згідно з українським законодавством, споживач має право:

- розірвати договір про надання готельних послуг у будь-який час за умови оплати фактично наданих готелем послуг;
- відмовитись від оплати додаткових послуг, які не включені у договір, а у разі їх сплати готель зобов'язаний повернути сплачену суму: при цьому готелю забороняється обумовлювати виконання одних послуг за умови надання інших послуг;
- проживати у номері на два і більше місць з оплатою вартості номера [20].

Четвертий етап гостьового циклу зв'язується з повним розрахунком клієнта за проживання та надані додаткові платні послуги. При остаточному розрахунку необхідно перевірити точність рахунку, переглянути разом з клієнтом відповідність всіх нарахувань за термін його перебування у готелі. Якщо допущено помилку, необхідно внести відповідні зміни і вибачитися перед клієнтом. Підтвердженням правильності рахунку є підпис клієнта. Завершальна фаза гостьового циклу в окремих готелях зв'язується з трансфером гостей на вокзал. Впровадження цієї послуги в готельному бізнесі покликано стимулювати гостей повторно відвідати засіб розміщення завдяки комфортності, індивідуальному підходу в процесі надання послуг.

ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗА РОЗДІЛОМ 4

1. Наведіть стандартну міжнародну класифікацію засобів розміщення у теперішній час.
2. Якими нормативно-правовими документами регулюється провадження діяльності засобами розміщення в Україні?
3. Які національні стандарти по засобах розміщення діють в Україні?
4. Назвіть основні критерії віднесення засобів розміщення туристів до колективних та індивідуальних.
5. Надайте характеристику колективних та індивідуальних засобів розміщення згідно з українським законодавством.
6. Охарактеризуйте типологію засобів розміщення за ДСТУ 4527:2006.
7. Проведіть порівняльний аналіз між основними групами колективних засобів розміщення туристів згідно з національними стандартами України.
8. У чому полягає сутність готельної послуги та її основних компонентів?
9. Які основні та додаткові послуги надаються засобами розміщення туристів?
10. Опишіть структуру готельної послуги та її складових.
11. Визначте специфіку надання готельних послуг.
12. Назвіть відомості, які входять до складу обов'язкової інформації про засіб розміщення згідно з «Правилами користування готелями й аналогічними засобами розміщення».
13. Охарактеризуйте можливі способи бронювання готельних номерів або місць в них.
14. Які види анулювання заброньованих готельних послуг існують в Україні?
15. Опишіть правила провадження цінової політики засобами розміщення згідно з чинним українським законодавством.
16. Охарактеризуйте основні етапи процесу надання готельних послуг.

Розділ 5

ХАРЧУВАННЯ В СИСТЕМІ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

5.1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАКЛАДІВ ХАРЧУВАННЯ ТУРИСТІВ

Діяльність підприємств харчування нерозривно пов'язана з процесом туристичного обслуговування. Заклади ресторанного господарства становлять окремий сегмент індустрії туризму, а їх послуги є невід'ємною частиною обслуговування туристів на всіх етапах туристичної подорожі.

Метою роботи закладів харчування є задоволення потреб людини в їжі.

Основною послугою закладів харчування є виготовлення кулінарної продукції та подача її клієнтам.

Таким чином, якщо засоби розміщення пропонують туристам тільки послуги, то підприємства харчування - як послуги, так і матеріальний продукт у вигляді їжі, напоїв.

Згідно з національним стандартом ДСТУ 34281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» *ресторанне господарство* – «вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надавання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього» [23].

Заклад ресторанного господарства – «організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) доготовляє, продає і організує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організувати дозвілля споживачів» [23].

У даний час єдиної, прийнятої на міжнародному рівні, класифікації закладів харчування не існує. Однак згідно з національним стандартом ДСТУ 4281:2004 заклади харчування України можна класифікувати за такими ознаками:

➤ **За типом закладу.** В Україні класифікація закладів ресторанного господарства базується на комплексі вимог до асортименту продукції, рівня обслуговування і надаваних послуг, у результаті чого всі заклади ресторанного господарства поділяються на такі групи:

– продаж їжі і напоїв, як правило, призначених для споживання на місці з показуванням розважальних вистав або без них. Ця група охоплює: ресторани (у тому числі: ресторани-бари); кафе (у тому числі: кав'ярні, кафе-бари, кафе-пекарні, чайні салони); кафетерії та закусочні (шинки);

– продаж напоїв і страв до них, як правило, призначених для споживання на місці, з показуванням розважальних вистав або без них. До цієї групи включаються бари (у тому числі: нічні клуби, пивні зали);

– продаж їжі і напоїв для споживачів, об'єднаних за професійними ознаками (їдальні та буфети);

– постачання їжі, приготованої централізовано, для споживання в інших місцях. Ця група охоплює: фабрики-заготівельні; фабрики-кухні; домові кухні; ресторани за спеціальними замовленнями (кейтеринг).

➤ **За видом власності.** Заклади ресторанного господарства поділяються на власні та орендовані.

➤ **За місцем розташування:**

– в окремій капітальній будівлі;

– у спеціально обладнаному приміщенні іншої капітальної чи некапітальної споруди виробничих підприємств, установ, навчальних, лікувальних, оздоровчих закладів, готелів, магазинів, закладів культури;

– у вагонах залізничного, салонах авіа-, авто- та водного транспорту тощо.

➤ **За методами обслуговування:** самообслуговування, обслуговування за допомогою офіціантів, накривання столів за попереднім замовленням.

➤ **За класом обслуговування:** «перший», «вищий», «люкс» (тільки для ресторанів і барів).

➤ **За асортиментом:**

– різноманітний асортимент страв складного готування власного виробництва і закупних товарів;

– широкий асортимент страв нескладного готування, кондитерських виробів і напоїв;

– широкий асортимент страв нескладного готування власного виробництва, найчастіше у вигляді скомплектованого раціону харчування;

– продаж алкогольних, безалкогольних, змішаних напоїв і страв до них;

– асортимент страв нескладного готування і напоїв;

– обмежений асортимент гарячих і холодних закусок, страв нескладного готування;

– обмежений асортимент готових страв і напоїв тощо.

➤ **За режимом обслуговування:** тільки сніданок, напівпансіон, повний пансіон, спеціальне харчування, дитяче харчування, кейтеринг.

➤ **За рівнем обслуговування:**

– високий рівень обслуговування і комфорту;

– реалізація асортименту через барну стойку;

– реалізація асортименту через використання торговельно-технологічного устаткування для роздавання їжі;

– споживання їжі стоячи;

– продаж їжі на винос тощо.

➤ **За способом організування розважальних заходів:** з організуванням цих заходів або без них.

➤ **За спеціалізацією** (видами меню):

– ресторани: рибний, національної кухні тощо;

– кафе: кондитерська, морозиво, молочне;

– бар: винний, пивний, молочний, вітамінний, коктейль-бар;

– закусочна: галушечна, пиріжкова, млинна, чебуречна, шашлична, варенична, пельменна, піцерія тощо.

Безпосереднє обслуговування клієнтів у залі закладу ресторанного господарства (у даному випадку – у ресторані, який має найбільший асортимент послуг) включає такі послуги:

- зустріч гостей, супровід до залу та їх розміщення, включаючи вибір місця розташування столику, спосіб його займання (повне або часткове);
- приймання замовлення, включаючи надання меню, допомогу у формуванні замовлення;
- передача замовлення до виробництва (у холодний чи гарячий цех);
- отримання страв із буфету і кухні, а також подача її клієнтам, включаючи контроль повноти асортименту, якості замовлення;
- заміна та убирання посуду;
- оформлення розрахунку з клієнтом.

При обслуговуванні у закладах ресторанного господарства особлива увага завжди приділяється освітньо-кваліфікаційному рівню персоналу, характерними ознаками якого має бути:

- досконале володіння правилами і технікою обслуговування (для персоналу ресторанів і барів класів «вищий» і «люкс»);
- знання порядку розрахування за кредитними картками та іноземною валютою (для персоналу ресторанів і барів класу «люкс»);
- знання і дотримання правил міжнародного етикету, техніки і специфіки обслуговування іноземних споживачів (для персоналу ресторанів і барів класу «люкс»);
- володіння кількома іноземними мовами в обсягах, необхідних для виконання своїх обов'язків (для персоналу ресторанів і барів класу «люкс»);
- знання особливостей технології готування, оформлювання та подавання національних, фірмових і замовних страв іноземних кухонь (для персоналу ресторанів і барів класів «вищий» і «люкс»).

Згідно з ДСТУ 4281:2004 *додаткові послуги*, які надаються закладами ресторанного господарства, можуть включати такі:

- попереднє бронювання місць;
- фінансові послуги: наявність банкоматів, пунктів обміну валюти, можливість розрахування за кредитними картками, приймання дисконтних карток;
- послуги зв'язку: наявність міських та міжміських телефонів-автоматів, факсу, Інтернету, супутникового телебачення;
- торговельні послуги: реалізація сувенірів, преси, аудіокасет тощо; продаж живих і штучних квітів; комплектування і пакування сувенірів, квітів тощо;
- транспортні послуги: виклик таксі і (або) транспортні послуги закладу (автопостачання);
- побутові послуги: чищення і дрібне лагодження одягу; чищення і лагодження взуття;
- послуги щодо збереження речей клієнтів: користування камерою схову, сейфом;
- медичні послуги: обслуговування у медичному пункті;
- фотопослуги;
- послуги з доглядання дітей;
- послуги з доглядання домашніх тварин;
- послуги з організації дозвілля: наявність більярду, дартсу, боулінгу, міні-гольфу тощо; організування видовищ, дискотеки, музичної програми;
- послуги для бізнес-заходів: організування проведення конференцій, семінарів тощо;
- організування таких видів харчування, як бізнес-ланчі, бенкети; постачання їжі, напоїв з обслуговуванням; продаж продукції на винос тощо.

У національному стандарті ДСТУ 4281:2004 підкреслено, що у всіх закладах ресторанного господарства має бути передбачено відповідність вимогам стандарту щодо безпеки життя і здоров'я споживачів. За даним стандартом можливо встановлення класу

обслуговування («перший», «вищий», «люкс») таким закладам, як ресторан і бар, інформацію про що повинна бути розміщена на фасаді їх приміщень.

Інформація про стандарти для ресторанного господарства:

У сфері ресторанного обслуговування України на національному рівні зараз діють 5 стандартів, з яких: 2 національних стандарти України (ДСТУ) та 3 міждержавних стандарти країн СНД (ГОСТ), що адаптовані згідно з українським законодавством як національні.

❖ **ДСТУ 3862-99.** Прийняття національних стандартів України для сфери туризму започатковано у 1999 році зі створення ДСТУ 3862-99 «Громадське харчування. Терміни та визначення». У березні 2004 року до даного стандарту було внесено зміну № 1, згідно з якою термін «громадське харчування» замінено на термін «ресторанне господарство», а деякі інші поняття викладено в новій редакції. Зараз даний стандарт має назву «Ресторанне господарство. Терміни та визначення».

У національному стандарті ДСТУ 3862-99 представлені наступні розділи:

✓ **Загальні поняття** – базова термінологія з організації ресторанного господарства (продукція власного виробництва; різноманітні вироби: булочні, хлібобулочні, борошняні, кондитерські, кулінарні; класифікація процесів виготовлення продукції: технологічних, виробничих; види харчування: раціональне, дієтичне; показники діяльності закладу ресторанного господарства: обсяг товарообороту, прибуток, валовий дохід; а також визначення понять щодо безпеки та якості продукції власного виробництва).

✓ **Заклади ресторанного харчування за типами:** ресторан, кафе, бар, закусочна (шинок), їдальня, кафетерій, буфет, магазин кулінарних виробів, мережа закладів.

✓ **Організація та матеріально-технічна база** – характеристика різних видів приміщень – наприклад: торговельне, виробниче, роздавальня, торговельна зала, а також їх торговельної та

функціональної місткості та обладнання; визначення понять: меню, преїскурант тощо.

✓ **Технологія ресторанного харчування** – види обробляння (кулінарне, механічне, хімічне) та їх конкретизація (нарізання, порціювання, панірування, маринування, збивання, протирання, шпигування, варіння, смаження, запікання, розігрівання, термостатування, охолоджування, пряження тощо).

✓ **Кулінарна продукція та її види** – різноманітні страви (фірмові, банкетні, охолодні, замовні, солодкі) та напівфабрикати.

ДСТУ 3862-99 встановлює терміни та визначення стосовно ресторанного харчування. Терміни, регламентовані в цьому стандарті, є обов'язковими для застосування у всіх видах нормативної документації, що належить до ресторанного господарства.

Вимоги стандарту чинні для застосування у роботі підприємств, установ, організацій, що діють на території України, технічних комітетів зі стандартизації, науково-технічних та інженерних товариств, міністерств (відомств).

ДСТУ 3862-99 розроблено на замовлення Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України. Організація-розробник – ТК 118 «Послуги торгівлі, ресторанного господарства, туристичні та виставкові», де функції секретаріату на той час виконувала Українська академія зовнішньої торгівлі. ДСТУ 3862-99 затверджено наказом Держстандарту України від 26 березня 1999 р. № 163, надано чинності – 01.10.1999 р. [26].

❖ **ДСТУ 4281:2004** – національний стандарт України «Заклади ресторанного господарства. Класифікація». Цей стандарт поширюється на сферу ресторанного господарства та містить нормативні посилання на попередній ДСТУ 3862-99 і низку ГОСТів щодо організації пожежної безпеки, вибухо- та електробезпеки, дотримання санітарно-гігієнічних правил та вимог з охорони довкілля тощо.

У даному стандарті представлені наступні розділи:

✓ **Терміни та визначення понять** – впорядкована термінологія щодо визначення окремих видів підприємств

ресторанного господарства (РГ), а саме: заклад РГ (повносервісний, загальнодоступний, закритий, швидкого обслуговування, майдан харчування); тип закладу РГ – ресторан, ресторан-бар, ресторан за спеціальними замовленнями (catering), кафе, кав'ярня, кафе-бар, кафе-пекарня, чайний салон, кафетерій, закусошна, бар, нічний клуб, пивна зала, їдальня, буфет, фабрика-заготівельня, фабрика-кухня, домашня кухня.

✓ **Класифікація закладів ресторанного господарства** – визначено, що вона базується на комплексі вимог до асортименту продукції, рівня обслуговування та комплексу надаваних послуг, у результаті чого всі заклади ресторанного господарства поділяють на такі групи:

– продаж *їжі і напоїв*, як правило, призначених для споживання на місці з показуванням розважальних вистав або без них (ресторан, ресторан-бар, кафе, кав'ярня, кафе-бар, кафе-пекарня, чайний салон, кафетерій, закусошна);

– продаж *напоїв і страв* до них, як правило, призначених для споживання на місці, з показуванням розважальних вистав або без них (бар, нічний клуб, пивна зала);

– продаж *їжі і напоїв* для споживачів, об'єднаних за професійними ознаками (їдальня, буфет);

– постачання *їжі, виготовленої централізовано*, для споживання в інших місцях (фабрика-заготівельня, фабрика-кухня, домашня кухня, ресторан за спеціальними замовленнями).

✓ **Загальні вимоги до закладів ресторанного господарства**, які включають такі основні характеристики (відповідно до їх типу і класу):

- місце розташування закладу і стан прилеглої території;
- вид, тип та особливості будівлі;
- комфортність, зовнішній і внутрішній дизайн приміщення;
- рівень оснащення закладів устаткуванням, меблями, посудом, столовими приборами, столовою білизною;
- процес обслуговування;

- асортимент продукції та вимоги до оформлення меню, преїскуранту і карти вин;
- освітньо-кваліфікаційний рівень персоналу;
- номенклатура додаткових послуг тощо.

✓ **Характеристика структурно-функційних параметрів закладів РГ різних типів і класів** – у спеціально розроблених таблицях наведені рекомендовані відмінні вимоги до закладів РГ основних типів, які згруповані наступним чином:

- Місце розташування закладу і стану прилеглої території – будівля (автономна або та, що входить до складу торговельного центру, готелю тощо), під'їзні шляхи, наявність стоянки для паркування автомобілів.

- Вид, тип та особливості будівлі – капітальна або некапітальна, сучасна або та, що має оригінальне архітектурно-планувальне рішення.

- Комфортність внутрішнього і зовнішнього дизайну приміщень – вивіска, вхід до закладу харчування, кондиціонування повітря, системи вентиляції, архітектурно-художнє оформлення приміщень, внутрішній і зовнішній дизайн, високо функціональні торговельні та виробничі приміщення, створення зручностей і затишку на основі виділення окремих зон, наявність естрадного і танцювального майданчика, декоративне озеленення.

- Оснащеність закладу устаткуванням, меблями, посудом, столовими приборами, білизною – автоматизована система керування закладом, сучасне технологічне устаткування, меблі (стандартні та зручні, підвищеної комфортності, з вишуканим дизайном тощо), різноманітний столовий посуд та столова білизна (скатерки і серветки).

- Процес обслуговування – існують різні підходи до цього процесу в залежності від типу і класу закладу харчування: обслуговування офіціантами, самообслуговування, накривання столів за попереднім замовленням; чітке дотримання стильової єдності сервування столів; впровадження дисконтних, передоплатних

пластикових карт, Інтернет-технології; рівень сервісу: «відмінний», «вище доброго», «добрий»; наявність живої музики.

- Асортимент продукції та вимог до оформлення меню, преїскуранту і карти вин – асортимент може бути: широкий, різноманітний, обмежений, специфічний; існують вимоги до художнього оформлення меню та до мов, якими воно складено.

- Освітньо-кваліфікаційний рівень персоналу – досконале володіння правилами і технікою обслуговування; знання порядку розраховування за кредитними картками та іноземною валютою; знання і дотримання правил міжнародного етикету; знання особливостей технології готування, оформлювання та подавання національних, фірмових і замовних страв іноземних кухонь.

- Додаткові послуги – бронювання місць, фінансові послуги (банкомати, пункти обміну валют, розраховування за кредитними картками тощо), послуги зв'язку (телефони-автомати, Інтернет, факс) та супутникового телебачення, послуги торгівлі (продаж сувенірів, преси, квитків тощо), побутові послуги (чищення одягу та взуття, камера схову, сейф), організація дозвілля (дискотека, музика, більярд, дартс, боулінг, міні-гольф), доглядання дітей, обслуговування в автомобілях, організування проведення конференцій, семінарів тощо.

У даному ДСТУ 4281:2004 підкреслено, у всіх закладах РГ має бути передбачено відповідність обов'язковим вимогам щодо безпеки життя і здоров'я споживачів. Разом із тим, рекомендовані вимоги включають можливість встановлення класу обслуговування («перший», «вищий», «люкс») таким закладам РГ, як ресторан і бар, інформація про що повинна бути розміщена на фасаді їх приміщення.

ДСТУ 4281:2004 розроблено на замовлення Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України. Організація-розробник – ТК 118 «Послуги торгівлі, ресторанного господарства, туристичні та виставкові», де функції секретаріату на той час виконувала Українська академія зовнішньої торгівлі. ДСТУ 4281:2004 прийнято наказом Держспоживстандарту України від 31 березня 2004 р. № 59, надано чинності – 01.07.2004 р. [23]. Одночасно

в Україні було скасовано ГОСТ 30389-95 «Общественное питание. Классификация предприятий».

Крім ДСТУ, у сфері ресторанного обслуговування застосовуються ще 3 міждержавних стандарти країн СНГ, адаптованих в Україні як національні:

❖ **ГОСТ 30390-95** «Общественное питание. Кулинарная продукция, реализуемая населению. Общие технические условия». Даний стандарт установлює загальні технічні вимоги до кулінарної продукції, яка реалізується населенню, правила приймання, методи контролю, що забезпечують її безпеку для життя і здоров'я людей, навколишнього середовища.

Положення цього стандарту поширюються на кулінарну продукцію, яка випускається підприємствами ресторанного господарства різних форм власності, а також фізичними особами-підприємцями.

ГОСТ 30390-95 розроблено Міждержавним технічним комітетом зі стандартизації МТК 347 «Услуги торговли и общественного питания», прийнято Міждержавною Радою зі стандартизації, метрології і сертифікації (протокол № 8 від 10 жовтня 1995 р.) [24].

❖ **ГОСТ 30523-97** «Услуги общественного питания. Общие требования». Даним стандартом встановлено класифікацію послуг громадського харчування, загальні вимоги щодо якості послуг та обов'язкові вимоги щодо безпеки послуг, надаваних у сфері громадського харчування. Дія стандарту поширюється на підприємства харчування всіх форм власності, різних типів та класів, а також на приватних підприємців, які проваджують діяльність у сфері громадського харчування.

У ГОСТ 30523-97 наведена класифікація послуг, надаваних споживачам, у такий спосіб: послуги харчування; послуги з виготовлення кулінарної продукції і кондитерських виробів; послуги з організації споживання та обслуговування; послуги з реалізації кулінарної продукції; послуги з організації дозвілля; інформаційно-консультативні послуги тощо.

Крім того, указані загальні вимоги, які пред'являються до послуг, надаваних у сфері громадського харчування: відповідність цільовому призначенню; точність та своєчасність надання, безпечність та екологічність; ергономічність і комфортність; естетичність; культура обслуговування; соціальна спрямованість; інформативність.

ГОСТ 30523-97 розроблено Всеросійським інститутом харчування, внесено на розгляд Держстандартом Російської Федерації, прийнято Міждержавною радою зі стандартизації, метрології та сертифікації (протокол № 11 від 23 квітня 1997 р.) [37].

❖ **ГОСТ 30524-97** «Общественное питание. Требования к обслуживающему персоналу». Даним стандартом встановлено вимоги до обслуговуючого персоналу підприємств громадського харчування різних типів і класів незалежно від форм власності. Стандарт варто застосовувати при проведенні сертифікації послуг харчування, а також використовувати при присвоєнні кваліфікації персоналу.

У ГОСТ 30524-97 заявлені категорії робітників, які віднесені до обслуговуючого персоналу: метрдотель (адміністратор залу), офіціант, бармен, кухар, який займається випуском продукції при роздачі, буфетчик, касир, гардеробник, швейцар, продавець магазину (відділу) кулінарії.

Також визначені критерії оцінки персоналу: рівень професійної підготовки і кваліфікації; здатність до керівництва; знання та дотримання правил професійної етики поведінки, знання нормативних документів стосовно професійної діяльності.

Стандарт містить вимоги до конкретних посад і професій обслуговуючого персоналу.

ГОСТ 30524-97 розроблено Технічним комітетом зі стандартизації ТК 347 «Послуги торгівлі та громадського харчування», прийнято Міждержавною радою зі стандартизації, метрології та сертифікації 26 квітня 1997 р. [25].

5.2. ОРГАНІЗАЦІЯ ХАРЧУВАННЯ ТУРИСТІВ У ЗАСОБАХ РОЗМІЩЕННЯ

За міжнародною практикою у сфері надання туристичних послуг харчування, як правило, зв'язується з розміщенням.

Найчастіше у багатьох країнах світу готельний тариф включає вартість сніданку, що організується у ресторані або буфеті засобу розміщення. Крім того, турист може вибрати розміщення у номері в комплексі з триразовим харчуванням (повний пансіон), дворазовим (напівпансіон) або одноразовим харчуванням (тільки сніданок).

Згідно з міжнародною практикою провадження готельно-ресторанного бізнесу та у наукових джерелах з цього питання склалось декілька видів *готельних тарифів* залежно від включення до них харчування туристів:

- американський план (American Plan, AP) – готельний тариф, що включає в себе вартість розміщення та триразового харчування;
- модифікований американський план (Modified american Plan, MP) – готельний тариф, що включає в себе вартість розміщення та дворазового харчування (сніданок і обід або сніданок і вечеря);
- континентальний план (Continental Plan) – готельний тариф, що включає в себе вартість розміщення та континентального (легкого) сніданку. Континентальний план також називають «ліжко і сніданок» (Bed and Breakfast, B&B);
- бермудський план (Bermuda Plan) – готельний тариф, який включає вартість розміщення та повного сніданку, найчастіше організованого за типом «шведського столу»;
- європейський план (European Plan, EP) – готельний тариф, що включає в себе тільки вартість розміщення (без вартості харчування). У цьому випадку туристи самостійно вибирають підприємство ресторанного господарства, кухню та страви, що замовляються. Європейський план не прив'язує туриста до підприємства харчування та знижує ціну тура. Такий варіант обслуговування може бути навіть зручним з погляду розмаїтості – туристи можуть за своїм розсудом харчуватися як у закладах харчування своїх засобів розміщення, так і

в інших, недалеко розташованих ресторанах (японської, грецької, французької або іншої кухні).

В Україні згідно з вимогами національного стандарту ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» існують такі типи готельних тарифів залежно від включення до них послуг харчування:

- «усе включено» – AI (all inclusive) – тариф, до якого включено вартість послуг з тимчасового розміщення, харчування та напоїв, а також користування усіма іншими наявними зручностями та послугами у засобі розміщення;

- «повний пансіон» – FB (full board) – тариф, до якого включено ціну послуг з тимчасового розміщення та не менше як триразового харчування – сніданок, обід, вечеря (у науковій та практичній літературі даний термін отримав назву «американський план»);

- «напівпансіон» – HB (half board) – тариф, до якого включено вартість послуг з тимчасового розміщення та дворазового харчування на вибір – сніданок, обід або вечеря (у науковій та практичній літературі даний термін отримав назву «модифікований американський план»);

- «ліжко та сніданок» – B&B (bed and breakfast) – тариф, до якого включено вартість послуг з тимчасового розміщення та сніданку (відповідає поняттям «континентальний план» та «бермудський план» залежно від складу сніданку);

- «лише номер»; «розміщення без харчування» – OA (only accomodation) – тариф, до якого включено лише вартість послуг з тимчасового розміщення (відповідає поняттю «європейський план»).

Форми обслуговування туристів харчуванням також відрізняються одна від одної:

- «Шведський стіл» – вільний вибір виставлених на спільне харчування страв і самообслуговування. Він дуже популярний у туристів, тому що дозволяє вибрати їжу за смаком та у бажаній кількості;

- «Table d`hote» – обслуговування туристів офіціантом за єдиним для всіх меню з обмеженою кількістю страв;

- «A la carte» – обслуговування туристів офіціантом із правом вибору будь-яких страв із пропонованого рестораном меню;
- у готелях високих категорій харчування може бути замовлено у кафе, ресторані з подачею у номер;
- у номерах, оснащених кухнями (або виділеними місцями під кухню, наприклад, у апарт-готелях), турист має можливість готувати страви самостійно.

5.3. ПОСЛУГИ ХАРЧУВАННЯ, НАДАВАНІ ПІД ЧАС ТРАНСПОРТНИХ ПОДОРОЖЕЙ

Турист забезпечується їжею та напоями не тільки в засобах розміщення, але й під час переїздів на повітряному, залізничному, водному транспорті, а також на автобусах.

Послуги харчування на повітряному транспорті. Згідно з «Правилами повітряних перевезень пасажирів і багажу» існують певні умови надання послуг харчування у салонах літаків. Так, наприклад, усі компанії-авіаперевізники, які проваджують діяльність в Україні, повинні дотримуватися таких правил:

➤ Надання прохолодних напоїв:

- на кожну годину польоту мінімальна норма надання прохолодних напоїв становить 100 мл та в разі відсутності харчування – 150 мл на годину польоту;
- у період з 15 квітня до 14 жовтня включно норма надання прохолодних напоїв збільшується до 150 мл;
- надання пасажирам прохолодних напоїв повинно здійснюватись за 20 хвилин до та через 25 хвилин після закінчення надання послуг з харчування.

Надання прохолодних напоїв є обов'язковою безкоштовною послугою [22].

➤ Надання гарячого харчування:

- надається на борту повітряного судна відповідно до норм, установлених перевізником;

– харчування та гарячі напої можуть не надаватися пасажиром повітряного судна, якщо зазначена умова встановлена правилами перевізника чи замовником рейсу і пасажир поінформований про умови обслуговування на борту повітряного судна до укладання договору повітряного перевезення або придбання пакета на комплексне туристичне обслуговування;

– основний раціон (гаряче, якщо передбачено правилами перевізника) повинно пропонуватись пасажиром через 1-1,5 години після зльоту повітряного судна [22].

Надання послуг із забезпечення пасажирів харчуванням повинно здійснюватись з суворим дотриманням строків реалізації продуктів. Температура закусок, блюд та напоїв, що пропонуються на борту повітряного судна, повинна бути:

- гарячі блюда - +65/70 градусів за Цельсієм;
- гарячі напої - +75 градусів за Цельсієм;
- холодні блюда - +10/14 градусів за Цельсієм;
- закуски - +10/14 градусів за Цельсієм;
- прохолодні напої - +10/14 градусів за Цельсієм [22].

Таким чином, згідно з українським законодавством, на повітряному транспорті обов'язковим є забезпечення пасажирів прохолодними напоями за певними нормами, а організація харчування повністю залежить від умов компанії-авіаперевізника.

Варто зазначити, що більшість авіакомпаній пропонує своїм пасажиром харчування, прагнучи здобути конкурентні переваги. Звичайно частота подачі комплектів харчування на борті повітряного судна змінюються залежно від тривалості польоту, що викликано фізіологічною потребою людини в їжі. Тому раціональною схемою харчування вважається така:

- при польоті тривалістю 2-2,5 години – холодні закуски;
- до 6 годин – холодні закуски та гаряче харчування;
- понад 6 годин – холодні закуски та два гарячих харчування.

Якщо гарячих харчування два та більше, то кожне наступне повинно відрізняється від попереднього за складом страв і продуктів.

Об'єм (тобто кількісний та якісний склад страв) харчування залежить від класу обслуговування. Так, у порівнянні з класом «економ», для пасажирів класів «бізнес» і «преміум» пропонується поліпшений (іноді вишуканий) асортимент харчування і напоїв.

