

## Тема 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ З ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ

### План

1. Організація обслуговування туристів у готельних закладах.
2. Організація обслуговування туристів у закладах харчування.
3. Організація транспортного та екскурсійного обслуговування туристів.
4. Організація обслуговування клієнтів туристичними підприємствами.

### 1. Організація обслуговування туристів у готельних закладах

Процеси обслуговування у сфері гостинності є важливим фактором, що зумовлює вплив на якість туристичного продукту, фінансово-економічну ефективність функціонування та процеси управління готельно-туристичною галуззю. Організація процесу обслуговування у готелях є стандартною щодо таких підприємств, однак у кожному закладі залежно від розмірів, структури, категорії, типу, ринкового сегменту обслуговування клієнтів характеризується певною ідентичністю.

Більшість туристичних послуг, серед яких і готельне обслуговування, будуються на принципах сучасної гостинності, що підвищує їх роль у розвитку туризму, а також ставить певні завдання перед системою підготовки кадрів для готельно-туристичного сервісу.

Технологічний цикл готельного обслуговування поділяється на чотири умовні етапи:

1. До прибуття у готель – бронювання;
2. Прибуття клієнта до готелю, його реєстрація і розміщення;
3. Проживання і обслуговування клієнта у готелі;
4. Виїзд гостя, остаточна оплата ним послуг готелю.

Перший етап технологічного циклу починається з моменту спілкування потенційного клієнта з персоналом готелю перед прибуттям гостя у заклад розміщення. Спілкування здійснюють через різні види телекомунікаційних засобів (телефон, факс, Інтернет) і пов'язується з можливістю попереднього

замовлення (бронювання) готельних послуг. Джерела бронювання послуг можуть бути постійними та епізодичними. Постійні джерела заявок на бронювання надходять від туристичних підприємств, агентів і фірм, які організують виставки, конференції, семінари, а також від інших компаній, близько розташованих біля готелю, що зумовлює необхідність розміщення їх співробітників і партнерів у бізнесі. До постійних джерел бронювання належать системи централізованого бронювання (GDS).

Під час першої фази гостьового циклу обслуговування здійснюється остаточна підготовка закладу розміщення до прийому гостя: підтверджується факт його приїзду, можлива зміна терміну прибуття, необхідність трансферу (доставки, яка передбачена у переліку послуг готелю), екскурсійні послуги для ознайомлення з визначним місцями міста. За день до поселення здійснюється обов'язкова санітарна підготовка номера. До другої фази гостьового циклу належить зустріч гостей на вокзалі чи в аеропорті, їх трансфер у готель, реєстрація і розміщення у готелі.

Процес зустрічі гостей і їх трансферу до готелю відіграють важливу психологічну і емоційну функції, оскільки перші враження від контакту з персоналом і готелем найдовше запам'ятовуються клієнтами. Зустріч і трансфер також необхідні для зменшення втоми гостей, бо втомлений чи невдоволений клієнт спричиняє втрату коштів від невикористаних ним додаткових готельних послуг.

Під час трансферу важливим є інформування клієнта про розташування готелю відносно важливих туристичних об'єктів і обслуговуючої інфраструктури міста. Після прибуття відвідувача до готелю друга фаза гостьового циклу пов'язана з організацією поселення гостей. Клієнти отримують необхідну інформацію про послуги та особливості організації роботи закладу розміщення, його планування. Здійснюється також попередня оплата за проживання, додаткові і супутні послуги готелю.

Отже, друга фаза обслуговування виконує важливу інформаційну, адаптаційну і комунікаційну функції.

Третя фаза гостьового циклу є найтривалішою і пов'язана з обслуговуванням гостей під час проживання у готелі. Для забезпечення певного рівня комфорту проживання готелі повинні надавати згідно з їх категорії, спеціалізації чи місткості певний обсяг додаткових послуг. Головна мета будь-якого готельного підприємства – наблизити умови проживання клієнта до домашніх упродовж усього терміну перебування, а також створити умови для ефективної роботи, відпочинку і розваг. У готельних підприємствах з вищим рівнем обслуговування обов'язковою є наявність бізнес-центру, закладів додаткового сервісу, оздоровчого центру, послуг з паркування та оренди автотранспорту тощо. Додаткові та супутні послуги є досить важливими у забезпеченні доходів готелів, оскільки їх частка може досягати до 30% загального доходу.