Багато авіакомпаній розробляють власні програми харчування пасажирів. Їжа готується на фабриках-кухнях, які розташовані поблизу аеропортів. Там вона розфасовується, а потім доставляється на борт літака, де розігрівається в мікрохвильових печах і розноситься стюардесами кожному пасажирові.

Для впакування їжі застосовується спеціальна тара – легкі та міцні пластикові прибори одноразового використання, які мають уніфіковані розміри і форми міжнародних стандартів. Максимальний строк зберігання заморожених продуктів у них становить 12 годин.

Особлива увага приділяється складу їжі, її кількості та якості. При підготовці раціону харчування необхідно враховувати, що на смакові якості їжі впливає висота польоту та знижений тиск. Крім того, їжа повинна бути однаково прийнятна всім пасажиром і задовольняти самим різним смакам та звичкам туристів. Набір продуктів має бути досить калорійним, не занадто об'ємним, добре дробитися на дрібні шматочки, переважно без костей. До складу індивідуального пакета харчування обов'язково потрібно надавати зволожені гігієнічні серветки.

Замовлення комплектів харчування на борт літака виробляється безпосередньо перед вильотом, коли відома точна кількість пасажирів. Звичайно на всі літаки подається однакове харчування, проте зараз практикується й «спеціальне харчування» залежно від стану здоров'я, звичок або національної приналежності пасажирів. Різновидами спеціального харчування є дієтичне, вегетаріанське, релігійне, дитяче тощо. При цьому за кожним видом харчування закріплений певний код, який затверджується Міжнародною асоціацією повітряного транспорту (ІАТА). При бронюванні квитка в ньому робиться позначка про замовлення певного раціону спеціального харчування, що не оплачується додатково, тому що його вартість входить до ціни квитка. Однак таке харчування необхідно

замовляти або при бронюванні квитка, або при придбанні його не пізніше ніж за 24-48 годин до вильоту.

Організація харчування проводиться й у транзитних готелях, які розташовані при аеропортах. Як правило, вони є віддаленими від міста й у зв'язку з коротким строком перебування в них туристів мають низку особливостей. Тут доцільною є спрощена система закладів ресторанного господарства, яка розрахована тільки на проживаючих у готелі. Одне з підприємств харчування повинне працювати цілодобово. Номерний фонд транзитних готелів може мати менший розмір площі на одну людину, можлива організація спеціально обладнаних кімнат відпочинку, де пасажир, не займаючи номер, зможе відпочити протягом декількох годин.

Послуги харчування на залізничному транспорті забезпечуються як підприємствами, які організовані на самих залізничних вокзалах або станціях, так і у складі поїзда. Послуги харчування в умовах рухомого складу зводяться до наступних:

- організація харчування у вагоні-ресторані;
- кейтеринг – виїзна торгівля напоями та окремими видами продуктів харчування, яка організується у вагонах;
- послуги, що пропонуються провідниками – подача чаю, кави, інших напоїв, фабричних кондитерських виробів.

Згідно з «Порядком обслуговування громадян залізничним транспортом» встановлені норми забезпечення пасажирів напоями. Так, у купейних, плацкартних та м'яких вагонах пасажири всіх поїздів не менше трьох разів на день забезпечуються чаєм, цілодобово кип'яченою гарячою та охолодженою водою, а в загальних вагонах – питною водою [13].

На офіційному сайті Укрзалізниці оприлюднено повідомлення про поширення послуг щодо оплати за бажанням пасажира вартості чаю через каси при придбанні проїзного документу. Процедура надання послуги така: пасажир при оформленні через квиткову касу проїзного документу має можливість, за бажанням, оплатити вартість від однієї до трьох склянок чаю. Касир повинен при оформленні проїзного документу запитати пасажира щодо бажання оплатити

вартість чаю (за наявності такої послуги) та в разі згоди пасажир визначити бажану ним кількість склянок чаю (від 1 до 3-х). Відповідно до кількості замовлених склянок чаю пасажир сплачує їх вартість через касу. В даний час проводиться доопрацювання програмного забезпечення можливості оформлення більшої кількості склянок на вимогу пасажирів. Крім цього, у пасажирів залишається можливість придбати чай у поїзді. Слід зазначити, що ціни на послуги, пов'язані з перевезенням пасажирів, встановлюють надавачі послуг як самостійні господарюючі суб'єкти.

Також Укрзалізницею проводиться експеримент щодо введення нової послуги з надання пасажирів харчування (у вигляді продуктивних наборів) під час подорожі. За маркетинговими дослідженнями більшість пасажирів схвально ставляться до цієї послуги. Придбання продуктивного набору здійснюється при оформленні квитка у купейні та спальні вагони за бажанням пасажирів. Адміністрацією Укрзалізниці підкреслено, що забезпечення пасажирів залізничного транспорту харчуванням під час подорожі – цивілізована норма, яка розповсюджена в країнах Західної Європи та Росії. Ця послуга допомагає пасажирові заощадити час (тому що не треба заздалегідь піклуватися про їжу) та зберегти здоров'я, зважаючи на велику кількість випадків харчових отруєнь, що виникають унаслідок придбання неякісних продуктів на перонах у приватних осіб.

Харчування туристів, що подорожують автобусом, може бути організоване по-різному:

– якщо туристи використовують автобус тільки для того, щоб добратися з одного пункту маршруту в інший, їм можуть запропонувати харчування у вигляді подачі напоїв (чай, кава, мінеральна вода) і печива або вафель;

– якщо туристи подорожують автобусом тривалий час, використовуючи його як постійний засіб пересування у своїй турпоїзді, то їх харчування, крім названого вище, повинно включати одержання повноцінної їжі. Ця їжа може бути приготовлена як у самому автобусі (ротелі), так і подана в тих місцях, де туристи будуть

зупинятися, тобто вони можуть готувати її самостійно або скористатися послугами підприємств харчування, які розташовані на шляху проходження їхнього транспортного маршруту.

Послуги харчування на **водному** транспорті, особливо на морських круїзах, припускають найвищий рівень обслуговування. Харчування є найбільш важливою частиною будь-якого круїзу, а відвідування ресторану перетворене в особливу форму розваг. Круїзи звичайно влаштовуються за принципом «усе включено» (all inclusive), отже, харчування входить у загальну вартість квитка. Окремо оплачуються, як правило, тільки алкогольні напої та додаткові страви на замовлення, не включені в основне меню (крім суден категорії 4-6 зірок, де даний вид сервісу включений в оплату).

5.4. ОРГАНІЗАЦІЯ КУЛЬТУРНОГО ДОЗВІЛЛЯ ТУРИСТІВ ЗАКЛАДАМИ ХАРЧУВАННЯ

Найважливішим напрямком роботи закладів харчування є організація культурного дозвілля туристів, завдяки чому вони отримують можливість розважатися та одержувати яскраві незабутні враження. Так, можна виділити декілька видів туристичного обслуговування, тісно пов'язаного з харчуванням.

- Організація *розважальних програм* закладами харчування:
 - концертна програма за участю артистів;
 - програма, яка підготовлена спеціальним ведучим (тамадою);
 - танцювальний вечір, дискотека;
 - програма вар'єте тощо.

➤ Організація *турів для гурманів*. Крім звичайної та невід'ємної потреби, харчування в туризмі розглядається і як важливий елемент пізнання місцевої культури та звичаїв народу приймаючої країни. Тому в цей час широко практикується організація харчування з урахуванням місцевої екзотики, пропозиції страв національної кухні, що являє собою спосіб одержання туристичних вражень.

Кулінарія, як і етнографічна або природна екзотика, дуже сильно притягує увагу туристів. Вона стає визначною пам'яткою, а її ваблива сила не менше, ніж у якого-небудь історичного замка або прославленого пейзажу. Національні кухні таять у собі практично необмежені можливості. Тому з кожним роком усе більше й більше ресторанів складають свої меню із страв різних народів.

В основу спеціальних турів для гурманів включається:

- систематизоване відвідування різних ресторанів національної кухні;
- вивчення принципів і вишуканості гастрономії та готування особливих страв;
- дегустація продуктів, відвідування винних, пивоварних і ковбасних заводів;
- організація пікніків або відвідувань сільських ферм тощо.

Великою популярністю користуються у туристів етнографічні ресторани та кафе. У них національні традиції проявляються в інтер'єрі, в одязі офіціантів, у репертуарі оркестру, в асортименті пропонованих страв і напоїв.

Стали з'являтися заклади харчування з вегетаріанською кухнею або, наприклад, кошерні ресторани, що пропонують єврейську кухню, де використовуються тільки кошерні (приготовлені особливим способом) продукти, а також екологічні ресторани.

➤ **Розробка певної теми** підприємством харчування, що знаходить висвітлення в його фірмовому стилі. Так, крім національного, заклади харчування можуть бути витримані у будь-якому іншому стилі: від використання банківських атрибутів до вітряків. Вибір центральної теми, якої підлегли оформлення залів і все обслуговування клієнтів, являє собою сплав мистецтва та маркетингових досліджень. Знання ринкової ситуації та умов конкуренції дозволяє виявити перспективні теми.

Часто тематичні ресторани розробляють такі теми, як, наприклад, музика або футбол. Ці ресторани пропонують обмежений асортимент страв. Їх головна мета – створення особливої атмосфери.

➤ Найчастіше туристів притягує **кулінарна «гігантоманія»**. Тут у якості прикладів можна навести наступні:

- Приготування плову. На Канарських островах у селі Бахамар, недалеко від міста Крус-де-Тенерифі, готують найбільший у світі плов. На нього йде тонна рису, тисяча курей, півцентнеру зеленого перцю та десятки кілограмів різних спецій. Дванадцять осіб з веслами у руках чергують біля казана, розмішують рис. Таким пловом можуть поласуватися понад 7 тисяч осіб. Шеф-кухар Лопес Карбальос, творець цієї суперстрави, готувався до «прем'єри» майже півроку, тому що сам рецепт і пов'язані з ним розрахунки досить складні.

- Приготування омлету. Тонні Стоппард, кухар з Лондона, у місті Сурреї (Англія) на сковороді діаметром 2,1 м і висотою 30 см за допомогою цілої бригади кухарів на очах у публіки спік найбільший омлет у світі. Було витрачено 5600 яєць, 60 кг цибулі, по кілограму червоного та чорного перцю, 4,5 кг солі та 25 кг масла. Омлет важив 400 кг. Більше 5 тисяч осіб купили собі по шматку цього омлету.

- Смаження риби. В італійському місті Камол`я щорічно під час свята риби на головній вулиці міста встановлюють сковороду діаметром майже в 5 м. На ній жарять рибу одночасно для 50-ти тисяч осіб (5 тонн живої риби та 260 галонів маслинової олії).

Цей список може тривати нескінченно. Керівництво закладів харчування у боротьбі за клієнта придумує нові рішення у сфері обслуговування, харчування, інтер'єра тощо, підвищуючи, таким чином, привабливість закладів, якість і рівень надаваних послуг.

ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗА РОЗДІЛОМ 5

1. Наведіть основні терміни з ресторанного господарства згідно з чинним українським законодавством.
2. Перелічіть основні національні стандарти у сфері ресторанного господарства України та міждержавні стандарти країн СНД, якими повинні користуватися підприємства харчування під час провадження своєї діяльності.
3. За якими ознаками можна класифікувати заклади харчування в Україні?
4. Які основні риси є властивими для послуг харчування?
5. Що повинно включати безпосереднє обслуговування клієнтів у залі закладу ресторанного господарства?
6. Які додаткові послуги надаються закладами ресторанного господарства згідно з ДСТУ 4281:2004?
7. Які види готельних тарифів залежно від включення до них послуг харчування існують в Україні?
8. Яким чином відбувається обслуговування туристів харчуванням під час транспортних подорожей на літаках згідно з «Правилами повітряних перевезень пасажирів і багажу»?
9. Які існують вимоги до організації харчування пасажирів «Укрзалізниці» згідно з «Порядком обслуговування громадян залізничним транспортом»?
10. Що вам відомо про надання послуг харчування під час транспортних подорожей на автобусах, морських і річкових круїзних суднах?
11. Охарактеризуйте організацію розважальних програм закладами ресторанного господарства.
12. Визначте специфіку організації турів для гурманів.
13. Наведіть приклади з кулінарної гігантоманії, різноманітних конкурсів та фестивалів, які проваджуються закладами харчування для приваблювання туристів та вдосконалення організації їх дозвілля.

Розділ 6

ОРГАНІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ

6.1. ОСНОВНІ ВИДИ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ У ТУРИЗМІ

Транспорт є найважливішою галуззю національної економіки будь-якої країни, а також усього світового господарства у цілому. Являючи собою частину сектора матеріального виробництва, він покликаний забезпечувати нормальну взаємодію підприємств між собою, створювати умови для раціонального розміщення продуктивних сил по території держави з урахуванням оптимального наближення підприємств різних галузей до джерел сировини і районів споживання продукції, сприяти розвитку спеціалізації та кооперації виробництва внаслідок суспільного розподілу праці. Ріст виробничих потужностей багатьох галузей і підгалузей економіки, підвищення ефективності їх роботи знаходяться у прямої залежності від рівня розвитку транспорту та всієї транспортної системи держави.

Поняття «транспорт» зустрічається в багатьох літературних джерелах, пов'язаних з туризмом. Так, наприклад, довідник «Туризм. Гостеприимство. Сервіс» визначає «транспорт» (від лат. *transportare* – перевозити, переміщати), по-перше, як галузь матеріального виробництва, зайняту здійсненням перевезення пасажирів і вантажів, а, по-друге, як перевізні засоби [52].

Цікавим є факт, що транспорт, як галузь матеріального виробництва, у сфері туризму створює нематеріальний «продукт». Однією з особливостей транспортної галузі є її балансування між виробничим і невиробничим секторами економіки. Так, транспорт не виробляє нової речовинної продукції, однак перевезення вантажів і переміщення людей з трудовими цілями є прямим продовженням виробничої діяльності. І хоча інші види пасажиропотоків по своїй сутності більше тяжіють до галузей невиробничої сфери, однак перевага в загальному обсязі транспортних перевезень вантажів і

значних витрат на їх переміщення визначило включення транспорту до складу галузей матеріального виробництва. Економічна ж сутність перевезень у туризмі полягає в тому, що вона явно носить нематеріальний характер, тобто результатом виробничо-фінансової діяльності транспорту в туризмі є не готовий продукт, і навіть не доведення даного готового продукту до кінцевого споживача, а пропозиція певного набору послуг. При цьому послуги не можуть вироблятися окремо від матеріально-технічної бази транспорту (будинків, споруджень, комунікацій, устаткування, передатних пристроїв, транспортних засобів тощо), яка виступає основою виробництва і реалізації надаваних послуг. Тому послуга транспорту в сфері туризму включає сукупність компонентів, до числа яких належать:

- по-перше, матеріально-технічна база транспорту;
- по-друге, обслуговування – діяльність працівників транспорту в процесі користування туристом матеріально-технічною базою транспорту.

Причому, на відміну від послуг розміщення та харчування, де турист отримує обслуговування на території конкретного підприємства, надання транспортної послуги завжди охоплює не тільки матеріально-технічну базу певного підприємства, але й припускає використання інших об'єктів транспортної інфраструктури – шляхів сполучення (автомобільних доріг, залізничних і водних шляхів, повітряних коридорів, каналів, мостів, тунелів), транспортних вузлів або терміналів (аеропортів, залізничних вокзалів, автобусних станцій, морських і річкових пристаней), а також рухомих транспортних засобів тощо.

Розподіл транспорту на вантажний, трубопровідний і пасажирський, проте, не дозволяє чітко визначити ту його частину, яка використовується в перевезеннях туристів і бере участь у формуванні туристичних потоків. Основні труднощі полягають в тому, що люди як об'єкти пасажирських перевезень, чинених транспортом загального користування, формально не підлягають суворому розмежуванню, тому що і туристи, і звичайні пасажери

споживають по суті однакові транспортні послуги. Різниця існує тільки в мотиві споживання, що найчастіше залишається непомітним, тому що не має зовнішнього прояву. Він торкається особисто об'єкта перевезення, тобто певної людини, а для суб'єкта транспортної діяльності причина поїздки тієї або іншої особи не має суттєвого значення. З іншого боку, ріст туристопотоку спричиняє зміни в діяльності транспорту, що стосується задоволення високих запитів туристів. І якщо в практичній діяльності транспорту зараз освоюються пропозиції нових форм організації перевезень, то в теоретичній – проводиться пошук раціональних схем участі транспорту в процесах туристичного обслуговування, поряд із чим відбувається зміна тлумачень традиційних категорій і понять, а також поява нових. У такий спосіб з'явився і термін «туристичний транспорт», що був впроваджений після перетворення туристичних подорожей у масове явище та збільшення їх ролі в розвитку суспільства. Перший теоретичний досвід відділення туристичного транспорту від пасажирського належить швейцарському професорові Вальтерові Ганзикеру (Walter Hunzicker), який почав здійснювати свої дослідження ще у 1954 році. Розвиток його тез знайшов продовження в наукових працях професора Клода Каспара (Claud Kaspar), який вдосконалив схему Ганзикера [107, с. 8]:

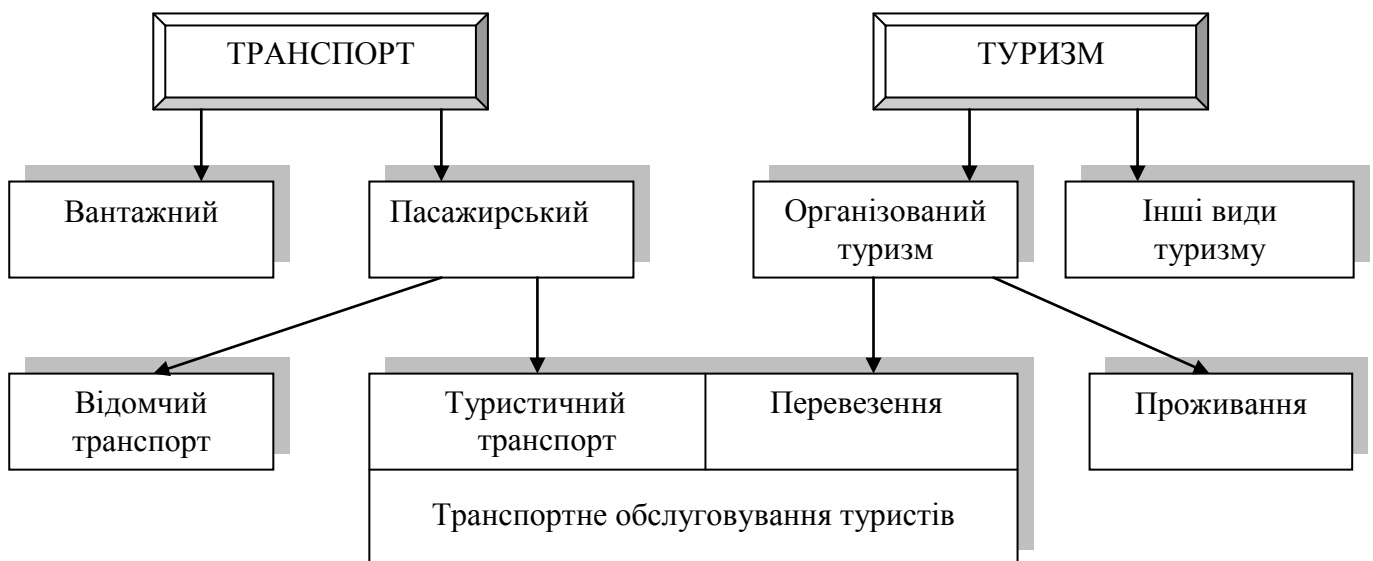


Рис. 6.1. Взаємодія між туризмом і пасажирським транспортом

Основна проблема при з'ясуванні сутності «туристичного транспорту» полягає у правильності вибору критеріїв, які характеризують його в якості відособленого і специфічного виду пасажирського транспорту. У зв'язку з цим можна використовувати два основні підходи:

➤ Перший підхід реалізується з погляду об'єкта перевезення, у результаті чого будь-який вид пасажирського транспорту (у тому числі і загального користування) може бути визначений як туристичний. У цьому разі поняття «транспортування» трактується тільки як «подолання простору». Однак з теоретико-методологічної точки зору практично неможливо відрізнити туристичні перевезення від не туристичних.

➤ Другий підхід ґрунтується на суб'єкті транспортної діяльності. При цьому віднесення транспорту до чисто туристичного можливо в тому випадку, якщо необхідність його організаційної відособленості у здійсненні перевезень буде викликана єдиною причиною – задоволенням потреб туристів. У цьому разі поняття «транспорт» трактується в широкому сенсі, що включає як експлуатацію матеріально-технічної бази, так і комплексне обслуговування, і управління транспортним процесом. При такому підході створюється можливість повною мірою відбити характерні риси «туристичного транспорту», головні з яких наступні:

– відокремлення «туристичного транспорту» від пасажирського з обов'язковим створенням самостійних транспортних організацій (підприємств), що здійснюють перевезення туристів;

– організаційне об'єднання підприємств туристичної та транспортної діяльності.

Болгарський учений М. Нешков у книзі «Туроператорска, агентска и транспортна дейност», узагальнюючи дані два підходи до трактування поняття «туристичний транспорт», висловив думку, що всупереч складному втримуванню і двоїстому змісту, «туристичний транспорт» може бути визначений як організаційно відособлений вид пасажирського транспорту, створений і призначений для обслуговування туристів під час їх подорожі й перебування поза постійним місцем проживання [83, с. 123].

У нашій країні, ще за часів Радянського Союзу, поняття «туристичний транспорт» мало широке практичне застосування. Вивченням даної дефініції займався ряд учених із ближнього зарубіжжя. Так, російський учений В.А. Квартальнов, оцінюючи роль пасажирського транспорту в туризмі, у книзі «Туризм» указував, що в СРСР аж до його розпаду, існувала єдина транспортна система, яка включала різні види транспорту й задовольняла потреби як внутрішнього, так і міжнародного туризму. Потім ринкові відносини й антимонопольне законодавство колишніх союзних республік, які стали незалежними державами, сприяли децентралізації даної системи, а різке зниження попиту в той період часу на транспортні послуги в туризмі призвело до перепрофілювання деяких транспортних підприємств, а в ряді випадків – до їх банкрутства [68; с. 61-62].

По даним іншого російського вченого В.Г. Гуляєва, представленим у книзі «Туризм: экономика и социальное развитие», в 1990 році на частку транспортного обслуговування, що забезпечувалося об'єднаними зусиллями 180 тис. чоловік, у загальній структурі туристичних послуг припадало більше 40% [61; с. 104], причому гранично точно було вираховано, що існувало 181 автотранспортне підприємство, на балансі яких перебувало 14,5 тис. транспортних засобів, 200 орендованих і власних теплоходів, 2600 орендованих туристичних поїздів тощо [61; с. 11].

Варто зазначити, що ситуація, коли можна з певною часткою ймовірності з'ясувати рівень участі транспорту в туризмі, спостерігається при мізерних обсягах розвитку міжнародних зв'язків, в умовах жорсткої командно-адміністративної системи господарювання, що неминуче приводить до зниження якості надаваних послуг. Однак, з іншого боку, навіть при такій ситуації не всі громадяни Радянського Союзу користувалися туристичними послугами, які дотувалися органами соціального страхування, профспілками, підприємствами й організаціями. Завжди існував відсоток туристів, які влаштовували свій відпочинок самостійно, здобуваючи транспортні послуги без посередництва туристичних організацій. Отже, таке поняття як «туристичний транспорт» у

кожному разі не буде стовідсотково охоплювати пропозицію транспортних послуг туристам.

У зв'язку з тим, що в зміст терміна «туристичний транспорт» не включається ні пасажирський транспорт загального користування, ні особисті транспортні засоби, які беруть участь у здійсненні туристичних перевезень, то визначення «туристичний» у цьому випадку зв'язано тільки із приналежністю цього виду транспорту до системи туристичного обслуговування. Таким чином, в організаційному відношенні відокремлення «туристичного транспорту» на практиці може здійснюватися за допомогою:

- створення самостійних транспортних підприємств і організацій, призначених для здійснення обслуговування туристів;
- організації та провадження транспортної діяльності в рамках самих туристичних підприємств і організацій.

В Україні переважно представлений перший напрямок створення туристичного транспорту. При цьому чартерні й інші види туристичних перевезень реалізуються в рамках пасажирського транспорту загального користування і не входять до складу спеціалізованого туристичного транспорту. Дана обставина пов'язана з основними нормативно-правовими документами, що регулюють взаємини в сфері туризму нашої країни, зокрема, з положенням про виключність туроператорської діяльності, у результаті чого фірми-туроператори не мають права створювати у своїй структурі підрозділи, які займаються наданням інших видів послуг, зокрема транспортних.

Відомо, що туристична подорож складається із двох основних елементів – перевезення і проживання. Причому, при відсутності транспортної послуги, туристична поїздка не відбудеться, що виходить із формулювання поняття «туризм», при якому людина, визначена як турист, повинна тимчасово виїхати зі свого постійного місця проживання в іншу місцевість або країну на досить далеку відстань, щоб у неї виникла насущна й природна потреба в здійсненні нічлігу. Перевезення туристів поряд з їх тимчасовим перебуванням у засобах розміщення є базисом будь-якого туристичного продукту, що

знайшло відбиття як у нормативно-правових документах України, так і в директивних актах міжнародних організацій.

Сучасний туризм досягнув значного рівня розвитку багато в чому завдяки використанню транспорту й переваг кожного з видів транспортних засобів. Дослідження історичної сторони взаємин сфер туризму і транспорту дає цікаву картину їх формування. Так, наприклад, російський учений В.Б. Сапрунова прямо зв'язує розвиток туризму зі змінами на транспорті, називаючи останні революційними у зв'язку з винаходом пароплава й паровоза, а також розширенням мережі доріг у Європі [88].

Джон Уокер у своїй книзі «Введение в гостеприимство» вважає, що історія розвитку туризму в цілому ділиться на дві частини: перша – до появи й використання масових видів транспорту; друга – після їх появи, що, у свою чергу, складається з окремих етапів відповідно до виникнення нових видів транспортних засобів, а саме: вік залізниць, вік автомобілів, вік реактивних літаків і вік круїзів на морських суднах [102].

Високі темпи розвитку туризму в період після закінчення Другої світової війни на пряму пов'язані з науково-технічним прогресом в області транспорту. Розробка сучасних авіалайнерів і початок їхнього масового використання викликало справжній «бум» у пасажирських перевезеннях. У людей з'явилась можливість побувати в різних куточках планети, переборюючи значну відстань за короткий проміжок часу.

При дослідженні взаємозв'язку в системі «туризм-транспорт» звичайно приділяють більше уваги ролі та значенню транспорту як вирішального фактору в розвитку туризму. Цьому є логічне обґрунтування:

- транспорт існував як окрема галузь економіки до появи потреби в туризмі й перетворення її в соціальну потребу;
- транспорт може функціонувати окремо і незалежно від туризму, у той час як зворотне неможливо;
- туризм перебуває в сильній залежності від гарного стану і функціонування транспортної системи, ніж пасажирський транспорт від туристичного розвитку;

– еволюція на транспорті створила основні передумови для «звільнення» туриста від транспортної залежності – єдиний парадокс, що став реальністю з появою особистих автомобілів і вдосконалення окремих параметрів транспортної системи.

Прогрес у транспорті з'явився причиною не самої появи туризму, а високих темпів його розвитку, структурної трансформації та нових якісних характеристик даного явища. Це стало можливим завдяки:

– удосконаленню якості пасажирських транспортних засобів (швидкості, безпеки, комфорту, економічності);

– істотному збільшенню провізної спроможності пасажирського транспорту;

– створенню об'єктивних умов для зменшення собівартості та ціни транспортних послуг.

У результаті відмічаються зміни у світовій транспортній системі, яка досягла винятково високого ступеня масовості та демократизації туристичного руху. Сьогодні для транспорту практично не існує перешкод для організації відвідування будь-якого куточка нашої планети. Більше того, у межах однієї доби можна перебороти будь-яку відстань на Земній кулі.

Однак взаємини між туризмом і транспортом не закінчуються тільки на переважній ролі останнього в цьому процесі. У даний час повсюдне признається значення туризму як стимулятора соціально-економічного розвитку, що виявляється й відносно транспорту. Сьогодні, наприклад, туризм є одним з головних факторів, які визначають попит на пасажирські перевезення у світі. Даний висновок ґрунтується на таких обставинах:

– протягом останніх десятиліть відзначається переважний ріст туристичних подорожей у порівнянні з поїздками, чиненими з нетуристичними цілями;

– з'явилася яскраво виражена тенденція безперервного збільшення відносної частки зупинок у подорожі в рамках його загальної тривалості;

– установилася ще одна тенденція – збільшення надходжень від туристичної подорожі, що є стимулом для роботи пасажирського транспорту.

Частка транспортних видатків у загальному бюджеті туриста на поїздку в цей час коливається від однієї чверті до двох третин [83; с. 126].

Таким чином, високі темпи росту туристичних подорожей, їх значна частка в загальному обсязі перевезень, збільшення рухливості туристів, роблять пряме діяння на розвиток транспорту. У рамках світового співтовариства конкретний результат даного впливу можна розглянути в таких ракурсах:

- Відбувається кількісний ріст окремих складових матеріальної бази всіх видів пасажирського транспорту, які пристосовуються до задоволення потреб туристів: іде будівництво судів і літаків великої потужності, двоповерхових вагонів і автобусів; збільшується пропускна спроможність санітарно-технічних споруд на транспорті; у туристичних центрах вводяться в дію нові й реконструюються діючі аеропорти і залізничні вокзали, морські і річкові пристані.

- Відбувається якісне вдосконалювання рухомого складу і стаціонарних транспортних споруд. Орієнтація на потреби туриста приводить до змін у транспортній системі, які складаються переважно в збільшенні техніко-експлуатаційної швидкості пасажирських транспортних засобів, скороченні часу подорожі, поліпшенні інтер'єру і якості обслуговування в транспортних засобах, удосконалюванні їх конструкції згідно вимогам туристів (розширенні можливостей зорового огляду, обмеженні шуму від роботи двигуна, вібрації, зручностей розміщення в салоні), забезпеченні підвищених мір безпеки руху.

- Відбувається вдосконалення організації транспортної діяльності й обслуговування. У результаті збільшення туристопотоку з'явилися нові види туризму, що вимагають впровадження нових організаційних методів, форм і коштів. Так, у багатьох країнах існують і успішно працюють самостійні транспортні організації, єдиною діяльністю яких є обслуговування туристів у подорожі; також створюються спеціальні транспортні підрозділи в структурі самих

туристичних підприємств. Яскраво вираженою тенденцією є встановлення тісних зв'язків між транспортними й туристичними організаціями для досягнення оптимальної координації їхніх зусиль в обслуговуванні туристів. Реорганізація й перепрофілювання діяльності транспортних підприємств все частіше стали відбуватися залежно від кон'юнктури туристичного ринку. Крім того, розвиток нових туристичних центрів і районів завжди приводить до здійснення організаційних змін у територіальному перерозподілі маршрутів пасажирського транспорту. Ріст туристопотоку викликав до життя застосування таких форм обслуговування, як комбіновані транспортні послуги по формулах «поїзд+автомобіль», «поїзд+автобус+судно», «літак+автомобіль», «судно+літак» тощо. Почастішало також проведення різних акцій, застосовуваних транспортними компаніями для заохочення туристів, і спеціальних заходів у рамках транспортної тарифної політики, головна мета яких складається в залученні клієнтів на той або інший вид транспорту, формування нових туристичних потоків або ефективний їхній перерозподіл по напрямках і періодам року.

Крім позитивної взаємодії, між транспортом і туризмом існують також і протиріччя. Конфлікти, як правило, пов'язані із проблемами запізнь у конкретну місцевість, концентрацією транспортних потоків і перевізних засобів по напрямках і періодам часу, непорозуміннями між працівниками транспортних засобів і туристами у оживлених туристичних центрах, дорожньо-транспортним випадкам тощо. З метою недопущення протиріч між транспортними й туристичними організаціями необхідно оптимізувати їх діяльність згідно змінам у перевагах сучасних туристів.

Основні види послуг, що надаються компаніями-перевізниками, зводяться до таких:

✓ трансфер – послуга перевезення, що являє собою доставку туристів від місця збору групи до терміналу основного перевізника (аеропорту, залізничного, морського або річкового вокзалів), і по прибутті у місце призначення – доставку туристів до засобів розміщення. Нерідко такий вид перевезень і використовуваних транспортних засобів іменуються «шаттл» (човник);

✓ перевезення туристів на далеку відстань – транспортна послуга, при якій туристи відправляються до місця призначення (у дестинацію) різними видами транспорту: повітряним, водним, залізничним, автобусним;

✓ перевезення туристів різними видами транспорту з розміщенням їх у цих же транспортних засобах (залізничних вагонах, родтелях, ротелях, на морських та річкових круїзних суднах);

✓ перевезення туристів і екскурсантів на екскурсійних маршрутах, наприклад, по місту, у тематичних парках, а також як елемент розваги;

✓ перевезення туристів місцевими видами суспільного транспорту (тролейбусами, трамваями, автобусами, маршрутками, таксі);

✓ вантажні перевезення для шоп-турів.

Стандартна міжнародна класифікація засобів транспорту, яка розроблена Всесвітньою туристичною організацією у 1994 році, складається з двох рівнів (таблиця 6.1):

– категорії (виду транспорту);

– виду транспортних перевезень різними транспортними засобами.

Так, за категоріями транспорт поділяється на повітряний, водний та сухопутний, при цьому:

– на повітряному транспорті існують: регулярні рейси національних та іноземних авіакомпаній, здійснювані за розкладом та за встановленими маршрутами; чартерні рейси національних та іноземних авіакомпаній; інші рейси на власних літаках, повітряних таксі, інших літальних апаратах;

– до водного транспорту належать морський і річковий, які працюють на пасажирських лініях, поромній переправі, круїзах. Для туризму особливий інтерес представляють саме круїзні судна, основне призначення яких полягає не у швидкості прибуття туристів у кінцевий пункт подорожі, а в отриманні позитивних емоцій від перебування на борті судна. До водних перевезень також належать пересування на яхтах, катерах, човнах тощо;

Стандартна міжнародна класифікація транспортних засобів

Категорії	Розряди
1. Повітряний транспорт	1.1. Рейси за розкладом
	1.2. Рейси поза розкладом
	1.3. Інші повітряні перевезення
2. Водний транспорт	2.1. Пасажирські лінії та пороми
	2.2. Круїзи
	2.3. Інші водні перевезення
3. Сухопутний транспорт	3.1. Залізничний транспорт: - регулярні рейси; - спеціальні туристичні потяги; - інші види залізничних перевезень
	3.2. Автобусний транспорт: - регулярні рейси; - спеціальні туристичні автобуси
	3.3. Міжміські та міські автобуси, інший суспільний транспорт (<i>автобус, трамвай і тролейбус</i>)
	3.4. Приватні автомашини місткістю до 8 осіб
	3.5. Прокат автотransпортних засобів (<i>у т.ч. послуги таксі</i>)
	3.6. Інші засоби сухопутного транспорту (<i>перевезення на транспортних засобах без двигуна або за допомогою тварин</i>)

– сухопутний транспорт поділяється на залізничний, автобусний та автомобільний (місткістю до 8 осіб). На залізничному та автобусному транспорті організуються як регулярні рейси, так і спеціальні, призначені саме для перевезення туристів. Останнім часом багато туристів користуються такими транспортними засобами, як власні автомобілі, будинки на колесах (каравани), прокатні автомобілі, мотоцикли. Велику розповсюдженість здобули різноманітні екскурсійні транспортні засоби. Крім того, у межах DESTINATION туристи пересуваються за допомогою суспільного транспорту загального призначення та інших видів транспортних засобів.

Варто зазначити, що правильна організація співпраці туристичних фірм з транспортними компаніями, дотримання ними взаємодії в питаннях здійснення безпеки пасажирів та їх майна, обслуговування, бронювання, використання відповідних знижок і пільг при продажах має важливе значення як для туристів, так і для суб'єктів туристичної діяльності.

6.2. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ НА ПОВІТРЯНОМУ ТРАНСПОРТІ

Із середини ХХ століття технічний прогрес запропонував жителям планети засоби масових повітряних перевезень. Сучасні авіалайнери, що вміщують до 300 пасажирів і володіють дальністю польоту без дозаправлення до 12 тис. км, зробили доступними самі віддалені куточки світу. Протягом доби з використанням сучасних літаків можна добратися практично в будь-який туристичний центр кожного з континентів. За даними Всесвітньої туристичної організації частка міжнародних туристичних перевезень, які здійснюються повітряним транспортом, становить 51% [108].

Повітряний транспорт здобуває все більшу популярність серед туристів через низку його *достоїнств*, до яких належать:

- висока швидкість переміщення пасажирів;
- відносна комфортабельність;
- достатня провізна спроможність тощо.

Техніко-економічні особливості повітряного транспорту такі:

- висока мобільність і автономність у польоті;
- відсутність складної транспортної інфраструктури;
- відкриття нових авіаліній не потребує відповідних будівельних робіт і не супроводжується великими капітальними витратами;
- можливість значно скорочувати шлях прямування за рахунок випрямлення траси польоту;
- організація наскрізних безпересадочних станцій;
- мала вантажність і пасажиромісткість існуючих типів авіаційної техніки;

- велика безпосадочна дальність польоту [73].

До недоліків повітряних перевезень для туристів можна віднести:

- даний вид транспорту є неконкурентоспроможним при польотах на невеликі (300-500 км) відстані, де фактор швидкості нівелюється значними витратами часу на поїздку до аеропорту;

- має високу залежність від погодних умов;
- у більшості випадків має високі тарифи.

Географія авіаперевезень визначається такими факторами:

- характером заселення та освоєння різних частин країни;
- чисельність населення районів тяжіння;
- територіальної організацією систем міського розселення;
- розміщенням крупних курортних зон та зон масового відпочинку;
- масштабами і напрямками міжнародних авіаперевезень;
- транспортною рухомістю населення різних районів країни;
- числом пунктів, охоплених мережею повітряного сполучення та відстанню між ними;
- умовами перевезення (тарифи, регулярність, комфорт, частота рейсів тощо).

Авіакомпанії надають наступні основні *види повітряних перевезень*:

➤ **Регулярні авіарейси** – виконуються за заданим маршрутом у певні дні за розкладом незалежно від кількості пасажирів, що оформили квитки на даний напрямок. На регулярний рейс придбати квитки можна навіть за рік до дати вильоту.

➤ **Чартерні** – рейси поза розкладом, здійснювані за договором чартеру (фрахтування) повітряних суден, за яким «одна сторона (фрахтівник) зобов'язується надати іншій стороні (фрахтувальникові) за плату всю або частину місткості в одному чи кількох повітряних суднах на один або кілька рейсів для перевезення пасажирів, багажу» [22]. Чартерні перевезення організуються авіакомпанією на замовлення певної турфірми для перевезення конкретної групи

туристів. Як правило, квитки на чартерні авіаперельоти є більш дорожчими, ніж на регулярні рейси, тому що вони здійснюються за разовими контрактами і мають більшу трудомісткість. Організація чартерного рейсу включає велику підготовчу роботу: навчання літного складу особливостям нового маршруту та умовам обслуговування наземними службами закордонних аеропортів, замовлення та одержання всіх дозволів на повітряний коридор над третіми країнами, оплату обслуговування в аеропорту тощо.

У світовій практиці розрізняють такі види чартерних авіаційних перевезень:

– *цільовий чартер*, який організується для перевезення певних груп пасажирів з конкретними цілями – спортсменів, вболівальників, конгресменів, учасників конференцій і симпозіумів тощо; найчастіше цей вид чартеру замовляється та частково оплачується потужними організаціями, тому що дані категорії осіб у певні проміжки часу формують сталі туристопотоки;

– *інклюзив-тур чартер*, який організується і оплачується туристичною фірмою (ціна квитку включається у вартість туру); такий вид чартеру є одним із найпопулярніших на ринку авіаперевезень;

– *блок-чартер*, особливістю якого є бронювання частини місць у сезон на рейсовому маршруті. Така організація чартеру обумовлена невеликою кількістю пасажирів для того, щоб орендувати цілий літак, тому туристична фірма зобов'язана заздалегідь викупити квоту місць на певний блок незалежно від їх наступного заповнення. Існують також різновиди блок-чартеру: жорсткий (який передбачає неможливість відмови турфірми від невикористаних місць блоку, що призводить до значних фінансових втрат) та м'який (при якому турфірма має право до визначеного моменту відмовитися від квоти замовлених місць або її частини);

– *нецільовий чартер*, який представляє собою перевезення групи пасажирів, підбраної незалежно від мети подорожі; організаторами такого роду перевезень найчастіше є транспортні компанії;

– *спліт-чартер*, який належить до найскладніших видів перевезень пасажирів, тому що здійснюється регулярними і нерегулярними рейсами на різних ділянках маршруту [73];

– *чартерний рейс із бізнес-метою* – чартерний рейс, для виконання якого вся ємність повітряного судна фрахтується однією фізичною або юридичною особою виключно для власних потреб (без права продажу ємності третій особі) з метою перевезення пасажирів та/або вантажу і не розподіляється між іншими фрахтувальниками. При цьому кількість пасажирів, які перевозяться, не може перевищувати 15 осіб, а вантаж – 2 тонни [22].

Залежно від умов використання літаку чартери поділяються на декілька різновидів:

– *разовий чартер*, при якому літак доставляє пасажирів у пункт призначення та повертається за ними після закінчення туристичної поїздки. У практиці діяльності туристичних фірми такі рейси виконуються вкрай рідко, тому що передбачають холостий пробіг, який потребує значних фінансових витрат;

– *тайм-чартер*, умовою якого є фрахт повітряного судна на певний проміжок часу. Після доставки пасажирів у пункт призначення літак залишається в аеропорту на термін перебування туристів у дестинації. Такий вид чартеру ефективний тільки у разі короткочасної зупинки туристів у пункті призначення, тому що в іншому випадку турфірмі повинна оплатити за стоянку літака, його обслуговування, утримання і проживання екіпажу, льотний час тощо;

– *чартерний ланцюг* – найбільш привабливий спосіб організації співпраці між авіаперевізником і туристичною фірмою, тому що передбачає мінімальну стоянку літака в аеропорті прибуття з метою очікування пасажирів для зворотного польоту за тим самим маршрутом. Дана схема організації роботи дозволяє встановити актуальну частоту польотів, яка дорівнює часу перебування туристів у дестинації (наприклад, тиждень), і максимально скоротити кількість холостих перегонів повітряного судна.

➤ **Оренда літальних апаратів** з екіпажем (літаки, вертольоти, дирижаблі, повітряні кулі, планери, дельта- і параплани).

Згідно з «Правилами повітряних перевезень пасажирів і багажу» авіаперевізники повинні надати пасажирам на борту повітряного судна комплекс послуг залежно від типу та облаштування літака, тривалості польоту, часу доби, протягом якої проходить політ, а також класу обслуговування, що зазначений у квитку. Обсяг послуг і порядок їх надання визначаються правилами перевізника.

Авіаперевізник має забезпечити:

- обладнання пасажирського салону повітряного судна технічними засобами та системами забезпечення безпеки пасажирів;
- підтримку відповідного температурного режиму в салоні, засобами індивідуального користування для пасажирів (індивідуальне освітлення, вентилятор, столик для харчування, система прив'язних ременів безпеки, кисневих та димозахисних масок тощо);
- підтримку належного санітарно-гігієнічного стану салону повітряного судна;
- справність та укомплектованість обладнання, інвентарю та засобів обслуговування пасажирів;
- наявність місць для пасажирів з дітьми та місць з можливістю встановлювати люльки для немовлят;
- можливість розміщення хворих на ношах та інвалідів;
- надання послуг, які створюють комфорт та відповідають тривалості польоту (подачу холодної та гарячої води в буфет-кухню та туалети; відповідність тиску в пасажирському салоні та швидкості його зміни встановленим нормам; температуру повітря в салонах не нижче ніж 18 і не вище ніж 25 градусів за Цельсієм; чистоту і порядок в пасажирському салоні; постійний контроль за виконанням пасажирами правил поведінки на борту повітряного судна) [22].

Авіаперевізник на борту повітряного судна повинен мати підготовлений персонал у достатній кількості для здійснення обслуговування пасажирів, у тому числі надання долікарської допомоги, а також для забезпечення безпеки польоту відповідно до чинних норм та правил цивільної авіації України.

На борту повітряного судна перевізник повинен забезпечити надання таких *безкоштовних послуг*:

– допомога пасажиром під час посадки або висадки до/з повітряного судна (знаходження місця, розміщення ручної поклажі тощо);

– інформаційно-довідкове обслуговування – своєчасне і достовірне інформування пасажирів щодо правил поведінки на борту повітряного судна, послуг, що надаються, умов польоту, використання аварійно-рятувального обладнання, місця розташування у салоні повітряного судна індивідуальних засобів захисту та надувних трапів, місцезнаходження основних та запасних виходів, умов покидання повітряного судна в аварійних ситуаціях;

– індивідуальне обслуговування;

– перша долікарська допомога;

– надання прохолодних напоїв (детально розглянуто у темі 5.3);

– забезпечення пасажирів м'яким інвентарем та засобами обслуговування в польоті;

– надання пасажиром періодичних видань (газети, журнали, рекламна продукція);

– трансляція музичних програм, які призначені для заповнення пауз між текстами обов'язкової інформації та створення приємного звукового фону в салонах повітряних суден; трансляція музичних програм припиняється у нічний час, за винятком використання систем індивідуального прослуховування, через 15-20 хвилин після прийому їжі (коли пасажирів відпочивають) та на прохання пасажирів (при поганому самопочутті та з інших причин) [22].

У теперішній час обслуговування пасажирів на борту повітряного судна може здійснюватись у таких класах, як: бізнес, преміум або комфорт (покращеному економічному) та економічному класі, згідно з чим встановлені спеціальні вимоги до якості послуг, що надаються пасажиром літаків, залежно від класу обслуговування.

• **Бізнес-клас.** Обслуговування пасажирів бізнес-класу здійснюється в окремому салоні, що розташовується у носовій частині повітряного судна. Салон обладнується універсальними кріслами-трансформерами, відстань між двома передніми ніжками яких має бути не менше ніж 78,71 см (31 дюйм). Салон потрібно

оснастити бортовою системою розваг або пасажирам повинен надаватись індивідуальний сенсорний телевізор.

Компоновка салону бізнес-класу залежить від типу повітряного судна, що експлуатується. Кількість місць в даному салоні залежить від компоновки конкретного повітряного судна.

• **Преміум-клас** (комфорт-клас). Це клас підвищеної комфортності, стандарти обслуговування в якому (харчування та норми перевезення багажу) мають відповідати стандартам обслуговування бізнес-класу. Розташовується салон у передній частині повітряного судна за салоном бізнес-класу, якщо такий є.

Салон преміум-класу (комфорт-класу) обладнується кріслами, передбаченими для салону економічного класу. Однак перевізник може обладнати салон преміум-класу кріслами, аналогічними кріслам бізнес-класу. Відстань між двома передніми ніжками крісел має бути не менше ніж 78,71 см (31 дюйм).

Салон преміум-класу (комфорт-класу) відділяється від салону бізнес-класу та салону економічного класу переділом (жорстким або м'яким).

Пасажирам бізнес- та преміум-класів спеціально підготовленими бортпроводниками надається однакове обслуговування, а саме:

- індивідуальний набір журналів та газет;
- ковдра, подушка (незалежно від тривалості польоту);
- окремий туалет;
- тепла волога серветка для рук перед прийомом харчування;
- посилений асортимент харчування з можливістю вибору пасажиром харчування з декількох його видів;
- алкогольні та прохолодні напої в асортименті.

• **Економ-клас**. Салон економічного класу розташовується за салоном бізнес-класу або за салоном преміум-класу (комфорт-класу) у разі його наявності. Розміщення пасажирів здійснюється в пасажирському салоні зі стандартними кріслами. Відстань між двома передніми ніжками крісел має бути не менше ніж 73,66 см (29 дюймів) [22].

Крім обов'язкового обслуговування авіаперевізник може надавати пасажиру **додаткові послуги** підвищеної комфортності у польоті, перелік яких, порядок надання та оплати встановлюються перевізником. До рекомендованих послуг на борту повітряного судна належить:

- надання пасажирам бортового харчування (розглянуто у розділі 5);
- торгівля сувенірами, промисловими та продовольчими товарами, книжками, журналами;
- демонстрація кіно-, відео- або діафільмів;
- замовлення готелю;
- замовлення таксі;
- бронювання квитків;
- надання телефонного зв'язку з наземним абонентом;
- надання настільних ігор.

Усі види рекомендованих (додаткових) послуг повинні надаватися без шкоди для безпеки польотів та виконання обов'язкових послуг.

Згідно з українським законодавством, пасажир має право на провезення свого **багажу без додаткової оплати** в межах норм, встановлених перевізником залежно від типу літака, класу обслуговування та зони польоту, які не можуть бути менше ніж:

- за поштучною концепцією – 1 місце багажу вагою не більше ніж 23 кг (50 фунтів) з розмірами місця (сума довжини, ширини, висоти) 158 см (62 дюйми);
- за ваговою концепцією – 15 кг з розмірами кожного місця за сумою трьох вимірів не більше ніж 158 см.

Дитина віком до 2 років має право перевезти безкоштовно одне місце багажу вагою до 10 кг (22 фунти), розмір якого за сумою трьох вимірів не перевищує 115 см (45 дюймів) за поштучною та ваговою концепцією. Для дітей старшого віку діють ті самі правила, що й для дорослих.

Пасажир має право перевезти безоплатно понад норми безкоштовного провезення багажу предмети, які він тримає при собі і не поклав до багажу, зокрема дамська і чоловіча сумки, папка для паперу, пальто або плащ, жакет, парасолька або палиця, друковані видання для читання під час польоту, харчування для дитини, що необхідне під час польоту, дитяча дорожня люлька (за наявності малюка віком до 1 року), прогулянковий дитячий візок, складена інвалідна коляска та/або милиці. Загальна вага предметів, за винятком інвалідної коляски, не повинна перевищувати 5 кг.

Перевізник має право розширити перелік та загальну вагу предметів, які перевозяться безоплатно понад норми безкоштовного провезення багажу.

Норми безкоштовного провезення багажу не поширюються на:

- речі пасажирів незалежно від їх найменування, габарити яких не відповідають розмірам, наведеним вище;
- речі пасажира, які не покладені у валізи, сумки, короби, незалежно від їх найменування та призначення вагою одного місця понад 23 кг;
- телевізори, магнітофони, радіоприймачі вагою одного місця понад 10 кг;
- квіти, саджанці рослин, харчову зелень, сушені рослини, гілля дерев та кущів загальною вагою понад 5 кг;
- кореспонденцію, яка супроводжується фельд'єгерями;
- тварин (свійських або диких), птахів, бджіл та іншу живність, за винятком собаки-поводиря, який супроводжує сліпого [22].

Авіаперевізник має право розширити перелік речей, на які не поширюються норми безкоштовного провезення багажу.

6.3. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ ВОДНИМИ ВИДАМИ ТРАНСПОРТУ

На водний транспорт поки приходиться невелика частка туристичних перевезень – ледве більше 6% [108], до яких належать як поромні перевезення, так і круїзні, а також пересування на власних або орендованих яхтах та інших плавзасобах.

Проте, експерти Всесвітньої туристичної організації відносять круїзні подорожі до числа п'яти найперспективніших напрямків туризму XXI століття. Морські та річкові круїзи стають усе більше популярними. За оцінками фахівців, у 2011 році більше 59 млн. туристів зробили подорожі по воді, з них 15 млн. осіб – на круїзних суднах [108].

Найбільшою популярністю водні подорожі користуються серед туристів із США, Великої Британії та Німеччини. Самими затребуваними районами морських круїзів є Карибський басейн, Середземномор'я, західне узбережжя США, Північна Європа та Азія. З метою задоволення зростаючого туристичного попиту круїзні компанії стали приділяти більше уваги освоєнню нових морських районів Японії, Австралії та Нової Зеландії.

У цей час на світовому круїзному ринку працюють понад 160 великих і безліч малих пасажирських суден. Світовий сектор круїзного туризму інтенсивно розвивається, планується будівництво нових круїзних лайнерів водотоннажністю біля 250 тисяч тонн кожний та з одноразовою місткістю понад 6 тисяч пасажирів. Змінюється й архітектурний вигляд і конструкція суден, при цьому переважає тенденція до будівництва усе більших лайнерів, що нагадують розташуванням приміщень і обслуговуванням великі готелі на березі.

Передбачається також будівництво прозорих туристичних підводних човнів, що надають широкий огляд об'єктів підводного світу.

Кількість спеціалізованих круїзних компаній невелика – усього лише кілька десятків, що експлуатують від 1-2 до 15-20 пасажирських суден. Крім того, спостерігається концентрація круїзного флоту в

руках нечисленної групи найбільш сильних у фінансовому відношенні компаній [39].

Водні туристичні подорожі мають низку властивих їм **достоїнств**:

- найбільш високий рівень комфорту у порівнянні з іншими видами транспорту;
- значний об'єм одноразового завантаження (до 1000 осіб і більше);
- реалізація різних видів і цілей туризму (пізнавальний, бізнес-туризм, навчальний туризм, шоп-туризм, паломництво тощо);
- можливість повноцінного відпочинку;
- повний комплекс життєзабезпечення.

Техніко-економічні особливості водних видів транспорту такі:

- має широкі міжнародні міжконтинентальні зв'язки (наприклад, морські судна відвідують понад 120 країн світу);
- лінійна пропускна спроможність практично не обмежена, що дозволяє проектувати та будувати транспортні засоби великої вантажності та пасажировмісності;
- обмеженням пропускної спроможності є порти, канали та інші штучні споруди;
- значні капіталовкладення у портове господарство та транспортний флот;
- невелики питомі витрати палива й енергії у розрахунку на одиницю перевезення, що пояснюється значно меншим опором руху на водному транспорті у порівнянні із сухопутними видами транспорту;
- перевезення морським транспортом у міжнародному сполученні виконуються в основному на дальні та наддальні відстані, тому їх собівартість більш низька [73].

Недоліками водних подорожей є:

- невисока швидкість руху транспортних засобів;
- обмежена мобільність;
- синдром «замкнутого простору» у деяких пасажирів;
- схильність частини людей до «морської хвороби»;

– яскраво виражена сезонність (умовно можна вважати період «травень - вересень» сезонним періодом, а «жовтень - квітень» - несезонним);

– залежність від географічних властивостей місцевості (течії, вітри, тривалість навігаційного періоду);

– у ряді випадків високі тарифи.

Основні *види водних подорожей*, які пропонуються водним транспортом:

➤ *Морські круїзи* (круїзом називається туристична поїздка на водному або залізничному транспорті, де безпосередньо на транспортному засобі забезпечується перевезення, нічліг, харчування, а також програма обслуговування за межами транспортного засобу під час тривалих стоянок). Фахівці вважають, що основним видом круїзів є круїз тривалістю в один тиждень, який обирають понад 40% клієнтів. Круїзні подорожі представлені різноманітними формами, найбільш розповсюдженим з яких є такі:

– туристичний маршрут уздовж побережжя з короткочасними екскурсіями у портах;

– комбінування круїзу з терміновою подорожжю всередину дестинації з використанням інших транспортних засобів;

– поєднання круїзу з частковим перебуванням на березі (подорож на круїзному судні з наступним відпочинком на березі).

У цілому для організації круїзних поїздок найпоширенішою (біля 60%) визнана класична *європейська система*, яка передбачає морську подорож із заходом в різні порти з екскурсійною програмою. Однак все більшу популярність здобуває й *американська система*, головною метою якої є надання можливості круїзним пасажиром відпочивати і засмагати на пляжах у пунктах заходу по маршруту. За вартістю круїзи звичайно поділяються на економічні, класичні, преміум-круїзи, круїзи-люкс та ексклюзивні круїзи-люкс [73].

➤ *Річкові подорожі*, які є більш інформативними, ніж морські, завдяки наявності берегового обзору, а також значної кількості стоянок. Річкові подорожі включають такі:

– перевезення регулярними рейсами;

– перевезення чартерними рейсами;

- перевезення швидкісними та експресними лініями;
- прогулянкові та екскурсійні рейси;
- короткострокові (1-3 дні) та тривалі (25-30 днів) круїзи;
- використання плавзасобів у формі «плавучих готелів» [41].

➤ **Подорожі на поромах** (морських та річкових), які особливо популярні серед туристів з особистим автомобілем, що також перевозиться на поромі;

➤ **Подорожі на суднах малої місткості** – катамаранах, яхтах, катерах, човнах, плотах тощо.

При обслуговуванні туристів на водному транспорті, особливо на морських та річкових круїзах, основний натиск робиться на можливість одержання всіх доступних розваг і сервісних послуг. Швидкість прибуття в пункт призначення стає другорядним показником.

Судноплавні компанії практикують різноманітні види круїзів, найпопулярнішими з яких є класичні. Характерні риси – велика кількість заходів у порти, багата екскурсійна і розважальна програма. Серед інших видів круїзів (за основною метою) виділяються такі: конгресові, оздоровчі, лікувальні, освітні, комбіновані, міні-круїзи.

На теплоходах, крім транспортної послуги, може бути представлений наступний спектр **послуг**:

- розміщення у комфортабельних каютах;
- обслуговування харчуванням у численних ресторанах, барах, нічних клубах;
- організація розваг – дискотеки, вечори відпочинку у танцювальних залах, концертні і театральні вистави, різноманітні конкурси;
- послуги спортивно-оздоровчого характеру в тренажерних залах, басейнах, саунах;
- послуги із проведення ділових нарад, конференцій, симпозіумів;
- торговельно-побутові послуги, що стосуються роботи салонів краси, магазинів;
- організація культурного дозвілля як на самому судні, так і в портах заходу (екскурсії);
- послуги з організації дитячого дозвілля тощо.

Фахівцями підраховано, що «морський» пакет послуг, який надається у ході круїзу на цих судах, обходиться мандрівникові на 30% дешевше, ніж його аналог при наземній подорожі.

6.4. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ

Винахід паровоза та будівництво у ХІХ столітті мережі залізниць дало людству можливість щодо швидкого і порівняно дешевого (за рахунок масовості) способу пересування. У теперішній час розвинуті держави (Японія, Франція, Італія, Німеччина тощо) використовують високошвидкісні залізниці, які на окремих напрямках успішно конкурують навіть із авіацією. Крейсерська швидкість пасажирських поїздів може розвиватися до 360 км/год. За оцінками фахівців, поїздки по високошвидкісних магістралях на відстань до 1000 км рентабельніше авіаційних.

Якщо ще 100 років тому туристичні подорожі здійснювались в основному за допомогою залізничних перевезень, то зараз, за даними Всесвітньої туристичної організації, частка залізничного транспорту в міжнародних туристичних перевезеннях невисока, становить лише близько 2% [108].