До четвертої фази гостьового циклу належать процеси повного розрахунку клієнта за проживання і надані йому додаткові платні послуги. Під час остаточного розрахунку адміністратору чи бухгалтеру готелю необхідно перевірити точність рахунку, а також переглянути відповідність всіх нарахувань за термін перебування клієнта у готелі.

Слід додатково звернути увагу гостя для перевірки правильності нарахування суми. Якщо були допущені помилки у розрахунках, то необхідно внести відповідні зміни і вибачитися перед клієнтом.

Підтвердженням достовірності розрахунків є підпис клієнта. Завершальною фазою гостьового циклу у багатьох готелях є трансфер гостей на вокзал чи в аеропорт. Впровадження цієї послуги у технологію роботи готелю стимулюватиме гостей повторно відвідати цей заклад розміщення завдяки комфортності та високому рівню надання основних і додаткових послуг.

- 1) адміністративно-управлінська служба;
- 2) служба бронювання;
- 3) служба прийому й розміщення;
- 4) служба номерного фонду;

- 5) служба обслуговування вестибюльних приміщень;
- 6) фінансово-комерційна служба;
- 7) інженерно-експлуатаційна служба;
- 8) кадрова служба;
- 9) служба харчування.

Адміністративно-управлінська служба у готелях забезпечує організацію управління всіма структурними підрозділами готельного підприємства, а також приймає загальні рішення щодо його функціонування – вирішення проблем фінансового і кадрового забезпечення, модернізації фондів закладу, визначення напрямків діяльності тощо.

Служба бронювання (резервування) виконує функції безпосереднього збуту готельних послуг, тому ефективність управління процесами бронювання відображається на доходах готелю. Власне процес бронювання є налагодженням співпраці між уповноваженими працівниками готелю й гостями. Саме з процесу замовлення місць і номерів у готелі, тобто бронювання, починається обслуговування гостей. У процесі пошуку потенційний клієнт ознайомлюється з пропозиціями декількох готелів, обираючи кращий, тому метою служби бронювання є необхідність впливу на його вибір, наголошуючи на перевагах саме цього готелю серед конкурентів.

Головним функціональним підрозділом в організаційній структурі готельного підприємства для обслуговування клієнтів є служба прийому і розміщення. У процесі обслуговування клієнти найчастіше взаємодіють з персоналом цієї служби, оскільки від нього отримують інформацію про послуги готелю, здійснюють бронювання місць, забезпечується поселення, оплата послуг, забезпечення комфортних умов під час перебування у готелі.

Служба прийому і розміщення одночасно координує роботу інших служб, пов'язану з безпосереднім обслуговуванням клієнтів – служби бронювання, обслуговування номерного фонду, громадського харчування, а також аналізує рівень заповнюваності номерів за певний час, контролює оплату клієнтами послуг готелю, забезпечує ведення документації та здійснює

інші обов'язки. В організаційній структурі готельних підприємств служба обслуговування номерів поряд з іншими сервісними службами є одним з найголовніших підрозділів.

Чистота і порядок є чи не найголовнішим критерієм комфорту готельних закладів. Головна функція цієї служби полягає у наданні послуг у номерах, забезпеченні необхідного санітарно-гігієнічного стану і комфорту номерного фонду, приміщень загального користування (хол, вестибюль, коридор, сходові, ліфтова, побутова зони), здійсненні контролю за станом обладнання номерів, чистоти постільної білизни, уніформи працівників готелю. За чисельністю працівників у готелі служба обслуговування номерів є найбільшою, бо часто охоплює до 50% кількості всього обслуговуючого персоналу. Значення персоналу служби обслуговування номерів є одним з основних у формуванні доходів готелю, оскільки продаж номерів приносить головну частину доходів всього підприємства.

Служба обслуговування приміщень вестибюльної групи є теж однією з головних у готелі, оскільки її персонал здійснює постійну комунікацію з клієнтами і відвідувачами, а також виконує ряд функцій, пов'язаних з їх обслуговуванням. Враховуючи важливість перших вражень клієнта про готель, особлива відповідальність покладається на професійні якості обслуговуючого персоналу, який здійснює перше спілкування та роботу з гостями.

Основними функціями служби обслуговування вестибюлів є: зустріч гостей, їх супровід у номер, доставка особистих речей, надання загальної інформації про особливості культури країни чи місцевості, допомога у небезпечних ситуаціях, паркування та догляд автотранспорту тощо.