У порівнянні з іншими видами пасажирського транспорту залізниці володіють низкою *переваг*, серед яких найбільш значущими є такі:

- регулярність перевезень незалежно від пори року, часу доби та погоди;
- невисока вартість перевезення у порівнянні з вартістю поїздки іншими видами транспорту;
- можливість користування спальними місцями при переміщенні;
- розташування залізничних вокзалів у центрах міст або близько від них.

Техніко-економічні особливості водних видів транспорту такі:

- можливість будівництва на будь-якій сухопутній території;
- можливість здійснення залізничного зв'язку з будь-якими відокремленими, навіть острівними територіями, завдяки будівництву залізничного полотна у сполученні з мостами, тунелями і поромами;

- масовість перевезень і висока провізна спроможність;
- більш короткий, у порівнянні з водним транспортом, шлях перевезення пасажирів (коротше приблизно на 15-20%);
- невисока собівартість перевезень у порівнянні з іншими видами транспорту [73].

До *недоліків* залізничного транспорту, які значно стримують темпи його розвитку, належать:

- висока капіталомісткість спорудження залізниць,
- відносно повільна їх окупність,
- досить низький рівень якості транспортних послуг, які надаються клієнтам;
- крім того, при міжнародних перевезеннях істотним недоліком є різна ширина колії. У країнах колишнього СРСР вона дорівнює 1524 мм, у той час як у більшості країн Європи – 1435 мм. Така непогодженість вимагає перестановки вагонів на інші колісні візки, що пов'язано зі збільшенням тривалості перебування в дорозі.

Залізничний транспорт має найбільше значення для подорожей між великими туристичними центрами, а також у прикордонних туристичних перевезеннях.

За рубежом багато компаній, які володіють залізничними лініями, докладають великих зусиль для збереження та збільшення туристичного пасажиропотоку: прокладають високошвидкісні магістралі, поліпшують комфортність обслуговування у вагонах до готельного рівня, організують спеціальні тематичні туристичні потяги тощо.

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

Основними видами *перевезень на залізничному транспорті* є такі:

- далекі (курсують на відстані понад 700 км);
- місцеві (від 150 до 700 км);

- приміські (до 150 км).

За міжнародними та українськими правилами послуги спальних вагонів відносяться до послуг колективних засобів розміщення, а послуги вагонів-ресторанів – до послуг закладів харчування.

Якість обслуговування на залізничному транспорті залежить від *класу розміщення* (тобто у спільному вагоні, плацкартному, жорсткому, м'якому чи у спальному вагоні прямого сполучення) і *виду поїзда* (поштовий, пасажирський, швидкий чи фірмовий).

Згідно з українським законодавством, **комплекс послуг**, надаваних пасажирам, що подорожують залізницею, включає такі:

- перевезення залізницею на певну відстань;
- надання спального (або сидячого) місця у вагонах різного класу;
- крім того, для створення більш зручних умов проїзду залізницями України у складі окремих поїздів передбачено «чоловічі» та «жіночі» купе;
- надання у користування комплекту постільної білизни та інших речей;
- обслуговування у вагоні-ресторані (за його наявності);
- реалізація чаю, кави, соків та інших напоїв;
- реалізація штучних товарів у тарі та упаковці;
- реалізація друкованої продукції;
- користування холодильником, СВЧ-піччю;
- трансляція аудіо-, відеопрограм;
- оформлення начальником поїзда послуги перевезення по території України «експрес-передач»;
- страхування пасажирів від нещасних випадків по шляху проходження.

Чартерні перевезення (так звані «туристичні потяги») в Україні практично не проводяться, що обумовлено такими причинами:

- моральна та фізична зношеність більшої частини рухомого складу, яка у даний час підлягає списанню;
- низький рівень комфортності вагонів;

- низька якість надаваних послуг;
- неможливість користування санітарно-технічними зручностями при тривалих подорожах;
- підвищення тарифів.

Однак останнім часом стали активізуватися роботи з виробництва вітчизняних локомотивів і вагонів нового покоління. Передбачається конструювання вагонів, обладнаних спеціалізованими системами управління та діагностики, екологічно чистими сантехнічними комплексами, герметизованими міжвагонними системами, а також системами пожежно-охоронної сигналізації та клімат-контролю тощо.

Варто відмітити, що зараз «Укрзалізниця» пропонує новий вид послуг – оренду спеціалізованих вагонів-салонів, які включаються до складу поїздів на замовлення фізичних та юридичних осіб. У даний час залізниці України мають 11 вагонів-салонів, які замовлялись вже понад 50 разів. На практиці основними напрямками, за якими використовуються вагони-салони, є Сімферополь, Київ, Москва та Львів. Однак клієнт може обрати будь-який маршрут прямування вагону-салону в межах графіка руху поїздів, у тому числі в країни СНД та Балтії.

Організація подорожей *вагонами-салонами* включає:

- *оренда вагону-салону*: слід завчасно (не пізніше ніж за 5 діб до відправлення поїзда) подати письмову заявку із зазначенням таких відомостей, як дата та час відправлення поїзда, станції відправлення та призначення; форма заявки довільна, оформити її можна у відділі служби пасажирського господарства вокзалів;

- *вартість послуг* включає користування безпосередньо вагоном-салонем та оплату вартості проїзду на одинадцять СВ-місцях у вагоні згідно з Правилами перевезень; тариф на перевезення пасажирів у вагоні-салоні є диференційованим, тобто залежить від календарного періоду року та дня тижня;

– *область застосування*: вагони-салони зручно використовувати для проведення корпоративних заходів, презентацій, рекламних акцій, гастролей, бенкетів і просто подорожей з високим рівнем комфорту; у VIP-вагонах створено умови, щоб відсвяткувати важливу подію, провести ділову зустріч чи просто відпочити;

– *умови обслуговування*: вагон-салон, що розрахований на 11 місць, є справжнім готелем на колесах з кухнею, великою залогою та просторим спальним купе. Кухня обладнана холодильником, мікрохвильовою піччю та електроплитою. У залі є м'який куточок, комп'ютер, аудіо- та відеотехніка. У спальному купе розташовані ліжко, письмовий стіл, шафа, кондиціонер, ванна кімната. Передбачено також спеціальне купе для охорони та провідників.

Крім вагонів-салонів, Укрзалізниця останнім часом пропонує курсування вагонів-автомобілевозів у поїздах сполученням «Київ-Донецьк», «Київ-Ужгород», «Київ-Сімферополь», «Київ-Дніпропетровськ», «Київ-Харків», «Харків-Сімферополь».

Варто зазначити, що крім залізничних шляхів далекого прямування у практиці туристичного бізнесу використовуються й так звані «малі залізниці». На європейському континенті вони одержали велике поширення в Альпах, Східних Піренеях, уздовж берега Рони. В Індії знаходяться 5 залізниць для огляду гірської місцевості. Унікальна, єдина у своєму роді мала залізниця розташована в Росії – «Круглобайкальська», що формально не є круговою, тому що обгинає лише південний край озера Байкал. Вона вважається самим складним технічним спорудженням у світі серед аналогічних доріг – проходить крізь 38 тунелів та 15 кам'яних галерей по 248 мостах і віадукках. Маршрут подорожі по ній розрахований на 2 доби, починається і закінчується в Іркутську.

В екскурсійній практиці перевезення відвідувачів здійснюються на міському залізничному транспорті – метро та трамваях. Також у туристичних цілях використовують прогулянкові (у тому числі дитячі) залізниці, фунікулери, вузькоколійки у печерах, навісні та підвісні монорейкові дороги тощо.

6.5. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ НА АВТОТРАНСПОРТІ

Автотранспорт надає як послуги подорожі на автобусах, так і на автомобілях. У цей час частка подорожуючих автотранспортом становить 41% всіх міжнародних туристів у світі (тобто як на автобусах, та й на автомобілях) [108]. Міжнародний автобусний туризм – порівняно молодий вид. Він почав розвиватися тільки з 1970-х років. У 1986 році в Європі було створене об'єднання автобусних перевізників, куди ввійшли 33 європейських партнера.

До *переваг* автотранспорту належать:

- мобільність пересування;
- порівняно невеликі тарифи;
- можливість зупинок по шляху проходження;
- широкий огляд місцевості, що проїжджається тощо.

Техніко-економічні особливості автотранспорту такі:

- висока маневреність і рухомість, що дозволяє швидко зосередити транспортні засоби у необхідній кількості та у потрібному місці;
- спроможність забезпечити доставку «від дверей до дверей» без додаткових пересадок на шляху прямування;
- великі трудомісткість, метало- та енергоємність;
- високий рівень забруднення навколишнього середовища продуктами згорання палива.

Недоліками цього виду транспорту для туристів є:

- невелика місткість;
- низька експлуатаційна швидкість;
- невисокий рівень комфортного життєзабезпечення при тривалих подорожах тощо.

Основні *види автопослуг*, які можуть бути використані у туристичному обслуговуванні, включають такі напрямки:

➤ *Організація автобусних подорожей*, де можна виділити маршрутні поїздки та комбінований автобусний туризм:

- *маршрутні поїздки*, як традиційний вид міжнародного автобусного туризму, сутність яких полягає у формуванні програми

обслуговування з урахуванням максимального використання автобусів протягом всієї поїздки;

– *комбіновані поїздки*, які включають маршрутний туризм і відпочинок, сутність яких полягає у перевезенні туристів автобусом у DESTИНАЦІЮ з подальшим поверненням їх додому через певний проміжок часу.

➤ **Організація подорожей на власному автотранспорті туристів.** За рубезжем велику популярність здобув караванінг-туризм з використанням спеціально обладнаного під комфортабельне житло автопричепа (трейлера) для легкового автомобіля. Причіп має спальні місця, салон, кухню, санвузол тощо. Подібне обладнання дозволяє великій кількості людей відвідати різноманітні місця з нерозвиненою інфраструктурою туризму. Така форма організації подорожі звільняє туриста від необхідності пошуку житла, харчування, транспортного обслуговування тощо, тобто турист самостійно формує собі тур за власною програмою. У місцях масового відпочинку (на курортах, у парках) для таких туристів створюються спеціальні стоянки – кемпінги, де туристам надається широкий вибір послуг: автосервіс, заправлення паливом, харчування, торгівля тощо. Багато туристичних фірм спеціалізуються на оренді автопричепів. Одночасно із прокатом трейлера туристові вручається Міжнародний ваучер на харчування, екскурсії, спортивні ігри тощо.

➤ **Прокат автомобілів.** Оренда автомобілів розповсюджена у більшості країн світу. Туристам пропонується широкий вибір автомобілів різного класу. Особливо успішно цей вид послуг застосовується у місцях колективного володіння відпочинком (таймшері) та спортивного відпочинку. З 1996 року на перше місце серед компаній по прокату автомобілів вийшла компанія «Hertz», успіх якої пояснюється наявністю пунктів прокату в усіх потужних аеропортах, а також запровадженням клубної системи відпочинку «Hertz-club».

➤ **Трансфер**, який є способом пересування туристів між терміналом основного перевізника та засобом розміщення тощо.

Згідно Закону України «Про автомобільний транспорт», автопослуги пасажиром мають право надавати такі види транспортних засобів:

– автомобіль легковий – транспортний засіб, який за своєю конструкцією та обладнанням призначений для перевезення пасажирів з кількістю місць для сидіння не більше ніж 9 з місцем водія включно;

– автобус – транспортний засіб, який за своєю конструкцією та обладнанням призначений для перевезення пасажирів з кількістю місць для сидіння більше ніж 9 з місцем водія включно [2].

Автобусним маршрутом називається шлях проходження автобуса між початковим та кінцевим пунктами з визначеними місцями на дорозі для посадки (висадки) пасажирів. Розрізняють такі види автобусних маршрутів:

– міський – автобусний маршрут, який не виходить за межі території населеного пункту;

– приміський – автобусний маршрут, який з'єднує населені пункти і протяжність якого не перевищує 50 км;

– міжміський – автобусний маршрут, який з'єднує населені пункти і протяжність якого перевищує 50 км;

– міжнародний – автобусний маршрут, який перетинає державний кордон України;

– автобусний маршрут загального користування, на якому здійснюють регулярні пасажирські перевезення;

– автобусний маршрут спеціальних перевезень, на якому здійснюють регулярні спеціальні пасажирські перевезення;

– автобусний маршрут нерегулярних перевезень, на якому здійснюють нерегулярні пасажирські перевезення [2].

Згідно з «Порядком визначення класу комфортності автобусів, сфери їхнього використання за видами сполучень та режимами руху», в Україні усі автобуси поділяються за максимальною масою на дві категорії:

– категорія М 2 – автобуси, які призначені для перевезення пасажирів і мають більше ніж 8 місць, не враховуючи місця водія, і максимальну масу не більше ніж 5 тонн;

– категорія М 3 – автобуси, які призначені для перевезення пасажирів і мають більше ніж 8 місць, не враховуючи місця водія, і максимальну масу, що перевищує 5 тонн [18].

Автобуси місткістю не більше 22 пасажирів поділяються на два класи:

- клас А – автобуси, призначені для перевезення сидячих пасажирів та мають місця для стоячих пасажирів;
- клас В – автобуси, призначені для перевезення виключно сидячих пасажирів [18].

Автобуси місткістю понад 22 пасажирів, крім водія, поділяються на три класи:

- клас І – автобуси, призначені для перевезення сидячих і стоячих пасажирів, конструкція яких дає змогу пасажирам безперешкодно переміщуватись по салону;
- клас ІІ – автобуси, призначені для перевезення головним чином сидячих пасажирів, а також стоячих пасажирів у проході проміж рядами та (або) на площадці для стоячих пасажирів, розмір якої не перевищує 1,5 м²;
- клас ІІІ – автобуси, призначені для перевезення виключно сидячих пасажирів [18].

Відповідно до такої класифікації, враховуючи особливості конструкції автобусів щодо безпечності та комфортності перевезення пасажирів та багажу і забезпечення належних умов поїздки, визначено сферу використання автобусів за видами сполучення та протяжністю маршрутів:

- на міських та приміських маршрутах використовуються автобуси категорій М 2 та М 3 класів А і В, а також категорії М 3 класів І, ІІ і ІІІ;
- на міжміських маршрутах протяжністю до 150 км використовуються автобуси категорій М 2 класів А і В, а також категорії М 3 класів ІІ і ІІІ;
- на міжміських протяжністю понад 150 км та міжнародних маршрутах – автобуси категорій М 3 класів В та ІІ і ІІІ.

Крім того, в «Порядку визначення класу комфортності автобусів, сфери їхнього використання за видами сполучень та режимами руху» конкретизовано вимоги до комфортності автобусів за класами, які позначаються символом «*» (зірка). Кількість зірок збільшується відповідно до підвищення класу комфортності автобусів. Автобуси класифікують за чотирма класами. Вищий клас позначають - ****, нижчий - * (таблиця 6.2).

Таблиця 6.2

Вимоги до комфортності автобусів в Україні

	Клас комфортності автобуса	*	**	***	****
1. Конструкція та розташування сидінь					
1.1	Відстань між передньою стороною спинки сидіння і задньою стороною спинки сидіння, розташованого попереду, не менше, см	68	72	77	83
1.2	Відстань між передньою поверхнею спинок сидінь, що розташовані одне напроти одного, не менше, см	130	138	148	160
1.3	Мінімальна висота сидіння, не менше, см	102	115	118	118
1.4	Діапазон регулювання нахилу спинки всіх сидінь	-	-	10°	35°
1.5	Кількість підлокітників на одне сидіння	1	1	2	2
1.6	Підлокітники, що піднімаються з боку проходу	-	-	+	+
1.7	Підставка для ніг, що регулюється (для сидінь, що розташовані в одному напрямку)	-	-	-	+
1.8	Сидіння, що відсовуються у бік проходу (або мінімальна ширина сидінь – 50 см)	-	-	-	+
1.9	Оббивка з тканини (сидіння та спинка)	-	+	+	+
1.10	Роздільне кріплення сидінь	-	-	+	+
1.11	Предметний столик	-	-	+	+
2. Клімат-контроль (що працює при роботі двигуна)					
2.1	Обдув з можливістю індивідуального регулювання	-	-	+	+
2.2	Кондиціонування повітря в салоні	-	-	-	+
3. Обігрів (що працює при роботі двигуна)					
3.1	Незалежно від двигуна	+	+	+	+
3.2	З автоматичним регулюванням температури	-	-	+	+
4. Вікна					
4.1	Тонування скла	-	-	-	+
4.2	Протисонячне обладнання (штори або занавіски)	+	+	+	+
5. Індивідуальне освітлення					
		-	-	+	+
6. Мікрофон та гучномовець					
6.1	Гучномовець на чотири сидіння	-	-	-	+
6.2	Гучномовець на вісім сидінь	-	+	+	-
6.3	Один гучномовець у салоні	+	-	-	-
7. Вантажне відділення					
7.1	Для ручної поклажі в салоні	+	+	+	+
7.2	Мінімальна місткість багажного відділення, не менше, куб. дм на пасажера	-	75	120	150
7.3	Наявність захисної оббивки багажного відсіку	-	-	+	+
8. Санітарне обладнання					
8.1	Туалети з водяним чи хімічним очищенням	-	-	+	+
8.2	Умивальники	-	-	+	+
9	Холодильник, мінімальний об'єм на одного пасажера, не менше, куб. см	-	-	0,5	0,5
10	Кафе-бар	-	-	+	+
11	Телевізор у салоні	-	-	+	+
12. Підвіска					
12.1	Класична (механічна)	+	+		
12.2	Пневматична або пневмомеханічна			+	+

Примітки: «+» - наявність, «-» - відсутність

Таким чином, у автобусів вищого класу, наприклад, відстань між передньою стороною спинки сидіння і задньою стороною спинки сидіння, розташованого попереду, повинна бути не менше 83 см. Також автобуси вищої категорії мають підставку для ніг, що регулюється, роздільні сидіння, предметний столик, туалет з водяним чи хімічним очищенням, холодильник, телевізор тощо. Згідно із усіма зазначеними нормами відбувається процедура класифікації транспортних засобів, по завершенню якої здійснюються видача свідоцтв відповідності автобуса параметрам комфортності. Класифікація автобусів за комфортністю є добровільною процедурою для виробників автобусів та автомобільних перевізників, які використовують автобуси для перевезення пасажирів на маршрутах загального користування, а вимоги щодо сфери використання автобусів за видами сполучень та режимами руху є обов'язковими при організації пасажирських перевезень на автобусних маршрутах загального користування.

Автобусні поїздки дають туристам можливість безпосередньо з місця розглядати визначні пам'ятки, мимо яких вони рухаються. Наявність сучасних швидкісних магістралей дозволяє швидко проїжджати відрізки маршруту, що не представляють особливого інтересу для туристів, і навпаки, при необхідності їхати повільно або із частими зупинками для огляду та відпочинку.

Сучасний автобусний туризм характеризується не тільки кількісним ростом, але й постійною якісною зміною, що виражається у великій розмаїтості варіантів використання автобусів у міжнародному туризмі.

У туристичній практиці знаходять застосування й транспортні засоби, що приводяться *до руху людьми або тваринами*, як, наприклад, рикші, велорикші, вози, запряжені конями, верблюдами, биками тощо, а також коні й верблюди для верхової їзди. Як правило, ці «транспортні засоби» застосовуються при пересуванні туристів на певних проміжках маршруту.

На закінчення необхідно відзначити, що транспортні компанії активно впроваджуються в туристичний бізнес, пропонуючи широкий комплекс послуг, пов'язаних не тільки з транспортуванням з

одного місця в інше, але й послуг розміщення, харчування, екскурсійного обслуговування, різноманітних розваг.

Судноплавні компанії разом із туроператорами беруть участь в організації круїзів та екскурсій, залізничні – у здійсненні туристичних поїздок за пільговими тарифами, а автобусні компанії – у створенні автобусних екскурсій та подорожей. Автомобільні компанії проникають у сферу туризму, надаючи головним чином послуги прокату автомобілів у країні перебування. Авіаційні перевізники безпосередньо співпрацюють з туроператорськими компаніями, інвестують кошти у готельний бізнес.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що всі сегменти індустрії туризму, які надають туристичні послуги, органічно взаємозалежні один від одного:

- засоби розміщення, крім розміщення, надають послуги харчування, перевезення, розваги, проведення екскурсій тощо;
- заклади харчування, крім харчування, організують дозвілля туристів, доставку їх у засоби розміщення;
- транспортні компанії, крім перевезення, пропонують послуги розміщення (купе вагонів, каюти суден, місця в ротелях), харчування, розваги, екскурсійне обслуговування тощо;
- туристичні фірми, які є організаторами туристичних подорожей, зв'язують всіх контрагентів воєдино.

Все це доводить, що коли йдеться про туристичне обслуговування, то мається на увазі комплекс туристичних послуг, який у масштабах галузі перетворюється на сферу туристичних послуг.

ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗА РОЗДІЛОМ 6

1. У чому полягає взаємозв'язок між розвитком транспорту і туризму?
2. Якими нормативно-правовими актами регулюється надання послуг перевезення в Україні?

3. За якими ознаками потрібно класифікувати транспортні засоби згідно з рекомендаціями Всесвітньої туристичної організації?
4. Які достоїнства та недоліки має повітряний транспорт?
5. Перелічіть основні види повітряних перевезень.
6. Які основні послуги пропонуються туристам у літаках згідно з «Правилами повітряних перевезень пасажирів і багажу»?
7. Які види класів існують на авіатранспорті?
8. Охарактеризуйте основні види чартерних перевезень повітряним транспортом.
9. Які основні достоїнства та недоліки існують у водних видів транспорту?
10. Перелічіть основні види водних перевезень.
11. Які основні послуги можуть одержати туристи на морських та річкових круїзних суднах?
12. Які переваги та недоліки є у залізничного транспорту?
13. Назвіть основні види перевезень на залізничному транспорті.
14. Які послуги надаються туристам, що подорожують залізницею?
15. Опишіть умови організації подорожей за допомогою вагонів-салонів та вагонів-автомобілевозів.
16. Які достоїнства та недоліки є властивими для автотранспорту?
17. Перелічіть основні види автотранспортних перевезень туристів.
18. Обґрунтуйте не розповсюдженість чартерних залізничних пасажирських перевезень в Україні.
19. Які послуги надаються туристам під час автотранспортних подорожей?
20. Опишіть достоїнства та недоліки автотранспортних подорожей.
21. Охарактеризуйте можливості різних класів автобусів щодо перевезення пасажирів згідно із Законом України «Про автомобільний транспорт» та «Порядком визначення класів комфортності автобусів, сфер їхнього використання за видами сполучень та режимами руху».

7.1. СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ВИДИ АТРАКЦІЙ

Атракція – це система розваг і заходів, яка спрямована на те, щоб сформувати позитивне враження у туриста від проведеного тура.

Атракція є найважливішим елементом повноцінного відпочинку; тим, заради чого людина залишає свій дім і відправляється у туристичну поїздку. Система розваг відіграє вирішальну роль в успішності проведення тура. Люди вирушають у подорож за новими незабутніми враженнями, позитивними емоціями і гострими відчуттями.

Після повернення з туристичної поїздки туристи насамперед будуть згадувати не про умови перевезення і розміщення та не про сніданки з вечереми, тому що транспортні перевезення, розміщення та харчування – це тільки передумови для відпочинку. Навпаки, споживання атракцій і є сам відпочинок.

Туристи, як правило, згадують приємні враження, отримані під час розваг. Вони із задоволенням будуть ділитися відчуттями, пережитими під час якої-небудь забави, розповідати про морські занурення або сходження на гірські вершини, про відвідування знаменитого музею або огляду стародавніх пам'яток архітектури, або просто про приємні дні, проведені на морському пляжі. Тому атракції – це той компонент, що перетворює звичайне проведення вільного від роботи часу в повноцінний відпочинок.

Звичайно, неможливо скласти універсальний перелік розваг, що буде ідеальним для кожного туриста. Їх оптимальний підбір може бути визначений тільки з урахуванням таких факторів, як національність туриста, його традиції та звичаї, спосіб життя тощо.

Способи та методи розваги не мають межі по вигадці їх організаторів. Чітко формується перелік з 110 найбільш популярних

видів розваг, але фантазія влаштовувачів і технічний прогрес пропонують все нові й нові.

Основними **видами атракцій** у сфері туризму є наступні:

➤ екскурсії (відвідування протягом екскурсії об'єктів туристичного інтересу: музеїв, картинних галерей, історичних пам'яток, релігійних святинь, спостереження природних явищ або гарних ландшафтів);

➤ різноманітні культурно-масові заходи, наприклад: спектаклі у театрах, концерти у філармонії, фільми у кінотеатрах;

➤ спортивні змагання – Олімпійські ігри, чемпіонати світу та континентів по різних видах спорту, автогонки «Формула-1», морські регати;

➤ фестивалі мистецтв, карнавали, маскаради, конкурси, різноманітні шоу;

➤ виставки, ярмарки, тематичні салони;

➤ особиста участь у розважальних програмах, які організуються аніматорами;

➤ тематичні парки різних видів;

➤ задоволення особливих інтересів – шопінг, казино, боулінг, більярд, скачки тощо.

Перелічити всі види атракцій неможливо. Крім того, потрібно враховувати, що атракції не можуть приваблювати всіх туристів однаково. Наприклад, одна людина може вважати атракцією те, що іншу зовсім не цікавить. Потрібно пам'ятати лише про одне – без атракцій повноцінний відпочинок неможливий, а значить і туризм теж.

Для того, щоб задовольнити потреби туристів у розвагах, потрібно грамотно спланувати та розподілити наявні атракції. Не можна ними перевантажувати туриста, тому що втомлена людина буде думати тільки про відпочинок і чисто фізично не зможе одержати позитивні емоції від пропонованої атракції. Необхідно враховувати моральний і фізичний стан туриста та давати йому досить часу на відпочинок. І тільки після цього пропонувати інші розважальні заходи. Не можна проводити по декілька екскурсій у

день, особливо після тривалої поїздки. Користі від цього буде мало, а от шанси викликати роздратування стомленого екскурсанта будуть дуже великі.

Важливо залишати туристові право вибору. Нав'язування певних розваг може негативно впливати на настрій мандрівника. А як відомо, гарні речі забуваються швидко, а погані, навіть якщо це дрібниці, залишаються у пам'яті надовго. Якщо залишити право вибору за туристом, то в більшості випадків він погодиться взяти участь у пропонованій атракції, і, що саме головне, – швидше за все одержить від неї позитивні емоції.

Таким чином, можна зробити висновок, що планування та проведення атракцій – це дуже відповідальна справа, в якій необхідно враховувати всі деталі. Адже, як відомо, у туристичному бізнесі дрібниць не буває. Навіть маленький недолік чреватий небезпекою втратити туриста як клієнта назавжди й у цьому випадку не допоможе ні п'ятизірковий готель, ні вишукані ресторани страви.

7.2. ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСКУРСІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Екскурсія як процес наочного пізнання навколишнього світу нерозривно пов'язана з туризмом. Тому екскурсійне обслуговування є однією з найважливіших туристичних послуг і самою популярною формою атракції.

Відповідно до ГОСТ 28681.2-95 «Туристские услуги. Общие требования» **екскурсія** – це «туристична послуга, яка забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів» [35]. Під «туристами» у даному випадку розуміються усі споживачі туристичних послуг, які були розглянуті у розділі 2. У період проведення екскурсії всі вони узагальнено називаються «екскурсантами».

Екскурсія має такі *характерні ознаки*:

- наявність екскурсантів (групи або індивідуалів);
- наявність екскурсовода, що проводить екскурсію;
- наявність об'єктів показу;

- певна тематика;
- упорядкований маршрут;
- довжина у часі (максимально до 24 годин);
- заздалегідь створений текст екскурсовода.

Функціональне призначення екскурсії – організація відпочинку і дозвілля, підвищення культурного рівня людей, спілкування.

Екскурсійні послуги – це туристичні послуги, що забезпечують задоволення духовних, естетичних, інформаційних та інших пізнавальних потреб туристів або екскурсантів.

Екскурсійні послуги *можуть надаватися* екскурсоводами та гідями-перекладачами, які:

- працюють у туристичних фірмах на відповідних посадах та мають дозвіл на здійснення туристичного супроводу;
- зареєстровані як фізичні особи-підприємці, та мають дозвіл на туристичних супровід;
- є співробітниками організацій, яким належать або які обслуговують певні об'єкти відвідування – музеї, парки, спеціалізовані виставки тощо (якщо екскурсії проводяться на території власних об'єктів відвідування, то екскурсоводи та гіді-перекладачі мають право працювати без дозволу на здійснення туристичного супроводу).

Згідно з українським законодавством, до екскурсоводів та гідів-перекладачів пред'являються досить високі вимоги. Так, дані фахівці туристичного супроводу повинні мати:

- високий освітній рівень у різних галузях знань зі спеціальним акцентом на краєзнавство, історію, географію, мистецтво й архітектуру, економіку, політику, релігію тощо. Постійно вдосконалювати свої знання й професійні навички;
- знання спеціальної термінології відповідно до екскурсійної тематики;
- гуманітарні навички та навички спілкування, володіння технологією відбору інформації, уміння налагодити сприятливу дружню атмосферу в екскурсійній групі;

– перелік екскурсійних тем та шляхової інформації про визначні місця або місцевості за маршрутом слідування групи до місця призначення, підтверджених контрольними тестами та методологічними розробками, технологічними картами, рецензуванням на прослуховування тощо (наявність переліку документації відповідно до вимог чинних стандартів, норм та правил у галузі туризму), характеристики з місця екскурсійної роботи;

– відповідність критеріям оцінки розповіді екскурсовода та гідперекладача, зокрема, ознайомлювальна цінність, чіткість висловлювання, зацікавленість, емоційність, доступність викладення тексту екскурсії, техніка та культура мови [17].

Процес проектування послуги «*екскурсія*», затверджений у міждержавному стандарті ГОСТ 28681.1-95 «Проектирование туристских услуг», передбачає визначення:

- ✓ тематичної спрямованості;
- ✓ об'єктів показу;
- ✓ тривалості екскурсії;
- ✓ обсягу інформації;
- ✓ форми переміщення по маршруту екскурсії;
- ✓ результатів соціологічного вивчення пропозицій екскурсантів за умовами обслуговування.

Результатом проектування послуги «екскурсія» є наступні технологічні документи:

- технологічна картка екскурсії;
- контрольний текст екскурсовода;
- матеріали «портфелю екскурсовода»;
- схема траси маршруту транспортної екскурсії [33].

Екскурсійні послуги розрізняють:

– *за змістом* – послуги можуть бути надані у вигляді оглядових і тематичних екскурсій. При цьому оглядова екскурсія є багатоплановою, в якій використовується історичний і сучасний матеріал, створюється загальне подання про відвідуваний туристичний центр. Тематичні екскурсії можуть бути історичними,

мистецтвознавчими, природознавчими, літературними, архітектурно-містобудівними, виробничими тощо;

– *за місцем проведення* – послуги можуть бути надані у межах міста, за містом, у музеї, на виробничому підприємстві;

– *за способом пересування на маршруті* – послуги можуть бути як пішохідними (наприклад, по історичному центру Львова), так і транспортними (на автобусах, вертольотах, катерах по ріках і каналах, уздовж морського узбережжя, на малих залізницях тощо). Саме завдяки розвитку транспорту та ефективних засобів пересування створилися сприятливі умови, що дозволяють за короткий період за допомогою фахівця (екскурсовода, гіда) побачити, пізнати швидко мінливий світ з його вічними цінностями;

– *за формою проведення* – послуги можуть бути надані у вигляді лекції, концерту, спектаклю, масовки, прогулянки.

Вимоги до оформлення **договору на екскурсійне обслуговування** зазначені у Законі України «Про туризм». Так, за договором на екскурсійне обслуговування одна сторона (суб'єкт, що здійснює туристичну діяльність) за встановлену договором плату зобов'язується надати за замовленням іншої сторони (екскурсанта) обслуговування, істотною частиною якого є послуги екскурсовода (гіда-перекладача) загальною тривалістю не більше 24 годин, які не включають у себе послуги з розміщенням.

Договір на екскурсійне обслуговування укладається за правилами, визначеними цивільним законодавством, у тому числі шляхом видачі ваучера.

Особа, яка надає екскурсійні послуги, зобов'язана до укладення договору на екскурсійне обслуговування надати екскурсанту необхідну і достовірну інформацію щодо екскурсійного обслуговування, його видів і особливостей, кваліфікації екскурсовода, про порядок і строки оплати екскурсійних послуг, а також надати екскурсанту на його прохання іншу інформацію з питань екскурсійного обслуговування.

Відповідальність сторін за невиконання, неналежне виконання зобов'язань відповідно до договору на екскурсійне обслуговування,

порядок припинення договору на екскурсійне обслуговування визначаються відповідно до цивільного законодавства та законодавства з питань захисту прав споживачів [8].

Надання екскурсійних послуг повинне сприяти відпочинку та розвазі, підвищенню пізнавального та культурного рівня екскурсантів. Тому екскурсія не повинна бути стомлюючою, перевантаженою більшою кількістю об'єктів показу, тому що це збільшує її тривалість і знижує інтерес туристів. Оптимальна тривалість екскурсії у місті становить 2-3 години, при цьому з інтересом сприймається не більше 15-20 екскурсійних об'єктів. І звичайно, у наданні екскурсійних послуг величезна роль приділяється безпосередньо екскурсоводові, як професіоналові.

У розвинених країнах світу екскурсії вже давно стали складовою подорожі, однією з головних її цілей. Культурно-пізнавальний (так званий «екскурсійний») туризм вважається фахівцями Всесвітньої туристичної організації одним із п'яти найпопулярніших у даний час видів туризму.

7.3. ОРГАНІЗАЦІЯ НАДААННЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У ТУРИЗМІ

Найчастіше розваги обмежуються екскурсійною програмою – відвідуванням музеїв, знайомством з історичними пам'ятниками і природними визначними пам'ятками, оглядовими екскурсіями по дестинації. Вони можуть включати також інші пізнавальні або розважальні заходи (наприклад, відвідування магазинів або ігорних закладів).

Одночасно із цим широкий набір розважальних заходів завжди сприймається туристами з ентузіазмом і великим інтересом. Це участь у фестиваліних програмах, спортивних, культурно-масових заходах тощо. Вечірні заходи розважального характеру, як правило, плануються з відвідуванням ресторану, спеціального концерту.

Важливе місце в організації розважальних послуг займає анімація.

Анімація – це діяльність, головною метою якої є цілеспрямоване створення гарного настрою людей під час відпочинку, а також організація їх особистої участі у різноманітних розважальних заходах.

Це явище у туризмі породжено конкуренцією між однаковими за рівнем комфорту і сервісу курортами. Зараз анімаційна діяльність широко практикується засобами розміщення туристів, закладами харчування, круїзними компаніями тощо.

Організацією анімаційних послуг займається ціла група фахівців – співробітників об'єктів туристичної індустрії. Структура анімаційної служби на прикладі готельного підприємства представлена на рисунку 7.1 [98, с. 72].



Рис. 7.1. Структура анімаційної служби готелю

Структура і кадровий склад даної служби готелю залежать від його величини і типу, функціонального призначення і номенклатури технічних анімаційних систем, географічного розташування, концепції і програм анімації тощо.

Звичайно обов'язки між співробітниками анімаційної служби поділяються таким чином:

– головний менеджер з анімаційної діяльності повинен виявляти інтереси різних груп туристів, розробляти цільові анімаційні програми та спеціальні технології їх здійснення, впроваджувати ефективні методи роботи з різними туристичними колективами, що відрізняються за віком, складом, соціальним станом, уміти впливати на думку навколишніх;

– менеджер шоу-відділу займається підготовкою сценаріїв і постановкою шоу, розробкою костюмів і проведенням репетицій;

– організатор-аніматор забезпечує організацію процесу анімаційної діяльності всім необхідним для створення костюмів, декорацій тощо;

– художник оформлює декорації до вистав, малює до них анонси, афіші та інші матеріали;

– костюмер підбирає, іноді шиє вечірні костюми аніматорів;

– менеджер міні-клуба організовує дозвілля дітей;

– спортивний інструктор відповідає за підготовку та застосування різних видів спортивних програм, розрахованих на будь-який вік туристів;

– аніматори безпосередньо займаються розважальними програмами з туристами. Для того, щоб виділятися серед туристів, аніматори носять спеціальну форму. Найчастіше це яскраві футболки, на яких є картка з ім'ям аніматора та прапорами країн, мовами яких він володіє.

Узагальнено **анімаційні послуги** полягають у створенні різноманітних анімаційних програм, найпоширенішими з яких є такі:

➤ спортивно-оздоровчі програми – розраховані на туристів, любителів спорту й активного відпочинку, яких цікавить можливість відновлення сил і здоров'я через активне фізичне навантаження в умовах первозданної природи і чистого повітря;

➤ спортивно-розважальні програми – орієнтовані на людей будь-якого віку та створюються для залучення туристів до активного руху через привабливі, захоплюючі, веселі конкурси та змагання;

➤ спортивно-пізнавальні програми – будуються на залученні туристів до духовно-моральних цінностей у процесі активного відпочинку (походи, пішохідні екскурсії);

➤ культурно-пізнавальні програми – орієнтовані на залучення туристів до культурно-історичних цінностей нації, країни, місцевого населення і включають у себе відвідування музеїв, театрів, національних фольклорних заходів, концертів народної творчості, вечорів поезії, зустрічей з видатними діячами культури;

➤ пригодницько-ігрові програми – організуються для участі туристів у чомусь незвичайному (відвідування печер, «піратська вилазка», вечір народних переказів і легенд, нічний похід, нічний спуск на гірськолижному курорті, тематичний пікнік);

➤ аматорські (творчо-трудова) програми – орієнтовані на залученні туристів до творчості, співтворчості, змагання у виготовленні виробів, що викликає у них інтерес до національних особливостей місцевого населення. Участь у подібній програмі дає туристові змогу ознайомитися з національними музикальними інструментами, танцями, кухнею тощо. Форми проведення цих програм можуть бути різноманітними, наприклад: аукціон виробів з природних матеріалів, конкурс аматорської фотографії, фестиваль авторських віршів і пісень, концерт вокальних та інструментальних виконавців, виставка дитячого малюнку, пісочної скульптури тощо;

➤ видовищно-розважальні програми – включають у себе святкові заходи, конкурси, фестивалі, карнавали, тематичні дні, ярмарки, дискотеки, танцювальні вечори, концерти художньої самодіяльності тощо.

Особове значення у комплексі заходів, спрямованих на розвагу туристів, необхідно приділяти усіляким спортивним заняттям, змаганням, конкурсам. У сучасному суспільстві здоровий образ життя є стратегічною необхідністю, засобом виживання і нормального функціонування людей. Спортивний напрямок анімації спрямовано на залучення туриста до занять фізичною культурою, формування активної життєвої позиції. В анімаційному сервісі є можливість використовувати велику кількість спортивно-оздоровчих програм

(стрейчинг, степ-аеробіка, стрільба з лука, хокей на траві, крикет, міні-гольф, водне поло, конкурси кращих нирців, плавців тощо). Не менш важливою в організації і проведенні анімаційного обслуговування є розробка програм культурного обслуговування та ігрових програм.

Створення і реалізація анімаційної програми – досить трудомісткий процес, який складається з комплексу прийомів труда аніматора, організації цього труда, використання спеціальних технічних засобів (об'єктів, споруд, інструментів і пристосувань). Технологічний процес створення анімаційної програми представляє собою цілісну систему, яка включає декілька взаємозв'язаних підсистем:

- організаційна – організація сумісної діяльності анімаційної команди, економічного, рекламного відділів;

- інструкторсько-методична – створення і розроблення сценаріїв заходів, підбор спортивних ігор і змагань, комплектування маршрутів походів з наступною розробкою методичних рекомендацій на підставі узагальнення здобутого досвіду;

- режисерська – розподіл ролей, складання плану репетицій, постановка спектаклю, шоу;

- технічна – підготовка технічних засобів (об'єктів, споруд, інструментів), майданчику (сцени) для анімаційних заходів, виготовлення костюмів, декорацій, освітлення, музичного супроводу тощо.

Роботу по підготовці і проведенню анімаційної програми можна розділити на чотири основних етапи:

- ✓ підготовчий етап – включає визначення цілей та задач програми, проектування її з урахуванням вікових, етнічних та інших особливостей споживачів даної послуги, створення або підбір сценаріїв анімаційних заходів, підбір творчих колективів і розподіл обов'язків усередині анімаційних команд, вибір місця і часу проведення анімаційних заходів, складання кошторису витрат на проведення програми, технічна підготовка, установлення звукової і світлової апаратури, оформлення сцени, проведення репетицій,

інформування туристів про проведення намічених анімаційних заходів;

✓ початковий етап – на якому відбувається встановлення контакту з туристами, здійснюється запис на різноманітні анімаційні заходи і збір заявок;

✓ основний етап – включає проведення запланованої програми, реалізацію замислу;

✓ заключний етап – нагородження учасників, опитування споживачів, аналіз проведеної програми, робота над удосконаленням програми [98].

Анімаційна програма, як правило, розробляється і затверджується на початку кожного нового сезону. На щодня тижня (по годинах) складається точний розклад заходів, і на кожного члена команди покладаються певні обов'язки по їх проведенню. Загальна програма анімації готується таким чином, щоб розважальні та спортивні елементи були різноманітні за своєю формою, цікаві туристам і щоб у проведених заходах було задіяно якомога більше учасників.

Анімаційні послуги поживляють відпочинок туристів, роблячи його незабутнім, яскравим, що завжди приносить величезну користь.

7.4. ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ У ТЕМАТИЧНИХ ПАРКАХ

Особливе місце в системі атракцій займають тематичні парки, які останнім часом склали серйозну конкуренцію традиційним місцям відпочинку з великою кількістю історико-культурних визначних пам'яток. За визначенням російського вченого Т.Н.Третьякової, **тематичний парк** – це «певна територія, призначена для рекреації і розваг, особливістю якої є комплекс послуг, який відповідає певній темі» [98, с. 100].

Різновидами тематичних парків є такі:

➤ **Культурно-історичні**, які відповідають певній тематиці, пов'язаній з одним чи декількома історичними або культурними

подіями. Прикладом такого парку в Україні є «Парк Київська Русь», розташований в Обухівському районі Київської області. Крім проведення наукової діяльності, парк надає різноманітні послуги відповідно до своєї специфіки, наприклад:

- організація міжнародних турнірів з історичного фехтування;
- організація активного відпочинку через веселі середньовічні ігри;
- програма активного сімейного відпочинку «Казкова скринька»;
- організація міжнародного турніру з верхової стрільби з лука «Кінний лучник Древнього Києва»;
- організація міжнародного фестивалю кінно-трюкового мистецтва;
- організація тимблдингу, пікніків, дитячих свят;
- середньовічний кейтеринг та інші послуги харчування;
- проведення конференцій, семінарів, тренінгів тощо.

Сфера діяльності «Парку Київська Русь»:

- культурно-просвітницька діяльність (екскурсії, лекції, майстер-класи);
- туристичне обслуговування (активний і пізнавальний заміський відпочинок);
- рекреаційна сфера (повноцінний центр відпочинку, організація ділових і розважальних заходів);
- міжнародне співробітництво (в питаннях збереження спільної культурної спадщини та розвитку туризму);
- науково-дослідна діяльність (детальне вивчення всіх аспектів епохи Київської Русі та Древнього Києва);
- патріотично-виховна функція (акції та тематичні програми для дітей та молоді) [109].

➤ **Національні природні науково-пізнавальні** – резервації, території чи акваторії з унікальними природними об'єктами (водоспадами, мальовничими ландшафтами, островами), які представляють собою аналог заповідника, однак відрізняються від нього більшою свободою господарської діяльності і доступністю для

туристів. Відповідно до Закону України «Про природно-заповідний фонд України», на території національних природних парків (НПП) виділено наступні функціональні зони:

– *заповідна зона* – створена з метою довічного зберігання екосистем в абсолютно заповідному та регульовано-заповідному режимах. На території заповідної зони забороняється будь-яка господарська та інша діяльність, що суперечить цільовому призначенню цієї зони або порушує природний розвиток процесів та явищ і створює загрозу шкідливого впливу на її природні комплекси та об'єкти;

– *господарська зона* – у її межах проводиться господарська діяльність, спрямована на виконання покладених на парк завдань, знаходяться населені пункти, об'єкти комунального призначення парку, а також землі інших землевласників та землекористувачів, включені до складу парку, на яких господарська діяльність здійснюється з дотриманням загальних вимог щодо охорони навколишнього природного середовища.

– *зона регульованої рекреації* – створена для запобігання негативному впливу природних чи антропогенних факторів на екосистеми заповідної зони, а також регулювання рекреаційної діяльності. В її межах проводяться короткостроковий відпочинок та оздоровлення населення, огляд особливо мальовничих і пам'ятних місць; у цій зоні дозволяється розробка і облаштування туристичних маршрутів та екологічних стежок; тут забороняються рубки лісу головного користування, промислове рибальство й мисливство, інша діяльність, яка може негативно вплинути на стан природних комплексів та об'єктів заповідної зони;

– *зона стаціонарної рекреації* – призначена для розміщення готелів, мотелів, кемпінгів, інших об'єктів обслуговування відвідувачів парку [5].

Зараз в Україні налічується понад 40 національних природних парків загальною площею більше 10000 км² (1,8 % території), які розташовані у 12 з 24 областей і Автономній Республіці Крим, наприклад: «Азово-Сиваський», «Голосіївський», «Верховинський»,

«Гуцульщина», «Зачарований край», «Ічнянський», «Синевир», «Мезинський», «Карпатський», «Сколівські Бескиди», «Шацький», «Ужанський», «Яворівський», «Святі Гори», «Слободжанський», «Ніжньодністровський», «Гузловські лимани» тощо.

➤ **Океанаріуми і дельфінарії** – тематичні парки, які спеціалізуються на колекціонуванні, утриманні, вивченні і демонстрації представників водного середовища (океанаріуми) або його конкретних мешканців (дельфінарії). В Україні існує мережа океанаріумів і дельфінарій «Немо», розташованих в Одесі, Києві, Харкові, Донецьку та Бердянську. Послуги, які надаються даними тематичними парками, полягають у наступному: знайомство з мешканцями водного середовища у супроводі екскурсовода; організація видовищних шоу за участю тварин; дельфінотерапія; ігри, плавання, купання та дайвінг з дельфінами; організація різноманітних свят у дельфінаріях; анімаційні програми; готельно-ресторанні послуги тощо.

➤ **Зоопарки** – спеціальні науково-просвітні заклади, призначені для утримання диких тварин у неволі (або у напіввільному стані) з метою демонстрації відвідувачам, вивчення, збереження та відновлення.

Згідно з «Положенням про зоологічний парк загальнодержавного значення» основними завданнями зоологічного парку в Україні є такі:

- формування та утримання колекцій тварин;
- збереження і відтворення в штучних умовах тварин, у першу чергу зникаючих, рідкісних, занесених до Червоної книги України і міжнародних Червоних списків;
- проведення науково-дослідних робіт;
- проведення навчально-виховної та культурно-освітньої роботи в галузі екології, охорони природи, етології, зоології, мисливського і тваринного господарства;
- поширення еколого-освітніх знань;

– здійснення різноманітних форм культурного обслуговування, створення умов для відпочинку та дозвілля населення, при збереженні сприятливих умов утримання тварин.

На території зоопарку з метою забезпечення виконання поставлених перед ним завдань виділяються такі зони:

- експозиційна – призначена для стаціонарного утримання тварин і використання їх у культурно-пізнавальних цілях;
- наукова – у її межах проводиться науково-дослідна робота;
- рекреаційна – призначена для організації відпочинку та обслуговування відвідувачів зоопарку;
- господарська – у її межах розміщуються допоміжні господарські об'єкти [16].

В Україні діють такі зоологічні парки, як: Винницький, Докучаєвський, Київський, Луцький, Менський, Миколаївський, Одеський, Рівненський, Харківський, Черкаський, Ялтинський та Зооботанічний комплекс «Басань».

➤ **Атрактивні тематичні парки.** Ідея тематичних парків зародилася в Європі та була реалізована у вигляді парків задоволення, які існували багатьох європейських столицях наприкінці ХІХ століття: Сади Тіволі у Копенгагені, Парк Пратера у Відні тощо. Сучасна модель атрактивних парків також уперше з'явилася в Європі, хоча звичайно її творцем вважається Уолт Дисней, американський кінорежисер-мультиплікатор. За уточненими даними, у 1952 році, тобто за три роки до відкриття «Диснейленду», корпорація «Ефтелінг» побудувала однойменний парк за мотивами європейських казок на південно-заході Нідерландів. Однак на старому континенті тематичні парки розвивалися повільно, у скромних масштабах. Справжній розквіт вони пережили в США, а вже потім одержали поширення в усьому світі.

Перший атрактивний тематичний парк з'явився в США у середині 1950-х років, у той час, коли традиційні парки культури та відпочинку переживали занепад. Вони не могли витримати конкуренції з іншими об'єктами дозвілля - кінотеатрами, ковзанками, басейнами тощо. Попит на звеселяння перетерпів корінні зміни й уже

не міг бути реалізований у рамках старої системи організації відпочинку. Застарілі атракціони, розраховані на дітей і підлітків, дрібна торгівля й дешево, не завжди якісне, харчування – от той убогий перелік послуг, що пропонували традиційні парки розваг своїм відвідувачам.

Згодом оформилася принципово інша концепція організації дозвілля, втілена в життя в атрактивних парках. У самій їх назві виражена сутність нового підходу. Захоплююча тема, будь то занурення у «Країну мрій» або в таємниці морських безодень, була покладеною в основу роботи парку. Вона повинна розвиватися в атракціонах і виставах, їй підлегли всі допоміжні паркові служби.

За задумом улаштувачів, насамперед Уолта Диснея, атрактивний тематичний парк – це центр сімейного відпочинку та розваг. Щоб об'єднати людей різних віків і в першу чергу залучити доросле населення, тема парку повинна носити не тільки розважальний, але й інформаційно-пізнавальний характер.

Атрактивний тематичний парк надає широкий *комплекс послуг* своїм відвідувачам:

✓ У першу чергу, звичайно, послуги високотехнологічних *атракціонів*, різні *розважальні програми*. Наприклад, придумані навіть індустриальні програми, у яких турист може випробувати себе в промиванні золота, виготовленні цеглів або глиняних горщиків, плетиві кошиків. Пропонується також взяти участь у найрізноманітніших фантастичних механічних і електронних забавах, зробити віртуальну космічну подорож. Можна також переступити «за екран» - стати діючим героєм якого-небудь захоплюючого бойовика або трилера;

✓ *Готельні послуги* – забезпечуються засобами розміщення, які підтримують високі стандарти обслуговування, хоча розраховані на різний рівень комфортності та місткості;

✓ *Послуги закладів харчування* – більшість туристів, що прибувають у тематичний парк, воліють харчуватися там же. Заклади харчування мають бути відповідно підготовленими для обслуговування значної кількості клієнтів, чисельність яких досягає

іноді 120 тисяч осіб у день. Якщо у готелях зупиняється тільки частина відвідувачів парку, то послугами закладів харчування користуються практично всі. Основний натиск робиться на ресторани швидкого обслуговування. Вони необхідні, тому що середньостатистичний відвідувач тематичного парку воліє заощаджувати час для розваг і вважає достатнім просто «перекусити».

Разом з тим у парках присутній повний спектр ресторанного сервісу, у тому числі й традиційні ресторани, які обслуговують гостей, що роблять заплановану перерву в розвагах.

✓ *Послуги інформаційно-пізнавального характеру* – наприклад, постійно діючі експозиції в «Диснейленді» розповідають про історію Америки, пропонують відомості про культуру різних народів. Можна також познайомитися з підводним світом, його мешканцями, подивитися барвисте шоу за їх участю, довідатися різних наукових відомостей про їх поведження та інтелект.

✓ *Послуги повноцінного навчального процесу.* Атрактивні тематичні парки виділяють багато цільових коштів на освіту. Вони створюють при собі спеціалізовані школи, відкривають програми навчання, запрошують викладачів для проведення занять, випускають навчальні книги. Спектр освітніх програм надзвичайно широкий. Частина їх розрахована на дітей молодшого віку, інша – на дітей старшого віку та дорослих. Організуються також короткострокові семінари для дорослих. Тематика програм дуже різноманітна. Наприклад, тематичний парк «Disney World» пропонує навчальні програми, які включають заняття від курсів по фігурній стрижці кущів до циклу семінарів з теорії та практики менеджменту. Просвітня та освітня політика тематичних парків принесла свої результати. Сьогодні більшість їх відвідувачів становлять не діти, а дорослі. Так, в атрактивному тематичному парку «Euro Disneyland» на них приходиться біля 80% від загального числа гостей.

✓ *Торговельні послуги* – реалізація сувенірної продукції, іграшок.

✓ *Послуги з паркування автотранспорту* тощо.

У США на теперішній час побудовано близько 600 тематичних парків. Столицею «Країни мрій» вважається Флорида. У цьому штаті розміщаються кращі тематичні парки не тільки Америки, але й усього світу.

У Європі, по самих приблизних оцінках, є біля двох десятків великих тематичних парків, не вважаючи численних аквапарків. Найбільш відомі з них приймають від 2 до 10 млн. відвідувачів щорічно.

На жаль, в Україні ще не усвідомили, що такий вид розваг є дуже притягальним для клієнтів. Через відсутність подібних розваг у нашій країні більшість туристів віддають перевагу відпочинку за рубежом.

Таким чином, характерними особливостями усіх видів тематичних парків є такі:

- розвинута мережа розваг на основі анімаційних програм;
- технічне оснащення у залежності від типу і виду парку;
- екскурсійний супровід;
- організація харчування, яка відрізняється від повсякденної їжі та враховує специфіку парку;
- фірмовий стиль обслуговуючого персоналу, який відповідає тематиці парку;
- у більшості випадків – надання готельних послуг на території парку;
- наявність сувенірної продукції яскравого кольорового характеру, яка відображає самобутність парку та його спрямованість.

ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗА РОЗДІЛОМ 7

1. У чому полягає сутність атракцій?
2. Які види атракцій Вам відомі?
3. Наведіть визначення поняття «екскурсія», «екскурсійна послуга», «екскурсовод», «гід-перекладач» згідно з українським законодавством.
4. За якими ознаками можна класифікувати екскурсійні послуги?

5. Хто може займатися організацією екскурсійних послуг?
6. Як відбувається процес надання екскурсійних послуг?
7. Охарактеризуйте вимоги до оформлення договору на екскурсійне обслуговування згідно із Законом України «Про туризм».
8. Надайте визначення поняття «анімація».
9. Представте структуру анімаційної служби готелю.
10. Наведіть розподіл обов'язків між співробітниками анімаційної служби.
11. Охарактеризуйте різновиди анімаційних програм.
12. Які існують умови щодо організації анімаційних послуг?
13. Яким чином створюється програма анімаційного обслуговування туристів?
14. Надайте визначення поняття «тематичний парк».
15. Охарактеризуйте різновиди тематичних парків.
16. Наведіть приклади з різних типів тематичних парків.
17. Опишіть сферу діяльності культурно-історичних тематичних парків.
18. Які функціональні зони території національних природних науково-пізнавальних парків можуть використовуватись в туристичній діяльності згідно із законом України «Про природно-заповідний фонд України»?
19. Дайте визначення океанаріумам та дельфінаріям як туристичним об'єктам.
20. Опишіть основні завдання зоопарків згідно з «Положенням про зоологічний парк загальнодержавного значення».
21. Охарактеризуйте історію розвитку атрактивних тематичних парків в Європі та у світі.
22. Які види атрактивних тематичних парків – діснейлендів Вам відомі?
23. Який комплекс послуг надають туристам атрактивні тематичні парки?
24. У чому полягає специфіка організації діяльності та надання послуг усіма видами тематичних парків?

8.1. СКЛАДОВІ КОМПОНЕНТИ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Підвищення рівня відкритості ринку послуг і загострення конкуренції серед туристичних підприємств ставлять перед ними завдання постійного підвищення якості послуг та їх привабливості для клієнтів. Мінливість споживання у сфері туризму, ріст спокусливості споживачів туристичних послуг висувають питання підвищення якості обслуговування на передній план.

Варто відмітити, що існують різні підходи до тлумачення якості послуг.

✓ По-перше, поняття якості в туризмі трактується як сукупність властивостей туристичної послуги, що обумовлюють її *придатність* до задоволення певної потреби туриста.

✓ По-друге, під якістю розуміється *відсутність недоліків*, що підсилює почуття задоволення у клієнта. Відповідно до Закону України «Про захист прав споживачів» недолік послуги – це будь-яка невідповідність послуги вимогам нормативно-правових актів і нормативних документів, умовам договорів або вимогам, що пред'являються до неї, а також інформації про послугу, наданій виробником (продавцем, виконавцем) [3].

✓ По-третє, якість може розглядатися сукупність трьох категорій: технічна, функціональна та етична (соціальна, іміджева):

– *Технічна якість* стосується матеріальної складової послуги. У засобів розміщення, наприклад, – це якість інтер'єра номеру (меблів, постільної білизни, сантехніки у санвузлі), інфраструктури (архітектури та дизайну будівлі); у закладів харчування – якість їжі, напоїв.

– *Функціональна якість* – це якість процесу надання послуги, або якість обслуговування. Функціональна якість надає послугам таку характеристику, як мінливість якості, тобто якість залежить від того, хто й при яких умовах виробляє послуги. В одному готелі, наприклад,

сервіс організовано за вищим розрядом, в іншому, розташованому поруч і з тією ж кількістю «зірок», обслуговування поставлено гірше. Самі працівники готелів те ж різні – один може бути виконавчий і привітний, тоді як інший – грубий і некомпетентний. Навіть той самий службовець протягом дня надає послуги по-різному. Отже, ключова роль у забезпеченні функціональної якості приділяється персоналу туристичних підприємств. Висока функціональна якість може поліпшити враження від номера, що не повніше виправдує очікування туриста.

– *Етична якість* – це якість, заснована на анкетних опитуваннях клієнтів, даних соціологічних досліджень, оцінках експертів про рівень обслуговування, пропонований конкретним туристичним підприємством. Етична якість визначається за сумою балів, яка розраховується по певних показниках, що дозволяє туристичному підприємству приймати участь у рейтингах та свідчить про його популярність (або непопулярність) серед тотожних закладів.

Мерілом оцінки якості послуги є вимоги, які містяться у чинних національних *стандартах* України.

У розвинених країнах зараз застосовуються досить строгі системи нормативних вимог до якості туристичних послуг, особливо тих, які надаються засобами розміщення, закладами харчування, транспорту, екскурсивними. Головною метою застосування стандартів є захист споживачів від несумлінних виконавців туристичних послуг.

Питання якості в міжнародному туризмі здобувають першорядне значення. Конкурентна боротьба за клієнта усе більше переміщується із сфери географії подорожей у сферу якості надаваних туристичних послуг. Споживачі у свою чергу пред'являють усе більш високі вимоги до якості обслуговування. Розглядаючи якість, вони виходять із оцінки:

– матеріально-технічного стану підприємств обслуговування, місця їх розташування, архітектури, дизайну, інженерно-технічного оснащення, якості меблів, білизни, посуду, аксесуарів тощо;

– застосування прогресивних технологій обслуговування – порядку бронювання місць, чистоти прибирання готельних номерів і

громадських приміщень, організації роботи ресторану, обслуговування у номерах тощо;

– професіоналізму та компетентності обслуговуючого персоналу, чіткого та якісного виконання їм своїх службових обов'язків, знання всіх питань, пов'язаних з обслуговуванням туристів;

– прояву щирої гостинності, тобто персональної уваги до кожного туриста, коли турист відчуває, що він – бажаний гість для турфірми (готелю, закладу харчування тощо).