Фінансово-комерційна служба готелю забезпечує облік і контроль обігу фінансових ресурсів, а також несе відповідальність за забезпечення необхідними для функціонування підприємства матеріально-технічними та виробничими ресурсами. У структурі така служба традиційно складається з бухгалтерії і планово-комерційного відділу, однак в деяких готелях ці

структурні ланки функціонують окремо. У технологічних процесах обслуговування бухгалтерія здійснює постійний зв'язок зі всіма службами, відділами і персоналом готелю.

Фінансова служба забезпечує надходження грошових переказів, підготовку фінансових звітів від кожного структурного торгового підрозділу готелю (особливо від служб прийому і розміщення, громадського харчування, спортивно-розважальних закладів), облік і контроль фінансової документації, інформування адміністрації про економічні результати діяльності готелю.

Оскільки готелі є великими підприємствами, то вони мають складне інженерно-технічне обладнання, яке постійно функціонує та забезпечує задоволення виробничо-побутових потреб гостей та персоналу закладу.

Обладнання готельного підприємства включає систему водопостачання і водовідведення, системи опалення та електропостачання, протипожежну систему, вентиляцію, телефонний зв'язок, телевізійне і радіоустаткування, автоматичні системи охорони та інші компоненти. У спорудах готелю розташовані технічні приміщення з обладнанням, що забезпечує роботу персоналу служби.

Експлуатація інженерного обладнання здійснюється згідно з технічною документацією, планів поверхів і номерів, інженерних систем (опалення, каналізації, водопроводу, освітлення), паспорта ліфта тощо. Інженерно-експлуатаційна служба у готелях функціонує для забезпечення необхідних умов для експлуатації будівлі і обладнання згідно з встановленими стандартами безпеки і якості.

Кадрова служба готельних підприємств виконує наступні функції: підбір, працевлаштування, оцінювання та навчання персоналу, залагодження конфліктів, формування корпоративної культури, розробка посадових інструкцій, сприяння у поліпшенні умов праці працівників, підвищення їх кваліфікації, заохочення і мотивацію персоналу.

Функції цієї служби також пов'язані із веденням особистих справ усіх працівників готелю, укладанням угод для проведення навчання і підвищення кваліфікації персоналу.

Функціонування комплексу підприємств громадського харчування у готелях часто забезпечує спеціальний відділ, який підпорядковується безпосередньо керівництву закладу розміщення.

Служба харчування відповідає за ефективність функціонування основних її структурних ланок: готельного ресторану, кафе, бару, кухні, кондитерського та кулінарного цехів, складських приміщень. До підпорядкування цієї служби належать також відповідальні за роботу закладів харчування особи та санітарний лікар.

Така схема роботи використовується у більшості підприємств громадського харчування середніх і великих готельних комплексів. Часто до великих гастрономічних служб належать окремі структурні підрозділи, такі, як: кондитерські цехи, буфети, нічні клуби тощо.

## 2. Організація обслуговування туристів у закладах харчування

За характером торгово-виробничої діяльності та головних критеріїв функціонування у класифікації гастрономічних закладів всі підприємства харчування поділяються на такі типи:

ресторан, кафе, бар, буфет, їдальня, закусочна тощо.

Ресторан – підприємство громадського харчування, що пропонує гостям широкий асортимент страв, напоїв, кондитерських виробів, зокрема фірмового та складного приготування.

Рівень обслуговування у ресторанах залежить від кваліфікації

Туроперейтинг 174

обслуговуючого персоналу та поєднується з організацією відпочинку і розваг для гостей та відвідувачів закладу.

Одними з основних функцій ресторану є організація відпочинку і розваг гостей. Метою рекреаційно-анімаційної діяльності ресторанних закладів є нормалізація емоційного стану,

зняття втоми, відновлення психофізичних й розумових сил гостей. Після відвідування ресторану у гостя повинні залишитися

позитивні емоції і враження. Значну роль у ресторані відіграє його атмосфера, яку формують різні категорії гостей та обслуговуючий персонал, завданням якого є організація і коригування

програми перебування гостей у закладі. Залежно від атмосфери зустрічі гостя, залежать його наміри залишатися у закладі, обсяг замовлення та тривалість перебування у ресторані. Головну

роль у створенні атмосфери гастрономічного закладу відіграє обслуговуючий персонал, який зустрічає та обслуговує гостей.