Згідно із Законом України «Про захист прав споживачів» належна якість послуги визначається як властивість послуги, що відповідає вимогам, встановленим для цієї категорії послуги у нормативно-правових актах і нормативних документах, та умовам договору із споживачем.

Основними *факторами*, які впливають на сприйняття туристами якості послуг, є:

- безпека – для туриста вона полягає в неможливості нанесення послугою шкоди його життю, здоров'ю або майну. Безпека – це почуття спокою та захищеності, випробовуване, наприклад, від добре освітленої охоронюваної автомобільної стоянки або присутності представників спеціальної служби охорони у холі засобу розміщення, від справності устаткування (систем водо-, тепло-, енергопостачання тощо) ;

- надійність – відчуття високої якості обслуговування, що зберігається завжди на постійному рівні;

- доступність – незначна тривалість очікування, що може передувати обслуговуванню; легкість, з якої можна одержати обслуговування;

- репутація – довіра споживачів до даного підприємства сфери туризму;

- поведінка обслуговуючого персоналу – задоволення, яке випробується споживачем від поважного ставлення до нього з боку співробітників туристичного підприємства;

- розуміння потреб туристів – відчутність дій підприємства в прагненні довідатися потреби клієнтів;

- компетенція – наявність у персоналу знань і умінь, необхідних для якісного обслуговування споживачів;
- повнота набору послуг – відповідність набору всіх запропонованих у каталозі (прейскуранті, меню) послуг фактично отриманим;
- умови надання послуг – навколишнє середовище та інфраструктура тощо.

8.2. ОСНОВНІ ВИДИ ПРЕТЕНЗІЙ НА ЯКІСТЬ НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТА СПОСОБИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

У всіх попередніх розділах було розглянуто процес надання туристичних послуг, який повинний відбуватися в ідеалі. На практиці досить часто трапляються ситуації, коли туристичні послуги не відповідають необхідному рівню якості і пропонованим до них вимогам, тобто є неякісними. Проте, одна з важливих умов розвитку туризму – висока якість пропонованих туристичних послуг.

Існують принципові відмінності в забезпеченні якості матеріального товару та нематеріального товару (послуги). Якість матеріального товару забезпечується різними гарантіями, контрактами на його обслуговування, а у випадку несправності матеріальний товар може бути повернутий виробникові.

Туристична послуга як «невидимий товар» має низку особливостей, головними з яких є невідчутність, нездатність до зберігання, одночасне виробництво та споживання тощо. Тому помилка або похибка при наданні туристичної послуги необоротні, їх не можна виправити, «відремонтувати». Людина, яка скористалася недоброякісною послугою, не може повернути її виробникові.

Щорічно багато українських громадян, незадоволених сервісом під час подорожі, скаржаться на заклади індустрії туризму, вимагаючи справедливості і компенсації як матеріального, так і морального збитку. У розпал туристичного сезону численні туристи стають жертвами туристичних підприємств, які несумлінно відносяться до виконання своїх зобов'язань. Так, з підвищенням

загальної кількості туристичних поїздок неухильно росте й число конфліктів, спричинених незадовільною якістю туристичних послуг.

Ріст числа скарг на ринку туризму обумовлений двома факторами:

- туристи стали більше поінформованими про свої права і про обов'язки турфірм й більше схильними наполягати на своїх правах;
- збільшення попиту на туристичні послуги спричинило вихід на ринок нових фірм, менш досвідчених і менш забезпечених ресурсами, а також фірм-шахраїв.

Загальний потік скарг у туризмі можна розділити на чотири основні категорії:

- недостовірна реклама туру;
- додаткові грошові збори, здійснювані у дестинації прийому представниками туроператора;
- низький рівень сервісу в засобах розміщення, закладах харчування, транспортних засобах, на екскурсіях або взагалі під час проведення подорожі;
- порушення прав споживачів на безпеку туристичних послуг.

Крім цього, туристи висувають претензії безпосередньо до *турфірм-організаторів*, які в основному полягають у наступному:

➤ Невиконання або неналежне виконання послуг, обіцяних турфірмою. Більшість скарг відноситься саме до цієї категорії. Різниця між тим, що пропонує туристична фірма, і тим, що турист одержує насправді, може варіювати від незначної до повністю неприйнятної. Наприклад, до дрібних неприємностей можна віднести відсутність обіцяних квітів або сніданку в номер; до грубих помилок – відсутність броні авіаквитка на рейс або резервації місця в готелі. Як ілюстрацію можна навести такий приклад: турист придбав спеціальний тур на чемпіонат світу з футболу, але не одержав замовлених квитків на півфінал і фінал. У цій ситуації повернення грошей або інший спосіб компенсації не має смислу, тому що час пройшов, потрібні послуги не надані, а турпродукт, як відомо, є «швидкопсувним» товаром.

➤ Несвоєчасне інформування туриста про зміни у програмі тура. Ці зміни також можуть бути як незначними, так і серйозними. До

типових незначних змін відноситься заміна аеропорту і часу вильоту (що нерідко трапляється із чартерними рейсами); до значного відноситься заміна готелю або навіть регіону відпочинку. Всі незадоволені туристи скаржаться на те, що повідомлення про зміни були дані занадто пізно або не дані взагалі.

➤ Недостовірна або неточна інформація про тур. Споживачеві важко вибрати турфірму, якої він міг би довірити свій відпочинок. Щоб зробити правильний вибір між майже однаковими турпакетами потенційний турист повинен мати всю необхідну та достовірну інформацію. Але, як правило, турист не одержує достовірну інформацію про всі деталі туру і навіть не підозрює, що обраний ним готель, відповідно до каталогу розташований на березі моря, насправді перебуває значно далше. Часто турфірма умовчує, що пункт вильоту або ціна тура ще не встановлені остаточно і можуть бути змінені.

➤ Обмеження власної відповідальності турфірми за зміну умов тура. Договір між туристом і фірмою повинен містити чіткі положення щодо відповідальності турфірми перед клієнтом, тому що у більшості випадків зміни в запланованому турі відбуваються не з вини турфірми. Тур складається з послуг багатьох виробників, деякі з них перебувають в інших країнах або регіонах і ніяк не зв'язані один з одним. Успіх подорожі також залежить від деяких інших факторів (погоди, політичної та економічної ситуації в країні відвідування, міжнаціональних та міжособистісних відносин тощо). Звичайно турфірма має свій типовий договір, до якого турист може приєднатися або відмовитися від його укладання. Найчастіше пункт договору, що стосується відповідальності сторін, нечітко сформульований чи має занадто просторі, двозначні положення, які іноді виключають всяку відповідальність турфірми. У періодичній пресі й у професійних виданнях неодноразово піднімалося питання про необхідність укладання правильного і діючого договору між турфірмою та клієнтом. Але наші туристи не звикли уважно вивчати договір, перш ніж його підписати. Тому часто туристи попадають у ситуацію, коли факт невиконання турфірмою своїх зобов'язань не можна підтвердити й, отже, обґрунтувати свої претензії до фірми.

Однак у кожному разі, турист, який вважає, що турфірма обійшлася з ним несправедливо, може оскаржити порушення своїх прав і інтересів, відновити справедливість і домогтися покарання порушника.

Існує безліч **способів розв'язування конфліктів** між туристами та фірмами, що надають їм послуги. В основному вони зводяться до наступних:

➤ Найкращий для клієнта та турфірми спосіб поліпшення взаємин – *саморегулювання*. Багато які з турфірм забезпечують своїх клієнтів брошурами, наприклад, «Поради в дорогу», у яких подають інформацію про країну, традиції, вильоти літаків, оренду автомашин, чайові, медичні страховки, а також необхідні телефони, роз'яснення, як уникнути неприємностей і куди звертатися у випадку виникнення проблеми.

Бажано в штат кожної турфірми включати юриста або незалежного експерта, які можуть давати консультації, роз'яснити туристам питання туристичного законодавства, їх права й обов'язки, а також права й обов'язки турфірми.

Виникле в поїздці непорозуміння можна спробувати розв'язати на місці. Для цього туристові варто звернутися до представника турфірми, що має повноваження організувати харчування та розміщення туриста під час затримки рейсу тощо. Крім того, згідно із Законом України «Про туризм» туроператор повинен надати туристу інформацію про назви, адреси та контактні телефони своїх представництв, уповноважених на прийняття скарг і претензій туристів у відвідуваних ними дестинаціях, а також адреси і телефони дипломатичних установ України у країні (місці) тимчасового перебування або місцевих служб, до яких можна звернутися у разі виникнення труднощів під час туристичної подорожі.

Якщо відразу проблему розв'язати не вдається, то туристові необхідно зафіксувати факт порушення своїх прав для подальшого розгляду справи у досудовому або судовому порядку. Варто зазначити, що понад 90% спорів можуть бути вирішені саме в досудовому порядку, якщо турист знає, як себе поводити в переговорах з турфірмою, як правильно скласти юридичні документи, до яких державних органів направляти скарги на

діяльність туристичної організації для вжиття передбачених законом заходів до порушника прав споживача.

➤ Одним із варіантів урегулювання спорів може бути *складання претензії* на адресу туристичної фірми у разі незадовільного або нереалізованого відпочинку. Претензії звичайно класифікуються таким чином:

- претензія у разі неякісного наземного обслуговування (поселення не в той готель, надання послуг некомпетентним екскурсоводом, погана організація трансферу тощо); у цьому випадку, якщо порушення серйозні, то сума, яку можна стягнути на користь туриста, як правило, суттєва;

- претензія у разі неякісного перевезення (затримка, відміна рейсу, зміна класу обслуговування, заміна авіакомпанії);

- претензія у разі ненадання необхідної достовірної інформації (помилки співробітників турфірми – дезінформація про вимоги до термінів дії паспорта або про необхідність дозволу на виїзд дитини, плутанина з відправленням туриста до певного аеропорту або залізничного вокзалу тощо).

Якщо туристична фірма не має фінансової можливості самостійно розрахуватися з туристом за ненадані йому послуги у разі визнання її банкрутом, то у цьому випадку претензія (заява на видачу коштів) надсилається туристом до банку (або іншої кредитної установи), який здійснює фінансове забезпечення відповідальності туроператора (турагента).

Загальні правила складання претензії до туристичної фірми:

- претензія повинна бути складена у двох екземплярах, містити назву туристичної фірми та реквізити туриста – прізвище, ім'я, по батькові, повну поштову адресу та контактні телефони;

- викладення обставин справи – в довільній формі потрібно описати взаємовідносини з туристичною фірмою: які умови були запропоновані та сплачені згідно з договором на туристичне обслуговування, та які саме були одержані; при цьому слід посилатись на наявні докази, аби претензія мала переконливий вигляд;

– розрахунок збитків (матеріальних та/або моральних), спричинених невиконанням або неналежним виконанням турфірмою зобов'язань. Збитки матеріального характеру – це прямі видатки, понесені туристом (наприклад, витрати на таксі, якщо туристом був оплачений трансфер, однак його не зустріли; різниця у вартості послуг готелю: сплачених і фактично отриманих), які мають бути підтверджені (квитками, квитанціями тощо). Моральною шкодою можуть бути втрати немайнового характеру внаслідок моральних чи фізичних страждань, або інших негативних явищ, заподіяних туристу незаконними діями чи бездіяльністю інших осіб;

– вимоги туриста: сплатити або надати рівноцінні послуги.

Претензію можна надсилати звичайною або електронною поштою, факсом. Турфірма повинна зареєструвати претензію в журналі вхідної документації або надати туристові розписку в її отриманні, якщо такий журнал не ведеться, розглянути претензію у строк, який не перевищує одного місяця, та письмово повідомити туриста про результати розгляду.

Практика показує, що багато які з турфірм відслідковують і аналізують скарги для того, щоб надалі використовувати їх для визначення проблемних сфер свого бізнесу. Переважна більшість скарг клієнтів розв'язується на стадії пред'явлення претензії до самої турфірми, яка може запропонувати клієнтові матеріальну компенсацію, безкоштовний тур або авіаквиток і проживання в готелі (на вибір), а також письмове вибачення, якщо турист хоче його одержати.

➤ У випадку, якщо турист не отримав відповідь або одержав ту, яка його не влаштовує, він може використовувати інші заходи впливу на турфірму, зокрема подати *скарги в різні інстанції*. Скаргу можуть розглядати:

– спеціальна комісія при ліцензійному управлінні Державного агентства України з туризму і курортів Міністерства інфраструктури України;

– державні органи: прокуратура, податкова інспекція, антимонопольний комітет, товариство зі захисту прав споживачів;

– засоби масової інформації (ЗМІ). Співробітники ЗМІ можуть випустити спеціальний репортаж за скаргою туристів. Висвітлення проблеми в ЗМІ, як правило, підштовхує турфірму до вживання оперативних заходів для її рішення.

➤ Суд є надзвичайним заходом у вирішенні конфлікту між турфірмою і туристами. Однак варто врахувати, що ведення судового процесу вимагає великої кількості часу і коштів на одержання юридичної допомоги.

Як видно, наслідки несумлінного обслуговування можуть бути для турфірми досить відчутними.

8.3. ЗАСОБИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Якість – це, насамперед, почуття задоволеності туриста від обслуговування, а якісна послуга – це послуга, що відповідає потребам клієнта. У ряді випадків якість асоціюють із високими цінами, підвищеним комфортом, розкішшю або іншими послугами класу «люкс». Такий підхід до тлумачення якості не є правильним, тому що можна одержати якісні послуги за помірну ціну і не отримати за дуже високу. Варто враховувати, що якість послуги – це не тільки її зміст, але й форма надання.

Підвищення якості обслуговування розглядається як важлива сфера діяльності туристичних підприємств. Згідно із Законом України «Про туризм» основними засобами державного регулювання якості туристичних послуг є ліцензування туристичної діяльності, а також стандартизація і сертифікація туристичних послуг.

Так, ліцензування туроператорської діяльності здійснюється з метою створення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг та забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування. Усі туроператори та турагенти України зобов'язані мати фінансові

гарантії своєї відповідальності перед туристами (про це більш докладно було розглянуто у розділі 3).

Згідно з українським законодавством, **стандартизація** – це діяльність, що полягає у встановленні єдиних норм і вимог, які застосовуються до однотипних товарів і послуг. Об'єктами стандартизації у сфері туризму є туристичні послуги і процеси туристичного обслуговування.

Метою стандартизації в Україні є:

- забезпечення раціонального використання природних ресурсів;
- установлення відповідності об'єктів стандартизації їх функціональному призначенню;
- інформування споживачів про якість продукції, процесів та послуг;
- підтримка розвитку і міжнародної конкурентоспроможності продукції та торгівлі товарами і послугами.

У статті 18 чинного Закону України «Про туризм» визначено, що *задачами* державної системи стандартизації у сфері туристичної діяльності є наступні:

- захист інтересів споживачів і держави з питань безпеки туризму, життя і здоров'я громадян, охорони майна та навколишнього середовища;
- класифікація туристичних ресурсів України, забезпечення їх охорони, встановлення гранично припустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та довкілля;
- підвищення якості товарів, робіт, послуг у туризмі відповідно до потреб споживачів;
- забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій;
- взаємозамінність та сумісність товарів, робіт, послуг, їх уніфікація;
- створення нормативної бази функціонування систем стандартизації і сертифікації товарів, робіт, послуг [8].

Згідно з Декретом Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію» нормативні документи зі стандартизації поділяються на:

- національні стандарти України (ДСТУ), до яких прирівняні міждержавні стандарти країн СНД (ГОСТ);
- галузеві стандарти (ГСТУ);
- стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок (СТТУ);
- технічні умови (ТУ У);
- стандарти підприємств (СТП).

У попередніх розділах навчального посібника були розглянуті усі одинадцять національних стандартів України, три з яких стосуються засобів розміщення туристів, три – туристично-екскурсійних послуг та п'ять – закладів ресторанного господарства.

Варто зазначити, що в Україні національні стандарти містять обов'язкові та рекомендовані вимоги. При цьому обов'язкові вимоги ДСТУ підлягають безумовному виконанню органами державної виконавчої влади, всіма підприємствами, організаціями та громадянами-підприємцями, на діяльність яких поширюється дія цих стандартів. У сфері туризму *обов'язковими* для виконання є вимоги щодо безпеки життя, здоров'я людей, захисту їх майна та охорони навколишнього середовища. *Рекомендованими* вимогами ДСТУ у сфері туризму є, наприклад, вимоги щодо категоризації готелів за системою «зірок» та встановлення «рівнів обслуговування» усім іншим засобам розміщення; класифікація ресторанів та барів за класами («перший», «вищий», «люкс»). Однак якщо туристичне підприємство одержало сертифікат на відповідність певній категорії, то виконання рекомендованих вимог стандарту стає для нього обов'язковим.

Національні стандарти України затверджуються і реєструються центральним органом виконавчої влади у сфері стандартизації і сертифікації, функції якого у даний час виконує Департамент технічного регулювання при Міністерстві економічного розвитку та торгівлі України.

Крім національних стандартів, право власності на які належить державі, підприємства сфери туризму (заклади, організації, фізичні особи-підприємці), можуть користуватися власними стандартами (СТП), які вони створюються самостійно. Наприклад, у готельному бізнесі отримали розповсюдження наступні види СТП:

- стандарт створення першого враження;
- стандарт телефонного етикету;
- стандарт розв'язування проблем туриста;
- стандарт відповіді на прохання або запитання клієнта;
- стандарт роботи зі скаргами споживачів;
- стандарт поведження у випадку похвали;
- стандарт поведження з «важким клієнтом»;
- стандарт безпеки клієнта;
- стандарт продажу послуг;
- стандарт зовнішнього вигляду;
- стандарт поведження в колективі тощо, які переважно існують у вигляді посадових інструкцій.

Стандарт підприємства затверджує посадова особа, що має на це право, підписом або наказом із вказівкою дати набрання ним чинності. СТП не повинен суперечити обов'язковим вимогам національних, міждержавних і галузевих (якщо є) стандартів.

Згідно з українським законодавством, **сертифікація** – процедура, за допомогою якої визначений в установленому порядку орган документально засвідчує відповідність об'єкта сертифікації вимогам, установленим законодавством. Об'єктами сертифікації в туризмі є туристичні послуги та процеси надання цих послуг. Результатом проведення процедури сертифікації є видача сертифіката відповідності.

Задачами сертифікації туристичних послуг є:

- запобігання реалізації товарів, робіт, послуг, небезпечних для життя, здоров'я людей, майна і довкілля;
- сприяння споживачам у свідомому виборі товарів, робіт, послуг;

- забезпечення дотримання обов'язкових норм, правил, вимог щодо охорони навколишнього природного середовища, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки;
- гармонізація стандартів, норм і правил з міжнародними стандартами, нормами і правилами, що стосуються вимог до об'єктів відвідування і туристичних послуг [8].

Сертифікація поділяється на два види – обов'язкову і добровільну:

✓ *Обов'язкова сертифікація* проводиться згідно з «Переліком продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації», який постійно оновлюється у зв'язку зі змінами та доповненнями до чинних законів України та постанов Кабінету Міністрів, або з набуттям чинності нових законодавчих актів нашої держави. Обов'язкова сертифікація здійснюється на відповідність *обов'язковим* вимогам нормативних документів щодо безпеки життя і здоров'я людей, захисту їх майна, охорони навколишнього середовища тощо. Обов'язкову сертифікацію мають право проводити тільки державні організації, акредитовані в системі УкрСЕПРО.

Нещодавно в Україні обов'язковій сертифікації підлягали послуги з тимчасового розміщення (проживання) та послуги харчування, однак у вересні 2012 року цю норму було скасовано.

✓ *Добровільна сертифікація* проводиться з ініціативи самих суб'єктів туристичної діяльності на відповідність їх послуг вимогам національних стандартів, які не є обов'язковими, а носять тільки *рекомендований* характер. Так, в Україні у цей час сертифікація готелів та інших засобів розміщення, ресторанів і барів на певну категорію або на систему управління якістю здійснюється на добровільній основі. Крім того, добровільною є сертифікація послуг туристичних фірм та послуг екскурсоводів.

Добровільна сертифікація послуг турагентів і туроператорів, а також екскурсоводів проводиться на відповідність вимогам, установленим наступними стандартами:

– ГОСТ 28681.1-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг»;

– ГОСТ 28681.2-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования»;

– ГОСТ 28681.3-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов».

Перелік *послуг туристичних фірм*, які можуть бути сертифіковані в Україні:

➤ Послуги з організації подорожей. Включають: розроблення подорожей, що передбачає надання комплексних послуг з перевезення, забезпечення проживання в готелях, надання спортивних та культурно-розважальних заходів тощо, призначених для безпосереднього продажу чи для перепродажу іншими агентствами, у тому числі:

– туристичний відпочинок і подорожі транспортними туристичними маршрутами з різною побудовою траси, крім радіальної, з розміщенням у транспортних засобах (залізничних, на річкових і морських суднах);

– туристичний відпочинок і подорожі транспортними туристичними маршрутами з переїздом на автобусах, літаках, власному автомобілі;

– туристичний відпочинок і подорожі маршрутами з різною категорією складності і різною побудовою траси, з активним способом пересування – пішохідним, гірсько-пішохідним, велосипедним, водним (з використанням гребних, парусних і моторних маломірних плавзасобів), лижним, з використанням верхових, в'ючних і запряжних тварин, санним (з використанням технічних засобів);

– організація спелеотуризму;

– організація екотуризму.

➤ Забезпечення проживання туристів (тобто тут сертифікації підлягає *посередницька послуга* туристичної фірми із забезпечення проживання, інакше кажучи – турфірма повинна мати договори тільки з тими засобами розміщення, які пройшли процедуру сертифікації і одержали сертифікат відповідності):

– у туристичних підприємствах (готелях, турбазах, пансіонатах, мотелях, кемпінгах, наметових містечках, туристичних притулках);

– у приватному секторі, міських квартирах;

– у приватному секторі, будинках сільських жителів.

➤ Послуги туристичні інформаційні:

– надання інформаційних і рекламних матеріалів про туристичні маршрути;

– видання довідок і надання консультацій громадянам з питань організації туризму, забезпечення безпеки на туристичних маршрутах;

– виготовлення туристичних схем, описів маршрутів, складних природних перешкод і об'єктів (печер, річкових порогів, течій та інших).

➤ Послуги екскурсиводів. Включають: послуги провідників груп, незалежних чи надаваних агентствами, з метою допомоги туристам, якщо вони оплачуються окремо, у тому числі: екскурсії оглядові, тематичні, музейні, пішохідні, міські, з використанням транспортних засобів (теплоходів, літаків, гелікоптерів, автобусів, міського транспорту: метро, трамваїв, тролейбусів, легкових автомобілів, «ретро»-транспорту тощо).

Добровільна сертифікація послуг харчування проводиться на відповідність вимогам, установленим наступними стандартами:

– ДСТУ 3862-99 «Ресторанне господарство. Терміни та визначення»;

– ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. класифікація»;

– ГОСТ 30390-95 «Общественное питание. Кулинарная продукция, реализуемая населению. Общин технические условия»;

– ГОСТ 30523-97 «Услуги общественного питания. Общин требования»;

– ГОСТ 30524-97 «Общественное питание. Требования к обслуживающему персоналу».

Послуги харчування, які можуть бути сертифіковані в Україні, включають:

- послуги ресторанів;
- послуги барів;
- послуги кафе;
- послуги їдалень;
- послуги столових.

По результатах добровільної сертифікації послуг харчування ресторанам та барам можуть бути встановлені класи – «перший», «вищий», «люкс», якщо ті заклади їм відповідають.

Добровільна сертифікація послуг розміщення проводиться на відповідність вимогам, установленим наступними стандартами:

- ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги»;
- ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»;
- ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення».

Послуги розміщення, які можуть бути сертифіковані в Україні, включають:

- послуги готелів з ресторанами;
- послуги готелів без ресторанів;
- послуги місць короткотермінового проживання, у тому числі:
 - послуги молодіжних баз та гірських притулків;
 - послуги кемпінгів, включно з послугами майданчиків для автофургонів;
 - послуги дитячих та студентських таборів;
 - послуги центрів та будинків відпочинку;
 - послуги курортних закладів оздоровлювального характеру;
 - здавання під найом умебльованих приміщень на короткий термін;
 - послуги з надання спальних місць у спальних вагонах та інших транспортних засобах;
 - послуги індивідуальних засобів розміщення.

Процедура добровільної сертифікації послуг розміщення може включати:

- сертифікацію послуг розміщення щодо безпеки для життя, здоров'я людей, захисту їх майна та охорони довкілля;
- оцінювання відповідності засобів розміщення вимогам певної категорії;
- сертифікацію готелів на систему управління якістю.

По результатах добровільної сертифікації засобам розміщення можуть бути встановлені такі категорії:

– готелям – «зірки»: 5*, 4*, 3*, 2* та 1*, де 5* – найвища категорія;

– всім іншим об'єктам, призначеним для надання послуг розміщення (у тому числі: мотелям, пансіонатам, будинкам відпочинку, туристичним базам, кемпінгам) категорії встановлюються за рівнем обслуговування в них – 1 рівень, 2 рівень, 3 рівень, 4 рівень та 5 рівень, де 1 рівень – найвищий.

Таким чином, такі засоби державного регулювання, як ліцензування туристичної діяльності, стандартизація та сертифікація туристичних послуг, спрямовані на захист прав споживачів у сфері туристичного обслуговування, на сприяння споживачам у свідомому виборі тих чи інших послуг та на підвищення якості їх надання.

У сучасних ринкових умовах для успішного розвитку бізнесу і для перемоги в конкурентній боротьбі туристичним підприємствам варто орієнтуватися на високий рівень якості, тому що просто вдоволені споживачі легко поміняють постачальника з появою кращого виробника.

ПИТАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗА РОЗДІЛОМ 8

1. Які існують підходи до тлумачення якості послуг?
2. Опішіть основні складові компоненти якості туристичних послуг.
3. Які вимоги до якості обслуговування пред'являють туристи у теперішній час?
4. Які фактори впливають на сприйняття туристами якості послуг?

5. Охарактеризуйте загальні види скарг туристів на якість обслуговування під час подорожі.
6. Які скарги найчастіше висувають туристи до турфірм-організаторів турів?
7. Які способи розв'язування конфліктів у сфері надання туристичних послуг Вам відомі?
8. Що представляє собою саморегулювання відносин між турфірмою і клієнтом, незадоволеним якістю обслуговування?
9. Охарактеризуйте механізм складання претензії до туристичної фірми.
10. Опішіть порядок дій туриста, який має намір висунути вимоги до туристичної фірми-банкрута.
11. До яких інстанцій має право звертатися турист щодо виплати компенсації за неякісне обслуговування у турі.
12. Які засоби державного регулювання якості послуг підприємств сфери туризму Вам відомі?
13. Охарактеризуйте ліцензування туристичної діяльності з точки зору захисту прав споживачів та партерів по бізнесу туристичних фірм.
14. У чому полягає сутність стандартизації туристичних послуг?
15. Які види стандартів Вам відомі згідно з Декретом Кабінету Міністрів «Про стандартизацію і сертифікацію»?
16. Охарактеризуйте сутність та основні задачі сертифікації туристичних послуг.
17. У чому полягає обов'язкова та добровільна сертифікація туристичних послуг?
18. Які види туристично-екскурсійних послуг турфірм, послуг розміщення та послуг харчування можуть бути сертифіковані згідно з чинним українським законодавством?
19. Опішіть порядок встановлення категорій засобам розміщення в Україні.

Термінологічний словник до розділу 1

Туризм – тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання

в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає [8].

Організаційні форми туризму (згідно із Законом України «Про туризм») – міжнародний і внутрішній туризм [8].

Міжнародний туризм – це в'їзний туризм (подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території) та виїзний туризм (подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни) [8].

Внутрішній туризм – подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території [8].

Конкретизація форм туризму за «Методикою розрахунку обсягів туристичної діяльності»:

– **Міжнародний туризм** – це сукупність іноземного (в'їзного) та зарубіжного (виїзного) туризму [15].

– **Внутрішній туризм** – це поїздки відвідувачів-резидентів за межі свого звичайного середовища, але в межах своєї країни (подорожі в межах України осіб, які постійно проживають в Україні) [15].

– **Іноземний (в'їзний) туризм** – це поїздки відвідувачів-нерезидентів у регіоні, що знаходиться за межами їх звичайного середовища (подорожі в межах України осіб, що не проживають постійно в Україні) [15].

– **Зарубіжний (виїзний) туризм** – це поїздки осіб-резидентів країни (регіону), які здійснюють перебування в місцях, що знаходяться за межами їх країни і за межами їх звичайного

середовища (подорожі осіб, що постійно проживають в Україні, за межами митної території України) [15].

– **Туризм в межах країни** – це сукупність внутрішнього та іноземного (в'їзного) туризму [15].

– **Національний туризм** – це сукупність внутрішнього та зарубіжного (виїзного) туризму [15].

Туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо) [8].

Туристична послуга – результат діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб туристів [33].

Характерні туристичні послуги та товари – послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких суттєво скоротиться без їх реалізації туристам [8].

Супутні туристичні послуги та товари – послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротиться без їх реалізації туристам [8].

Екскурсія – туристична послуга, що забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів [35].

Тур – набір туристичних послуг з конкретними термінами початку та завершення, який реалізується оптовому чи роздрібному споживачеві [33].

Похід – туристична послуга, яка забезпечує задоволення оздоровчих та пізнавальних потреб туристів при активних способах пересування по маршруту [35].

Подорож – комплексна туристична послуга, яка забезпечує задоволення оздоровчих, пізнавальних потреб туристів при певних умовах їх життєзабезпечення [35].

Туристичне споживання – споживання вироблених різними галузями економіки товарів та послуг для задоволення потреб туристів [15].

Внутрішнє туристичне споживання – охоплює споживання відвідувачів-резидентів у межах економічної території даної країни [15].

Іноземне (в'їзне) туристичне споживання – охоплює споживання відвідувачів-нерезидентів в межах економічної території даної країни [15].

Зарубіжне (виїзне) туристичне споживання – охоплює споживання відвідувачів-резидентів за межами економічної території даної країни [15].

Туристичні витрати – споживчі витрати відвідувача, які пов'язані із забезпеченням його потреб як туриста, і здійснені ним (або від його імені) перед, протягом та після поїздки та у місцях відвідання [15].

Туристична індустрія – сукупність різних суб'єктів підприємницької діяльності, основна виробнича діяльність яких пов'язана з наданням послуг, виробництвом та реалізацією товарів для задоволення потреб туристів [15].

Туристичні ресурси України – це пропоновані або такі, що можуть пропонуватися, туристичні пропозиції на основі та з використанням об'єктів державної, комунальної чи приватної власності [8].

Термінологічний словник до розділу 2

Турист – особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін [8].

Екскурсант – особа, якій надаються послуги з організації подорожей на території України, що не перевищують 24 години, у супроводі фахівця-екскурсовода за заздалегідь складеними

маршрутами з метою ознайомлення з пам'ятками історії, культури, природи, музеями, з визначними місцями тощо.

Одноденний відвідувач – відвідувач, перебування якого у місці відвідання менше ніж 24 години і при цьому не включає жодної ночівлі у відвідуваному місці [15].

Звичайне середовище – місцевість у безпосередній близькості від місць проживання, роботи чи навчання відвідувача або інших місць, що часто або регулярно ним відвідуються. Для більшості мешканців прикордонних територій звичайним середовищем є прикордонні території обох суміжних держав. Значна частина таких мешканців мають джерела життєзабезпечення саме на території суміжної держави [15].

Прикордонний обмін – перетин кордону особами, які мешкають у прикордонній території та регулярно або час від часу перетинають кордон з метою перебування у прикордонній території сусідньої держави (така територія для цих осіб є звичайним середовищем) на термін, що не перевищує 24 години, без здійснення ночівлі у країні відвідання [15].

Просування туристичного продукту – комплекс заходів, спрямованих на створення та підготовку до реалізації туристичного продукту чи туристичних послуг (організація рекламно-ознайомлювальних подорожей, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів тощо) [8].

Місце продажу (реалізації) туристичних послуг – країна, в якій зареєстровано відповідний суб'єкт господарювання, що реалізує туристичний продукт [8].

Місце надання туристичних послуг – країна, на території якої безпосередньо надаються туристичні послуги [8].

Фахівці туристичного супроводу – гіді-перекладачі, екскурсіводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом і які в установленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування [8].

Дозвіл на право здійснення туристичного супроводу – офіційний документ, який підтверджує кваліфікацію фахівця туристичного супроводу і дає право на:

- надання екскурсійних послуг екскурсоводами та гідями-перекладачами в населених пунктах та об'єктах показу, внутрішніми правилами яких це не заборонено, у межах даної адміністративної території та надання дорожньої інформації під час слідування туристичних груп до місця призначення;

- надання відповідних послуг із туристичного супроводу іншими фахівцями туристичного супроводу [17].

Термінологічний словник до розділу 3

Туристичні оператори (далі - туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність [8].

Туристичні агенти (далі – турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг [8].

Ліцензіат – суб'єкт господарювання, який одержав ліцензію на провадження певного виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню [4].

Ліцензія – документ державного зразка, який засвідчує право ліцензіата на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного строку у разі його встановлення Кабінетом Міністрів України за умови виконання ліцензійних умов [4].

Ліцензійні умови – установлений з урахуванням вимог законів вичерпний перелік організаційних, кваліфікаційних та інших спеціальних вимог, обов’язкових для виконання при провадженні видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню [4].

Ліцензування – видача, переоформлення та анулювання ліцензій, видача дублікатів ліцензій, ведення ліцензійних справ та ліцензійних реєстрів, контроль за дотриманням ліцензіатами ліцензійних умов, видача розпоряджень про усунення порушень ліцензійних умов, а також розпоряджень про усунення порушень законодавства у сфері ліцензування [4].

Програма туристичного обслуговування туристів – перелік послуг, визначних об’єктів та дозвільних подій, надаваних туристам у певній послідовності, часі, місці та умовах обслуговування [33].

Туристичний маршрут – попередньо намічений шлях туристичного походу (екскурсії, подорожі), що характеризується певним порядком переміщення туристів по географічних точках [33].

Туристична траса – затверджений та відповідним чином обладнаний маршрут [33].

Технологічна карта туристичної подорожі – технологічний документ, який визначає зміст програми та умов обслуговування туристів на конкретному маршруті [33].

Термінологічний словник до розділу 4

Засоби розміщення – будь-які об’єкти, в яких регулярно або час від часу надають послуги розміщування для ночівлі [27].

Коллективні засоби розміщення – засоби розміщування, в яких надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні, у яких число місць повинно перевищувати певний мінімум для груп осіб, більших ніж одна сім’я, а всі місця підлягають єдиному керівництву та оплаті відповідно до встановлених цін [27]. Примітка: для колективних засобів розміщення мінімум місць встановлено на рівні 30 і більше [12].

Коллективні засоби розміщення поділяють на готелі та аналогічні засоби розміщення; спеціалізовані засоби розміщення (оздоровчі засоби розміщування; табори праці та відпочинку; громадські транспортні засоби; конгрес-центри); інші колективні засоби розміщення (помешкання, призначені для відпочинку; майданчики для кемпінгу; стоянки морського та річкового транспорту; інші колективні засоби розміщення) [27].

Готель – підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов’язковим обслуговуванням [8].

Аналогічні засоби розміщення – підприємства будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включно з щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів [8].

Готелі та аналогічні засоби розміщення – колективні засоби розміщення, що складаються більше ніж з шістьох номерів; мають єдине керівництво; надають готельні послуги, зокрема обслуговування в номерах, щоденне заправління ліжок та прибирання кімнат і санвузлів; згруповані в класи і категорії відповідно до переліку надаваних послуг на наявного устаткування і не входять до категорії спеціалізованих закладів [27].

Спеціалізовані засоби розміщення – колективні засоби розміщення, що можуть бути безприбутковими, мають єдине керівництво, надають мінімум готельних послуг (крім щоденного заправління ліжок), не обов’язково мають номери, а можуть мати одиниці житлового типу або колективні спальні приміщення, і, крім розміщування, виконують ще яку-небудь функцію (наприклад, лікування, оздоровлювання, соціальну допомогу, транспортування тощо) [27].

Типи колективних засобів розміщення за ДСТУ 4527:2006

Агроготель – готель, розташований у сільській місцевості, який має умови для сільськогосподарської діяльності під час відпочинку [28].

Акватель – готель, облаштований на кораблі, вилученому з експлуатації як транспортний засіб, і який перебуває на стаціонарній стоянці [28].

Апартамент-готель (апарт-готель) – готель, у якому номерний фонд представлений житловими кімнатами, у складі яких є кухня або функціональна зона з умовами для самостійного готування їжі [28].

База відпочинку – аналогічний готелю засіб розміщення з мінімальними зручностями, зазвичай, сезонного функціонування, розташований у рекреаційній зоні, який забезпечує умови для відпочинку [28].

Ботель – готель цілорічного функціонування, розміщений на невеликому за розміром плавзасобі, який має умови для швартування і технічного обслуговування засобів водного транспорту (примітка: найпоширенішими плавзасобами для облаштування ботелю є дебаркадер, понтон, спеціально переобладнане судно, тимчасово вилучене з експлуатації) [28].

Будинок відпочинку – аналогічний готелю засіб розміщення, зазвичай цілорічного функціонування, розташований у рекреаційній зоні, і який забезпечує умови для відпочинку з надаванням послуг оздоровчо-профілактичного характеру у регламентованому режимі [28].

Гостьовий будинок – аналогічний готелю засіб розміщення з умебльованими кімнатами та з мінімальними зручностями; здебільшого пропонують сніданок [28].

Готельно-офісний центр – готель, частина приміщень якого не є номерним фондом, а спеціально обладнана і використовується як офіси [28].

Гуртожиток – засіб розміщення, як правило, відомчої підпорядкованості, до якої належать житлові кімнати, розташовані за коридорною (блочною) системою, і має умови для самостійного

готування їжі з надаванням кухонного обладнання у спільне користування на поверсі [28].

Дитячий табір – засіб розміщення, як правило, сезонного функціонування для активного відпочинку та оздоровлення дітей у регламентованому режимі [28].

Кемпінг – засіб розміщення на огороженій території, де розміщення забезпечують у котеджах та (або) бунгало, та (або) надають місця для розташовування наметів, караванів та караванів-будиночків, територія облаштована санітарно-технічними зручностями загального користування [28].

Клуб-готель – готель, розташований при клубі, в якому організують дозвілля та надають послуги переважно членам клубу [28].

Конгрес-готель – готель, який має умови для організування і провадження конгрес-заходів (примітка: найпоширенішими видами конгрес-заходів є з'їзди, наради, симпозіуми, виставки, конференції, семінари, ділові зустрічі, переговори) [28].

Конгрес-центр (бізнес-центр) – заклад, який спеціалізується на організуванні та проведенні конгрес-заходів та надає готельні послуги лише учасникам конгрес-заходів (примітка: найпоширенішими видами конгрес-заходів є з'їзди, наради, симпозіуми, виставки, конференції, семінари, ділові зустрічі, переговори) [28].

Круїзне судно – транспортний засіб, на якому надають послуги з тимчасового розміщення у каютах, а також послуги харчування і розваги під час круїзу [28].

Курортний готель – готель, розташований на території курорту, який має умови для відпочинку та оздоровлення [28].

Мотель – готель, розташований за межами міста вздовж автошляху, як правило, в одно-двоповерховій будівлі або в частині будівлі з окремим входом, який має умови для паркування й технічного обслуговування автомобілів [28].

Готель-люкс – готель, який має тільки номери типу «люкс» та (або) апартамент, президентський апартамент [28].

Готель-резиденція – готель-люкс закритого типу, призначений для обслуговування державних посадових осіб [28].

Палац-готель – готель, розташований у будівлі, яка є історико-архітектурною пам'яткою палацової або замкової архітектури (примітка: в окремих країнах цей тип має характерну назву, наприклад, у Франції – шато, в Іспанії – парадор) [28].

Пансіонат – аналогічний готелю засіб розміщення оздоровчого призначення, розташований у замській або у рекреаційній зоні з регламентованим режимом харчування та відпочинку (примітка: пансіонат з лікуванням – пансіонат, який має умови для надання медичних і профілактичних послуг та лікування) [28].

Профілакторій – аналогічний готелю засіб розміщення, як правило, відомчого підпорядкування, призначений для організування відпочинку та загального оздоровлення, який має умови для надавання послуг профілактичного лікування професійних хвороб [28].

Санаторій – готель, розташований на території курорту або рекреаційної зони, який забезпечує надавання послуг лікування у регламентованому режимі (примітка: види санаторіїв – дитячий (для дітей від 6 до 18 років), для дітей з батьками, однопрофільний, багатoproфільний, спеціалізований) [28].

Табір праці та відпочинку – засіб розміщення сезонного функціонування, який має умови для здійснювання у регламентованому режимі певної діяльності під час відпочинку (примітка 1: дитячий табір праці та відпочинку – табір праці та відпочинку для дітей віком від 14 до 18 років; примітка 2: у таборах праці та відпочинку найпоширенішими видами діяльності є сільськогосподарська, археологічна, екологічна) [28].

Туристична база – аналогічний готелю засіб розміщення, розташований на туристичному маршруті з активними способами пересування туристів і має умови для харчування та організування активного відпочинку у регламентованому режимі (примітка: туристичними маршрутами з активними способами пересування туристів є гірський, лижний, водний, пішохідний) [28].

Туристичний комплекс – аналогічний готелю засіб розміщення з двох або більше будівель, в якому забезпечують надавання комплексу послуг; у більшості випадків надають послуги харчування, торгівлі, зв'язку та розважання (примітка: види туристичних комплексів – туристично-оздоровчий комплекс, спортивно-оздоровчий комплекс, дитячий оздоровчий комплекс, лікувально-оздоровчий комплекс) [28].

Туристичний потяг – транспортний засіб, на якому під час подорожі за туристичним маршрутом забезпечують розміщення у купе залізничних вагонів, а також послуги харчування у спеціально обладнаному вагоні-ресторані [28].

Гірський притулок – засіб розміщення, розташований у віддаленій гірській місцевості на туристичному маршруті з активними способами пересування, призначений для короткочасного перебування та відпочинку (примітка 1: гірський притулок може бути з охороною або без неї; примітка 2: для сільської місцевості вживається термін «туристичний притулок») [28].

Флотель – спеціально обладнане комфортабельне судно, яке використовують як плавучий готель, в якому забезпечують надавання послуг активного відпочинку і розважання; може мати умови для проведення конгрес-заходів (примітка: найпоширенішими видами конгрес-заходів є з'їзди, наради, симпозіуми, виставки, конференції, семінари) [28].

Хостел (молодіжний готель) – готель, у якому номери, розташовані зазвичай за коридорною або блочною системою, і має умови для самостійного готування їжі та санітарно-технічній зручності на поверсі або у блоці; може організовувати харчування у закладі ресторанного господарства [28].

Типи номерів за ДСТУ 4527:2006

Президентський апартамент – номер з трьох і більше житлових кімнат, міні-кухні або кухонної ніші, одного повного та одного чи більше додаткових санвузлів для гостей, розрахований на проживання однієї-двох осіб (примітка 1: номер типу

«президентський апартамент» містить такі житлові кімнати: спальня, кабінет, вітальня або їдальня; примітка 2: у номері типу «президентський апартамент» повний санвузол містить умивальник, ванну або джакузі, душ, унітаз, біде) [28].

Апартамент – номер з двох і більше житлових кімнат, кухонної ніші, одного повного та одного додаткового санвузлів для гостей: розрахований на проживання однієї-двох осіб (примітка 1: номер типу «апартамент» містить такі житлові кімнати: спальня, вітальня або їдальня, або кабінет; примітка 2: у номері типу «апартамент» повний санвузол містить умивальник, ванну, душ, унітаз) [28].

Люкс – номер з двох і більше житлових кімнат та повного санвузла, розрахований на проживання однієї-двох осіб (примітка 1: номер типу «люкс» містить такі житлові кімнати: спальня, вітальня або кабінет; примітка 2: у номері типу «люкс» повний санвузол містить умивальник, ванну або душ, унітаз) [28].

Дуплекс – двоповерховий номер з двох і більше житлових кімнат із внутрішніми стаціонарними сходами, та повним санвузлом; розрахований на проживання однієї-двох осіб (примітка: у номері типу «дуплекс» повний санвузол містить умивальник, ванну, душ, унітаз) [28].

Напівлюкс; студіо – номер з однієї житлової кімнати з плануванням, яке дає змогу використовувати частину приміщення як вітальню або місце для готування та приймання їжі, та повного санвузла; розрахований на проживання однієї-двох осіб (примітка: у номерах типу «напівлюкс» повний санвузол містить умивальник, ванну або душ та унітаз) [28].

Стандарт (назва номера); номер першої категорії – номер з однієї житлової кімнати та повного санвузла, розрахований на проживання однієї-двох осіб (примітка: у номерах типу «стандарт» повний санвузол містить умивальник, ванну або душ та унітаз) [28].

Номер другої категорії – номер з однієї житлової кімнати та неповного санвузла; розрахований на проживання однієї-двох осіб

(примітка: у номерах другої категорії неповний санвузол містить умивальник та унітаз) [28].

Номер третьої категорії – номер з однієї житлової кімнати і неповного санвузла; розрахований на проживання трьох і більше осіб (примітка: у номерах третьої категорії неповний санвузол, містить умивальник та унітаз) [28].

Номер четвертої категорії – номер з однієї житлової кімнати з умивальником, розрахований на проживання трьох і більше осіб [28].

Номер п'ятої категорії – номер з однієї житлової кімнати без санітарно-технічних зручностей, розрахований на проживання трьох і більше осіб (примітка: у готелях та аналогічних засобах розміщення, що мають номери п'ятої категорії санвузол розміщено на коридорі) [28].

Суміжні номери – два і більше номерів, сполучені між собою дверима, і які можуть мати спільний передпокій, спільний чи окремі санвузли [28].

Одномісний номер – номер, призначений для розміщування однієї особи та оснащений одним односпальним ліжком (примітка: у спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують аббревіатуру SNGL, яка походить від англійського слова «single». Аббревіатуру рекомендовано використовувати в юридичних та інших документах як загальноприйняту в світовій практиці) [28].

Двомісний номер з одним двоспальним ліжком – номер, призначений для розміщування двох осіб, оснащений одним двоспальним ліжком (примітка: у спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують – аббревіатуру DBL, яка походить від англійського слова «double» Аббревіатуру рекомендовано використовувати в юридичних та інших документах як загальноприйняту в світовій практиці) [28].

Двомісний номер з двома односпальними ліжками – номер, призначений для розміщування двох осіб, оснащений двома односпальними ліжками. (примітка: у спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують аббревіатуру TWN яка походить від англійського слова «twin». Аббревіатуру рекомендовано

використовувати в юридичних та інших документах як загальноприйняту в світовій практиці) [28].

Багатомісний номер – номер, призначений для розміщування трьох і більше осіб, оснащений односпальними ліжками за кількістю осіб, які проживають [28].

Індивідуальні засоби розміщення – власне житло, в якому за плату або безоплатно надають обмежену кількість місць (примітка: менше ніж 30 [12]); у цьому разі всі одиниці розміщування (кімната, житло) є незалежні і їх займають туристи або господарі, які використовують це житло протягом обмеженого проміжку часу як другий будинок або будинок для відпочинку (дачу) [27].

Індивідуальні засоби розміщення включають орендовані засоби розміщення (кімнати, орендовані в сімейних будинках; житло, орендоване у приватних осіб або через агентства); інші типи індивідуальних засобів розміщення (неосновне власне житло; житло, що його надають безоплатно родичам чи знайомим; інші колективні засоби розміщування туристів) [27].

Типи індивідуальних засобів розміщення за ДСТУ 4527:2006

Бунгало – обладнаний засіб розміщення, виготовлений з легких будівельних матеріалів, оснащений інвентарем для самостійного готування їжі [28].

Гостьова квартира – засіб розміщення в окремому мебльованому приміщенні житлового будинку з однієї або кількох кімнат, кухні та санітарно-технічного вузла [28].

Гостьова кімната – засіб розміщення в окремому мебльованому приміщенні гостьової квартири у житловому будинку, де надають мінімальні зручності та здебільшого пропонують сніданок [28].

Дача – неосновне житло приватної особи у рекреаційній зоні, використовуване нею для надання послуг з тимчасового розміщування з метою відпочинку [28].

Караван – мобільний автопричіп, обладнаний для розміщення та готування їжі [28].

Збірно-розбірний караван – караван, який можна монтувати, демонтувати на місці та перевозити автотранспортним засобом [28].

Караван-будиночок – караван, використовуваний переважно у стаціонарному режимі, або пересувний, розташований переважно на території кемпінгу і може бути під'єднаний до інженерної мережі забезпечування життєдіяльності (примітка: в практичній діяльності поширеними є терміни «стаціонарний караван», «мобільний пересувний будиночок», «караван для відпочинку») [28].

Котедж – заміський засіб розміщення із однієї або кількох кімнат для тимчасового проживання однієї чи кількох сімей або осіб, з окремими входами для кожної з них) [28].

Намет – укриття, вироблене з тканини, яке можна монтувати і демонтувати на місці, переносити та перевозити транспортним засобом [28].

Намет-причіп – намет, змонтований на автопричепі [28].

Сільський будинок – приватний будинок на території особистого селянського господарства, де можуть надавати послуги харчування або умови для самостійного готування їжі переважно із продуктів особистого селянського господарства [28].

Фермерський будинок – сільський будинок, розташований на території фермерського господарства [28].

Готельна послуга – дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу відповідно до категорії готелю [8].

Основні готельні послуги – обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що включається до ціни номера (місця) і надається споживачу згідно з укладеним договором [20].

Додаткові готельні послуги – обсяг послуг, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором [20].

Бронювання – процес замовлення замовником готелю основних і/або додаткових послуг у певному обсязі, з метою використання послуг в обумовлені терміни конкретним споживачем або групою споживачів [20].

Підтвердження заброньованих послуг – згода готелю щодо виконання замовленого обумовленого переліку основних і додаткових послуг згідно з заявкою [20].

Відмова в бронюванні послуг – відмова готелю в бронюванні основних і додаткових послуг готелю у визначений договором термін [20].

Анулювання – відмова замовника від заброньованих послуг. Анулювання поділяється на три види: своєчасне анулювання, пізнє анулювання, неприбуття [20].

Своєчасне анулювання – відмова замовника від використання заброньованих послуг не пізніше ніж за три доби до дати запланованого заїзду або в обумовлені договором терміни [20].

Пізнє анулювання – анулювання у термін не пізніше, ніж за одну добу до дати запланованого заїзду або в обумовлені договором терміни [20].

Неприбуття – фактичне неприбуття споживача, групи споживачів до готелю у день заїзду або ануляція заброньованих послуг менше ніж за 24 години до вказаної дати поселення [20].

Термінологічний словник до розділу 5

Ресторанне господарство – вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надавання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього [23].

Заклад ресторанного господарства – організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і/або доготовляє, продає і організує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів,

може організувати дозвілля споживачів (примітка: заклад ресторанного господарства розміщується в окремій будівлі або спеціально обладнаному приміщенні іншої капітальної або некапітальної споруди виробничих підприємств, установ, навчальних, лікувальних, оздоровчих закладів, готелів, магазинів, закладів культури, або у вагонах залізничного, салонах авіа-, авто- та водного транспорту тощо) [23].

Клас закладу ресторанного господарства – сукупність відмінних ознак закладу ресторанного господарства певного типу, яка характеризує рівень вимог до продукції власного виробництва і закупних товарів, умов їх споживання, організування обслуговування та дозвілля споживачів (примітка: за ступенем комфорту, рівнем обслуговування і обсягом надаваних послуг ресторани і бари поділяють на три класи: люкс, вищий і перший) [23].

Тип закладу ресторанного господарства – сукупність загальних характеристик виробничо-торговельної діяльності закладу ресторанного господарства [23].

Типи закладів ресторанного господарства за ДСТУ 4281:2004

Ресторан – заклад ресторанного господарства з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, високим рівнем обслуговування і комфорту у поєднанні з організуванням відпочинку і дозвілля споживачів (примітка: «ресторан» від франц. «restorantes» - укріплювальний, відновлювальний. За часом обслуговування ресторани поділяють на: швидкого обслуговування і звичайні; за методами обслуговування – обслуговування офіціантами і самообслуговування. Розрізняють спеціалізовані ресторани: рибний ресторан, ресторан національної кухні тощо) [23].

Ресторан-бар – різновид ресторану, до складу якого належить бар, торговельна зала якого суміжна з торговельною залогом ресторанна або барна стойка розміщена в торговельній залі ресторану [23].

Кафе – заклад ресторанного господарства із широким асортиментом страв нескладного готування, кондитерських виробів і

напоїв, в якому застосовують самообслуговування або обслуговування офіціантами (примітка: розрізняють спеціалізовані кафе: кафе-кондитерська, кафе-морозиво, кафе-молочне тощо) [23].

Кав'ярня – різновид кафе з різноманітним асортиментом кави [23].

Кафе-бар – різновид кафе, до складу якого входить бар, торговельна зала якого суміжна з торговельною залою кафе або барна стойка розміщена в торговельній залі кафе [23].

Кафе-пекарня – різновид кафе, відмінною ознакою якого є виробництво і продаж хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів на місці [23].

Чайний салон – різновид кафе з широким асортиментом чаю, де можна продавати кондитерські, булочні та борошняні кулінарні вироби [23].

Кафетерій – заклад ресторанного господарства для самообслуговування з асортиментом страв нескладного готування і напоїв, торговельна зала якого обладнана торговельно-технологічним устаткуванням, призначеним для роздавання їжі [23].

Закусочка, шинок – заклад ресторанного господарства для самообслуговування, де переважає асортимент гарячих і холодних закусок, страв нескладного готування, призначений для швидкого обслуговування споживачів (примітка: розрізняють спеціалізовані закусочні: «Галушки», «Куліш», «Деруни», «Сосиски», «Млинці», «Пиріжки», «Чебуреки», «Шашлики», «Вареники», «Пельмені», «Піцерія» тощо) [23].

Бар – заклад ресторанного господарства, в якому алкогольні, безалкогольні, змішані напої та страви до них і закупні товари продають через барну стойку (примітка: розрізняють спеціалізовані бари: винний, пивний, молочний, вітамінний, коктейль-бар тощо) [23].

Нічний клуб – різновид бару або ресторану, який працює переважно в нічні години, з організуванням різноманітних видовищ і розважально-танцювальних програм із музичним супроводом

(примітка: розрізняють нічні клуби з послугами дозвілля: кабаре, більярд, диско тощо) [23].

Пивна зала – різновид бару або ресторану з широким асортиментом пива [23].

Їдальня – заклад ресторанного господарства для обслуговування певного контингенту споживачів із різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, в якому страви можуть надавати у вигляді скомплектованих раціонів харчування (примітка: функціонує, як правило, за місцем роботи споживачів, у навчальних закладах, військових підрозділах, лікувальних та оздоровчих закладах, відділеннях лікарень, закладах соціальної підтримки малозабезпечених верств населення тощо. В їдальнях можуть функціонувати зали оздоровчої, лікувальної та лікувально-профілактичної призначеності. В якості спеціалізованих їдалень розрізняють дієтичні їдальні) [23].

Буфет – заклад ресторанного господарства з обмеженим асортиментом готових страв і напоїв, розміщений у спеціально обладнаному приміщенні, де їжу споживають, як правило, стоячи чи подають на винос [23].

Фабрика-заготівельня – заклад ресторанного господарства, призначений для механізованого виробництва власної продукції та централізованого забезпечування нею інших закладів ресторанного господарства та об'єктів роздрібною торгівлі [23].

Фабрика-кухня – заклад ресторанного господарства, призначений централізовано готувати і постачати готову до споживання їжу в різні місця [23].

Домова кухня – заклад ресторанного господарства, призначений виготовляти продукцію власного виробництва і продавати її домашнім господарствам (примітка: приймає від споживачів замовлення на кулінарну продукцію, булочні і борошняні кондитерські вироби, організує консультації з питань готування їжі, може організувати споживання їжі на місці) [23].

Ресторан за спеціальними замовленнями (catering) – заклад ресторанного господарства, призначений готувати і постачати готову

їжу та організувати обслуговування споживачів в інших місцях за спеціальними замовленнями (примітка: такі заклади можуть обслуговувати банкети, фірмові прийоми, ділові зустрічі, весілля та інші свята у залах, офісах, на природі, під тентами тощо) [23].

Послуга харчування – результат діяльності підприємств і громадян-підприємців по задоволенню потреб споживачів в харчуванні та проведенні дозвілля [37].

Процес обслуговування (в ресторанному господарстві) – сукупність операцій, які виконуваних виконавцем при безпосередньому контакті зі споживачем послуг при реалізації кулінарної продукції та організації дозвілля [37].

Умови обслуговування харчуванням – сукупність факторів, які впливають на споживача в процесі отримання послуги харчування [37].

Послуга харчування ресторану – послуга з виготовлення, реалізації та організації споживання широкого асортименту страв та виробів складного приготування всіх основних груп із різноманітних видів сировини, покупних товарів і вино-горілчаних виробів, яка надається кваліфікованим виробничим та обслуговуючим персоналом на умовах підвищеного рівня комфорту і матеріально-технічного оснащення у сполученні з організацією дозвілля або без нього [37].

Послуга харчування бару – послуга з виготовлення і реалізації широкого асортименту напоїв, закусок, кондитерських виробів, покупних товарів, зі створення умов для їх споживання у барної стійки або у залі [37].

Послуга харчування кафе – послуга з виготовлення і реалізації кулінарної продукції і покупних товарів в обмеженому асортиментів в порівнянні з підприємствами інших типів та в основному нескладного виготовлення, а також зі створення умов для їх споживання на підприємстві [37].

Послуга харчування їдальні – послуга з виготовлення кулінарної продукції різноманітної по днях тижня або спеціальних раціонів харчування для різних груп обслуговуємого контингенту

(робочих, школярів, туристів тощо), а також за створення умов для реалізації та організації їх споживання на підприємстві [37].

Послуга харчування закускової – послуга з виготовлення вузького асортименту кулінарної продукції, у тому числі з певного виду сировини, а також зі створення умов для її реалізації та споживання [37].

Типи тарифів засобів розміщення в залежності від включення (або не включення) до них харчування:

«Лише номер»: **«розміщення без харчування» (room only)** – тариф, до якого включено лише вартість послуг з тимчасового розміщення (примітка: у спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують аббревіатуру ОА, яка походить від англійських слів «only accommodation»). Тут і далі – аббревіатуру рекомендовано використовувати в юридичних та інших документах як загальноприйняту у світовій практиці) [28].

«Ліжко та сніданок» («bed and breakfast») – тариф, до якого включено вартість послуг з тимчасового розміщення та сніданку (примітка 1: сніданок організують, як правило, за типом «шведський стіл»; примітка 2: у спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують аббревіатуру В&В, яка походить від англійських слів «bed and breakfast») [28].

«Напівпансіон» (half board) – тариф, до якого включено вартість послуг з тимчасового розміщення та дворазового харчування на вибір – сніданок, обід або вечеря (примітка: у спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують аббревіатуру НВ, яка походить від англійських слів «half board») [28].

«Повний пансіон» (full board) – тариф, до якого включено ціну ПОСЛУГ часового розміщення та не менше як триразового харчування – сніданок, обід, вечеря (примітка: у спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують аббревіатуру ФВ, яка походить від англійських слів «full board») [28].

«Усе включено» (all inclusive) – тариф, до якого включено вартість послуг з тимчасового розміщення, харчування та напоїв, а також користування усіма іншими наявними зручностями та

послугами у засобі розміщення (примітка: у спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують аббревіатуру AI, яка походить від англійських слів «all inclusive») [28].

Термінологічний словник до розділу 6

Повітряні перевезення. Повітряне перевезення – перевезення пасажирів, багажу, вантажів або пошти, яке здійснюється повітряним судном на підставі відповідного договору повітряного перевезення. Перевезення може бути міжнародним та внутрішнім [22].

Чартерне повітряне перевезення – нерегулярне повітряне перевезення, що здійснюється на підставі договору чартеру (фрахтування), за яким авіаперевізник надає фрахтівнику або фрахтівникам за плату визначену кількість місць або всю місткість повітряного судна на один або декілька рейсів для перевезення пасажирів, багажу, вантажу або пошти, вказаних фрахтівником [22].

Договір чартеру (фрахтування) повітряних суден – угода, за якою одна сторона (фрахтівник) зобов'язується надати другій стороні (фрахтувальникові) за плату всю або частину місткості в одному чи кількох повітряних суднах на один або кілька рейсів для перевезення пасажирів, багажу [22].

Авіаційний перевізник (авіаперевізник) – суб'єкт господарювання, який надає послуги з перевезення пасажирів, вантажу повітряним транспортом: у випадку українського перевізника – на підставі ліцензії, а також сертифіката експлуатанта, виданого урядовим органом державного управління у сфері цивільної авіації України; або на підставі відповідного документа компетентного органу іншої країни, який відповідає положенням міжнародних договорів, що є обов'язковими для України, – у випадку іноземного авіаперевізника [22].

Правила перевізника – правила, інструкції та технології, встановлені перевізником, які використовуються під час перевезення пасажирів і/або багажу, у тому числі правила повітряних перевезень

пасажирів і багажу, правила застосування тарифів, стандарти з обслуговування пасажирів і багажу, порядок розгляду претензій [22].

Пасажир – особа (за винятком членів екіпажу та додаткових спеціалістів на борту повітряного судна, працівників експлуатанта повітряного судна, уповноваженого представника відповідного національного органу регулювання чи особи, що супроводжує вантаж), що перевозиться повітряним судном за згодою перевізника згідно з договором перевезення [22].

Пасажир транзитний – пасажир, який згідно з договором міжнародного повітряного перевезення далі перевозиться тим самим рейсом, яким він прибув до проміжного аеропорту [22].

Пасажир трансферний – пасажир, який згідно з договором міжнародного повітряного перевезення направляється в пункт трансферу (пересадки) одним рейсом, а далі перевозиться іншим рейсом того самого або іншого перевізника [22].

Морські та річкові перевезення. **Послуги з перевезення пасажирів і вантажів морським та річковим транспортом** – здійснення будь-якою юридичною чи фізичною особою (суб'єктом підприємницької діяльності) переміщення пасажирів, вантажів, багажу, пошти за допомогою морського і річкового транспорту, у тому числі круїзи [7].

Круїз – подорож по морю по замкненому маршруту або з радіальними поїздками з портів у внутрішні райони країни [28].

Судно – самохідна чи несамохідна плавуча споруда, що використовується для перевезення вантажів, пасажирів, багажу і пошти [7].

Залізничні перевезення. **Послуга залізничного транспорту** – перевезення пасажирів та їх ручної поклажі в усіх категоріях пасажирських поїздів та перевезення багажу, вантажобагажу у багажних вагонах [21].

Поїзд пасажирський – поїзд, сформований з вагонів, призначених для перевезення пасажирів, багажу та вантажобагажу. Залежно від швидкості поїзди можуть бути пасажирськими, швидкими, прискореними, швидкісними, високошвидкісними. До

складу пасажирського поїзда можуть також входити вагони зі спеціальним обладнанням, що належать до пасажирських [21].

Поїзд підвищеного комфорту – пасажирський поїзд, сформований з вагонів типової або спеціальної конструкції, яким присвоєна категорія підвищеного комфорту [21].

Поїзд спеціальний – пасажирський поїзд, призначений для перевезення груп пасажирів на замовлення юридичної або фізичної особи [21].

Поїзд приміський – поїзд, сформований з вагонів, призначених для перевезення пасажирів та ручної поклажі (багажу) у приміському сполученні [21].

Вагони пасажирські – вагони, призначені для перевезення пасажирів. До числа цих вагонів належать також багажні, вагони-ресторани, службово-технічні (службові, у тому числі вагони-салони, клуби, санітарні, випробувальні та вимірювальні, лабораторії, автомобілевози та інші вагони пасажирського типу зі спеціальним обладнанням) [21].

Вагон пасажирський спеціальний – пасажирський вагон, який у встановленому порядку призначений до курсування на замовлення будь-якої юридичної або фізичної особи для перевезення групи пасажирів, багажу чи вантажобагажу [21].

Вагон-салон – спеціальний службовий пасажирський вагон, частина якого обладнана для роботи, частина – для відпочинку [21].

Категорія вагона – різновидність вагонів для перевезення пасажирів залежно від їх облаштування, кількості місць у вагоні та умов проїзду. Розрізняють такі категорії вагонів:

а) 1, 2, 3 класів – з відкритими та закритими купе з місцями для сидіння;

б) загальні сидячі – з відкритими купе з місцями для сидіння;

в) плацкартні – з відкритими купе з місцями для лежання;

г) купейні – окремими чотиримісними купе з місцями для лежання;

г) м'які – з окремими двомісними «СВ» та тримісними купе з місцями для лежання.

Залежно від внутрішнього облаштування та конструкції зазначені вагони можуть визначатись як вагони підвищеного комфорту, бізнес-класу, економ-класу, фірмові тощо. Вагони можуть бути також комбінованими – з купе різної категорії [21].

Категорії купе. **Купе бізнес-класу** – спеціально обладнане в м'якому вагоні купе підвищеного комфорту. Кількість місць у бізнес-класі визначається конструкцією вагона [21].

Купе змішане – купе, у яке здійснено продаж проїзних документів для осіб незалежно від статі (чоловічої, жіночої) [21].

Купе сімейне – спеціально обладнане купе вагона з місцями для лежання, продаж проїзних документів у яке здійснюється як для трьох осіб, що здійснюють поїздку разом [21].

Купе чоловіче (жіноче) – купе, у яке здійснюється продаж проїзних документів тільки для осіб чоловічої (жіночої) статі [21].

Організована група пасажирів – належним чином зорганізована туристичною організацією або будь-якою юридичною чи фізичною особою група пасажирів у кількості 10 і більше осіб, які здійснюють спільну поїздку поїздом за однаковим маршрутом і з однією метою поїздки [21].

Автотранспортні перевезення. **Послуга з перевезення пасажирів чи вантажів автотранспортом** – перевезення пасажирів чи вантажів автотранспортними засобами на договірних умовах із замовником послуги за плату [2].

Автомобіль легковий – автомобіль, який за своєю конструкцією та обладнанням призначений для перевезення пасажирів з кількістю місць для сидіння не більше ніж дев'ять з місцем водія включно [2].

Автобус – транспортний засіб, який за своєю конструкцією та обладнанням призначений для перевезення пасажирів з кількістю місць для сидіння більше ніж дев'ять з місцем водія включно [2].

Регулярні пасажирські перевезення автотранспортом – перевезення пасажирів на автобусному маршруті загального користування за умовами, визначеними паспортом маршруту, затвердженим в установленому порядку органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування або уповноваженими органами Договірних Сторін у разі міжнародних перевезень [2].

Регулярні спеціальні пасажирські автоперевезення – перевезення певних категорій пасажирів (працівників підприємств, школярів, студентів, туристів, екскурсантів та інших) на автобусному маршруті за умовами, визначеними паспортом маршруту, затвердженим в установленому порядку замовником транспортних послуг або уповноваженими органами Договірних Сторін у разі міжнародних перевезень [2].

Термінологічний словник до розділу 7

Технологічна карта екскурсії – технологічний документ, який визначає логічну послідовність огляду визначних об'єктів на маршруті (примітка: технологічна карта включає просторово-часові характеристики окремих етапів екскурсії – тривалість, довжина, місце розташування зупинок, точок огляду тощо, основні творчі задачі екскурсовода на кожному етапі) [33].

Контрольний текст екскурсії – технологічний документ, який включає науковий, актуалізований зміст інформації, наданої екскурсантам (примітка: на підставі тексту екскурсовод складає індивідуальний текст, який відображує особливості та можливості екскурсовода та відповідає інтересам конкретних екскурсантів) [33].

«Портфель екскурсовода» – комплекс інформаційних матеріалів (фотографій, копій документів, географічних карт, схем, репродукцій з картин тощо), використовуваних екскурсоводом у ході екскурсії [33].

Термінологічний словник до розділу 8

Якість послуги – сукупність характеристик послуги, які визначають її здатність задовольняти встановлені або передбачені потреби споживача [36].

Якість обслуговування – сукупність характеристик процесу умов обслуговування, які забезпечують задоволення встановлених або передбачених потреб споживача [36].

Рівень якості послуги (обслуговування) – відносна характеристика якості послуги (обслуговування), заснована на порівнянні фактичних значень показників її (його) якості з нормативними значеннями цих показників [36].

Контроль якості послуги (обслуговування) – сукупність операцій, яка включає проведення вимірювань, іспитів, оцінки однієї чи декількох характеристик послуги (обслуговування) та порівняння отриманих результатів зі встановленими вимогами [36].

Система якості послуг – сукупність організаційної структури, відповідальності, процедур, процесів та ресурсів, яка забезпечує здійснення загального керівництва якістю послуг [36].

Стандарти ISO серії 9000 розроблено, щоб допомогти організаціям незалежно від їхнього типу та розміру запровадити та забезпечити функціонування ефективних систем управління якістю [32].

ISO 9000 описує основні положення систем управління якістю та визначає термінологію стосовно систем управління якістю [32].

ISO 9001 устанавлює вимоги до системи управління якістю для випадків, коли організація має продемонструвати свою спроможність поставляти продукцію, що відповідає вимогам замовників і застосовних регламентів, а також прагне підвищувати задоволеність замовників [32].

ISO 9004 подає настанови щодо результативності та ефективності системи управління якістю. Призначеність цього стандарту – поліпшувати показники діяльності організації, а також задоволеність замовників та інших зацікавлених сторін [32].

ISO 19011 подає настанови щодо проведення аудиту систем управління якістю та екологічного управління [32].

Стандартизація – це діяльність, що полягає у встановленні положень для загального і багаторазового застосування щодо наявних чи можливих завдань з метою досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній сфері, результатом якої є підвищення ступеня відповідності продукції, процесів та послуг їх функціональному призначенню, усунення бар'єрів у торгівлі і сприяння науково-технічному співробітництву [6].

Сертифікація – процедура, за допомогою якої визнаний в установленому порядку орган документально засвідчує відповідність продукції, систем якості, систем управління якістю, систем управління довкіллям, персоналу встановленим законодавством вимогам [9].

Ліцензування – видача, переоформлення та анулювання ліцензій, видача дублікатів ліцензій, ведення ліцензійних справ та ліцензійних реєстрів, контроль за дотриманням ліцензіатами ліцензійних умов, видача розпоряджень про усунення порушень ліцензійних умов, а також розпоряджень про усунення порушень законодавства у сфері ліцензування [4].

Принципи управління якістю - встановлено вісім принципів управління якістю, які найвище керівництво може застосовувати, щоб поліпшувати показники діяльності організації: орієнтація на замовника; лідерство; залучення працівників; процесний підхід; системний підхід до управління; постійне поліпшування; прийняття рішень на підставі фактів; взаємовигідні стосунки з постачальниками [32].

Види документів, використовуваних у системах управління якістю. **Настанови щодо якості** – документи, які подають узгоджену інформацію як внутрішнього, так і зовнішнього використання про наявну в організації систему управління якістю [32].

Програми якості – документи, які описують, як систему управління якістю застосовують до конкретних продукції (послуги), проекту чи контракту [32].

Методичні настанови – документи, в яких викладено рекомендації чи пропозиції [32].

Робочі інструкції (задокументовані методики, кресленики) – документи, які подають інформацію про послідовність виконання робіт і процесів [32].

Протоколи – документи, які зазначають об'єктивні докази щодо виконаних робіт або досягнених результатів [32].

Обсяг потрібної документації та використовувані носії залежить від таких чинників, як тип і розмір організації, складність і взаємодія процесів, складність продукції, вимоги замовників, застосовні вимоги регламентів, кваліфікація персоналу, а також ступінь необхідності доведення виконання вимог до системи управління якістю [32].

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Повітряний Кодекс України // Офіційний вісник України. – 2011. – № 46.
2. Про автомобільний транспорт : Закон України від 5 травня 2001 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 83.
3. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 травня 1991 р. // Голос України. – 1991. – 8 червня.
4. Про ліцензування певних видів господарської діяльності : Закон України від 19 квітня 2007 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2007. – № 31.
5. Про природно-заповідний фонд : Закон України від 16 червня 1992 р. // Голос України від 25.07.1992 р.
6. Про стандартизацію : Закон України від 17 травня 2001 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 31.
7. Про транспорт : Закон України від 10 листопада 1994 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 51.
8. Про туризм : Закон України від 15 вересня 1995 р. // Урядовий кур'єр. – 1995. – 16 листопада.
9. Про стандартизацію і сертифікацію : Декрет Кабінету міністрів України від 10 травня 1993 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 27.
10. Про затвердження переліку органів ліцензування : Постанова Кабінету Міністрів України від 14 листопада 2000 р. // Офіційний вісник України. – 2000. – № 46.
11. Про порядок встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) : Постанова Кабінету Міністрів України від 29 липня 2009 р. // Офіційний вісник України. – 2009. – № 58.
12. Про порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) : Постанова Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 р. // Офіційний вісник України. – 2006. – № 11.
13. Про порядок обслуговування громадян залізничним транспортом : Постанова Кабінету Міністрів України від 19 березня 1997 р. // Офіційний вісник України. – 1997. – № 12.

14. Ліцензійні умови провадження туropolераторської діяльності : Наказ Міністерства інфраструктури України від 10 липня 2013 р. // Офіційний вісник України. – 2013. – № 68.
15. Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності : Наказ Державної туристичної адміністрації України та Державного комітету статистики України від 12 листопада 2003 р. // Офіційний вісник України. – 2003. – № 50.
16. Положення про зоологічний парк загальнодержавного значення : Наказ Міністерства охорони навколишнього природного середовища та ядерної безпеки України, Міністерства культури і мистецтв України від 20 лютого 1998 р. // Офіційний вісник України. – 1998. - № 17.
17. Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцями туристичного супроводу : Наказ Державної туристичної адміністрації України від 24 вересня 2004 р. // Офіційний вісник України. – 2004. – № 42.
18. Порядок визначення класу комфортності автобусів, сфери їхнього використання за видами сполучень та режимами руху : Наказ Міністерства транспорту та зв'язку України від 12 квітня 2007 р. // Офіційний вісник України. – 2007. – № 35.
19. Порядок і умови організації перевезень пасажирів та багажу автомобільним транспортом : Наказ Міністерства транспорту України від 21 січня 1998 р. // Офіційний вісник України. – 1998. – № 17.
20. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг : Наказ Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 р. // Офіційний вісник України. – 2004. – № 14.
21. Правила перевезення пасажирів, багажу, вантажобагажу та пошти залізничним транспортом України : Наказ Міністерства транспорту та зв'язку України від 27 грудня 2006 р. // Офіційний вісник України. – 2007. – № 26.

22. Правила повітряних перевезень пасажирів і багажу : Наказ міністерства транспорту і зв'язку України від 23 квітня 2010 р. // Офіційний вісник України. – 2010. – № 63.
23. Заклади ресторанного господарства. Класифікація : ДСТУ 4281:2004. – [Чинний від 2004-07-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – 16 с. – (Національний стандарт України).
24. Общественное питание. Кулинарная продукция, реализуемая населению. Общие технические условия : ГОСТ 30390-95. – [Чинний від 1997-07-01]. – К. : Держстандарт України, 1997. – 26 с. – (Національний стандарт України).
25. Общественное питание. Требования к обслуживающему персоналу : ГОСТ 30524-97. – [Чинний від 1998-01-01]. – К. : Держстандарт України, 1998. – 16 с. – (Національний стандарт України).
26. Ресторанное хозяйство. Термины та определения : ДСТУ 3862-99. – [Чинний від 1999-07-01]. – К. : Держстандарт України, 1999. – 37 с. – (Національний стандарт України).
27. Услуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги : ДСТУ 4268:2003. – [Чинний від 2004-07-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – 14 с. – (Національний стандарт України).
28. Услуги туристичні. Засоби розміщення. Термины та определения : ДСТУ 4527:2006. – [Чинний від 2006-10-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2006. – 28 с. – (Національний стандарт України).
29. Услуги туристичні. Класифікація готелів : ДСТУ 4269:2003. – [Чинний від 2004-07-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – 18 с. – (Національний стандарт України).
30. Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9001:2008, IDT) : ДСТУ ISO 9001:2009. – [Чинний від 2009-09-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2009. – 56 с. – (Національний стандарт України).
31. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності (ISO 9004:2000, IDT) : ДСТУ ISO 9004:2001. – [Чинний від 2001-07-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2001. – 70 с. – (Національний стандарт України).

32. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2005, IDT) : ДСТУ ISO 9000:2007. – [Чинний від 2008-01-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2008. – 36 с. – (Національний стандарт України).
33. Туристско-екскурсионное обслуговування. Проектирование услуг : ГОСТ 28681.1-95. – [Чинний від 1997-01-01]. – К. : Держстандарт України, 1997. – 26 с. – (Національний стандарт України).
34. Туристско-екскурсионное обслуговування. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов : ГОСТ 28681.3-95. – [Чинний від 1997-01-01]. – К. : Держстандарт України, 1997. – 14 с. – (Національний стандарт України).
35. Туристско-екскурсионное обслуговування. Туристские услуги. Общие требования : ГОСТ 28681.2-95. – [Чинний від 1997-01-01]. – К. : Держстандарт України, 1997. – 11 с. – (Національний стандарт України).
36. Услуги населению. Термины и определения : ГОСТ 30335-95. – [Чинний від 1997-01-01]. – К. : Держстандарт України, 1997. – 12 с. – (Національний стандарт України).
37. Услуги общественного питания. Общие требования : ГОСТ 30523-97. – [Чинний від 1998-01-01]. – К. : Держстандарт України, 1998. – 15 с. – (Національний стандарт України).
38. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. – К. : Знання України, 2006. – 352 с.
39. Александрова А.Ю. Международный туризм : учебник / А.Ю. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 470 с.
40. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг : учебное пособие / Н.Ю. Арбузова. – М. : Академия, 2009. – 224 с.
41. Бабарицька В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення тур продукту : навчальний посібник / В.К. Бабарицька, О.Ю. Малиновська. – К. : Альтерпрес, 2004. – 288 с.

42. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание : учебное пособие / С.И. Байлик. – К. : Дакор, 2006. – 288 с.
43. Балашова Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса : [монография] / Е.А. Балашова. – М.: Вершина, 2006. – 200 с.: табл.
44. Баумгартен Л.В. Стандартизация и сертификация в туризме : учебник / Л.В. Баумгартен. – М. : Дашков и К^о, 2009. – 352 с.
45. Биржаков М.Б. Введение в туризм : учебник / М.Б. Биржаков. – СПб. : Издательский дом Герда, 2006. – 512 с.
46. Бойцова М. Усе про облік та організацію готельного бізнесу / М. Бойцова, О. Піроженко. – Харків : Фактор, 2005. – 232 с.
47. Бочелюк В.Й. Дозвіллезнавство : навчальний посібник / В.Й. Бочелюк, В.В. Бочелюк. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 208 с.
48. Вавилова Е.В. Основы международного туризма : учебное пособие / Е.В. Вавилова. – М. : Гардарики, 2005. – 160 с.
49. Виноградова О.В. Розвиток готельного бізнесу в Україні: основні складові розвитку / О.В. Виноградова, О.В. Куценко // Торгівля і ринок України : тематичний збірник наукових парць. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2008. – Вип. 26, Т. 1. – С. 177-183.
50. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес : учебник/ Ю.Ф. Волков. – Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 352 с.
51. Волков Ю.Ф. Экономика гостиничного бизнеса: учебное пособие / Ю.Ф. Волков. – Ростов н/Д : Феникс, 2005. – 380 с.
52. Воронкова Л.П. Туризм. Гостеприимство. Сервис. Словарь-справочник / Л.П. Воронкова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 367 с.
53. Галасюк С.С. Аналіз термінологічного апарату національних стандартів України по засобах розміщення туристів / С.С.Галасюк, О.В.Гусева // Економіка Криму: науково-практичний журнал. – 2011. – Вип. 3 (36). – С. 40-45.

54. Галасюк С.С. Взаємозв'язок розвитку транспорту та туризму // С.С. Галасюк, К.І.Ободовська. – Науковий вісник ОДЕУ. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – 2008. - № 18 (86).
55. Галасюк С.С. Вплив термінологічного апарату на окремі показники туристичної діяльності в Україні / С.С. Галасюк // Вісник ДІТБ: зб. наук. праць. Вип. 13. – Донецьк : Донецьк. ін-т туристич. бізнесу, 2009. – С. 170–176.
56. Галасюк С.С. Проблеми розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні / С.С.Галасюк, К.А.Галасюк // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки: науковий журнал. Серія «Економічні науки». – 2013.
57. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник / С.С.Галасюк, С.Г.Нездоймінов. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 178 с.
58. Галасюк С.С. Стандартизація, сертифікація туристичних послуг та ліцензування туристичної діяльності : навчальний посібник / С.С. Галасюк. – Одеса : Астропринт, 2011. – 208 с.
59. Герасименко В.Г. Основы туристического бизнеса : учебное пособие / В.Г. Герасименко. – Одесса : Черноморье, 1997. – 160 с.
60. Герасименко В.Г. Організація туристичних подорожей та перевезень : навчальний посібник / В.Г. Герасименко, А.В. Замкова. – Харків : Бурун Книга, 2011. – 135 с.
61. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие : учебное пособие / В.Г. Гуляев. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 304 с.
62. Дементьева Е.П. Ресторанный бизнес. Секреты успеха : монография / Е.П. Дементьева. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 256 с.
63. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства : учебное пособие / Е.А. Джанджугазова. – М. : Академия, 2003. – 224 с.

64. Дурович А.П. Организация туризма : учебное пособие / А.П. Дурович. – СПб : Питер, 2009. – 320 с.
65. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : навчальний посібник / Л.П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
66. Емельянов В.В. Экскурсоведение : учебное пособие / В.В. Емельянов. – М. : Советский спорт, 2007. – 216 с.
67. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы : учебник / Е.Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 192 с.
68. Квартальнов В.А. Туризм : учебник / В.А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 320 с.
69. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навчальний посібник / В.Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2003. – 300 с.
70. Кравчук І.В. Організаційно-економічний механізм управління розвитком сфери туристичних послуг: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / І.В. Кравчук. – Львів, 2011. – 22 с.
71. Кузнєцова Н.М. Основи економіки і організації готельного та ресторанного господарства : навчальний посібник / Н.М. Кузнєцова. – К. : Вид-во ІТ ФПУ, 1997. – 173 с.
72. Кузнєцова Н.М., Нездоймінов С.Г. Регіональний вимір розвитку туристичного та готельного бізнесу : [монографія] / Н.М. Кузнєцова, С.Г. Нездоймінов. – Одеса : Астропринт, 2010. – 256 с.
73. Кусков А.С. Менеджмент транспортных услуг: туризм : учебное пособие / А.С. Кусков, О.В. Понукалина. – М. : Рконсульт, 2004. – 448 с.
74. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2008. – 355 с.

- 75.Любіцева О.О. Методика розробки турів : навчальний посібник / О.О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2003 . – 104 с.
- 76.Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : підручник / О.О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2005. – 436 с.
- 77.Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія і практика : навчальний посібник / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
- 78.Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу : навчальний посібник / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – К. : Центр учбової літератури, 2004. – 272 с.
- 79.Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика : навчальний посібник / М.П. Мальська, В.В. Худо. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.
- 80.Мунін Г.Б. Франчайзинг у готельно-ресторанному бізнесі : навчальний посібник / Г.Б. Мунін, Ю.О. Карягін, А.С. Артеменко, Ю.В. Кошиль / За загальною редакцією Л.С. Трофименко і О.О.Гаца. – К. : Кондор, 2008. – 370 с.
- 81.Нездоймінов С.Г. Організація екскурсійних послуг: навчально-методичний посібник / С.Г.Нездоймінов. – Одеса: Астропринт, 2011. – 216 с.
- 82.Нездоймінов С.Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід : монографія. – Одеса: Астропринт, 2009 . – 304 с.
- 83.Нешков Марин. Туроператорска, агентска и транспортна дейност. – Варна: Университетско издателство Икономически университет, 2000. – 226 с. (болг. мовою).
- 84.Петрова І.В. Дозвілля в зарубіжних країнах : підручник / І.В.Петрова. – К. : Кондор, 2005. – 408 с.
- 85.Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства : навчальний посібник / П.Р. Пуцентейло. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.

- 86.Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименко. – Одеса : Астропринт, 2013. – 334 с.
- 87.Рудяк Ю. Все про облік та організацію туристичної діяльності / Ю. Рудяк, В. Кузнецов, А. Клименко . – Харків : Фактор, 2007. – 276 с.
- 88.Сапрунова В.Б. Туризм: еволюція, структура, маркетинг. – М.: Ось-89, 1997. – 160 с.
- 89.Семенов В.Ф. Управління регіональним розвитком туризму: навчальний посібник / В.Ф.Семенов, В.Г.Герасименко, Г.П.Горбань. – Одеса-Сімферополь: Аріал, 2012. – 340 с.
- 90.Сенин В.С. Организация международного туризма : учебник / В.С.Сенин. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 400 с.
- 91.Сенин В.С. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения : учебное пособие / В.С. Сенин, А.В. Денисенко. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 144 с.
- 92.Скопень М.М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі : навчальний посібник / М.М. Скопень. – К. : Кондор, 2005. – 302 с.
- 93.Смирнов І.Г. Логістика туризму : навчальний посібник / І.Г. Смирнов. – К. : Знання, 2009. – 444 с.
- 94.Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах : підручник / Т.Г. Сокол. – К. : Альтерпрес, 2009. – 447 с.
- 95.Сокол Т.Г. Основи туризмознавства : навчальний посібник / Т.Г.Сокол. – К. : Слов'янський дім, 2006. – 76 с.
- 96.Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності : підручник / Т.Г. Сокол / під ред. доктора пед. наук, проф. В.Ф. Орлова. – К. : Грамота, 2004. – 327 с.
- 97.Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доп. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.

98. Третьякова Т.Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Т.Н. Третьякова. – М. : Академия, 2008. – 272 с.
99. Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник / Г.А. Аванесова, Л.П. Воронкова, В.И. Маслов, А.И. Фролов; Под ред. Л.П. Воронковой. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 367 с.
100. Туризм и гостиничное хозяйство : учебное пособие / Л.П. Шматько, Л.В. Жолобова, Г.И. Ляшко, П.П. Маркин и др.]; под редакцией Л.П. Шматько. – М. : МарТ, 2007. – 352 с.
101. Уніфіковані технології готельних послуг : навчальний посібник / за ред. проф. В.К. Федорченка. – К. : Вища шк., 2001. – 237 с.
102. Уокер Дж. Введение в гостеприимство. – М.: Юнити-Дана, 2002. – 596 с.
103. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії : навчальний посібник / Н.В. Чорненька. – К. : Атіка, 2006. – 264 с.
104. Шаповал М.І. Менеджмент якості : підручник / М.І. Шаповал. – К. : Знання, 2003. – 475 с.
105. Школа І.М. та ін. Менеджмент туристичної індустрії : навчальний посібник / за ред. проф. І.М. Школи. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2007. – 596 с.
106. Экономика и организация туризма. Международный туризм: учебник / [Е.Л. Драчёва, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев и др.]; под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчёвой. – М. : КНОРУС, 2005. – 576 с.
107. Kaspar, C. Die touristische Verkehrsleistung. Zurich / St/Gakken, 1964.
108. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org>.
109. Парк «Київська Русь» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.parkkyivrus.com>.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**Віктор Григорович ГЕРАСИМЕНКО,
Світлана Сергіївна ГАЛАСЮК**

**ОРГАНІЗАЦІЯ
НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Підписано до друку 20.06.2014.
Формат 60*84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк. – 14,06
Тираж 300 прим. Замовлення № 611

Друкарня «Атлант» ВОІ СОІУ 65029,
м. Одеса, Ольгіївський узвіз, 8
Свідоцтво ДК №3564 від 31.08.2009
Тел.: 728-45-71 e-mail: ev_atlant@mail.ru