Персонал повинен бути привітним і створювати особливий оригінальний стиль обслуговування гостей у закладі.

Кафе – підприємство громадського харчування, що надає гостям обмежений асортимент страв і напоїв, кондитерських виробів, молочнокислої продукції у поєднанні з відпочинком і розвагами. У більшості готельних і туристичних комплексів кафе функціонують як окремі структурні підприємства.

Бар – спеціалізоване підприємство харчування, що пропонує гостям різні напої, десерти, закуски та кондитерські

вироби. Часто бари розташовуються у приміщенні готелів, ресторанів, кафе, як окремі підприємства. Сьогодні спостерігаються тенденції розширення профілю барів у готельних і

туристичних комплексах. Залежно від розташування барів у готельних чи туристичних комплексах, вони поділяються на:

а) вестибюльні – розташовані у вестибюлях готелів та інших туристичних закладів, мають зручне розташування для проведення зустрічей, відпочинку відвідувачів;



## Тема 6. Організація діяльності з обслуговування туристів 175

- б) банкетні – розташовані у спеціальній банкетній залі, використовуються лише для обслуговування банкетів і конференцій;
  - в) ресторани – розташовані у приміщенні ресторану, доповнюючи інтер'єр ресторану;
  - г) допоміжні – розміщені на поверхах, мансарді чи даху приміщення. В них пропонують неміцний алкоголь, прохолоджуючі напої, що використовуються для обслуговування клієнтів у номерах готелю чи на робочому місці;
  - д) службові – розташовані у службових приміщеннях готелів і ресторанів, спеціалізуються на обслуговування персоналу;
  - е) бари при басейнах – характерні для готелів і розважальних закладів у курортних місцевостях. У таких барах відвідувачам пропонують широкий асортимент прохолоджуючих напоїв, коктейлі, кондитерські вироби, десерти тощо;
  - є) міні-бари – бари з холодильниками або без них у номерах готелів і відпочинкових комплексів, призначені для цілодобового забезпечення гостей напоями і десертами. Асортимент міні-барів обмежений, тому поповнюється щоденно;
  - ж) диско-бари – розташовуються переважно в окремій будівлі біля готельних чи розважальних закладів. Головними відвідувачами таких барів є молодь, тому в них забезпечується музичний супровід, часто виступають артисти.
- Буфет – це заклад харчування з обмеженим асортиментом холодних закусок, напоїв, кондитерських виробів й інших страв нескладного приготування. У таких закладах дозволяється продаж упакованої продукції за межі підприємства, а також реалізація продовольчих товарів.
- Закусочна – це заклад харчування, що виготовляє різні страви, закуски нескладного приготування, холодні і гарячі

напої, здобні та кондитерські вироби.

Їдальня – це підприємство харчування, що функціонує у структурі великих туристичних і оздоровчих комплексів педерейтинг 176

реважно у курортних місцевостях. Ці заклади забезпечують виготовлення, реалізацію і організацію споживання їжі на місці гостями та відвідувачами, а також дозволяється продаж продукції, надаються різні додаткові послуги.

Залежно від категорії гостей, які обслуговуються, підприємства з надання послуг харчування поділяються на такі категорії:

- загальнодоступні;
- для обслуговування певної категорії гостей.

Підприємства ресторанного господарства, які розміщені у приміщеннях готельних комплексів – загальнодоступні,

проте обслуговують насамперед клієнтів готелю. У спеціалізованих закладах розміщення – пансіонатах, курортних готелях, туристичних базах та інших забезпечується обслуговування переважно лише гостей закладу.

За асортиментом продукції підприємства харчування поділяються на дві категорії:

- повносервісні;
- спеціалізовані.

У структурі закладів харчування, залежно від їх виробничої діяльності, повносервісними переважно виступають ресторани і кафе, які пропонують широкий асортимент страв, закусок, хлібобулочних і кондитерських виробів, різноманітні напої. У меню повносервісних ресторанів і кафе подається багато фірмових страв і для замовлення. У таких підприємствах харчування забезпечується високий рівень обслуговування. Гостей зустрічає і супроводжує до столу метрдотель, а старший офіціант допомагає у виборі страв, надаючи рекомендації щодо вибору алкогольних

напоїв для замовлення. Спеціалізовані підприємства харчування переважно мають широкий профіль, спеціалізуючись на окремій національній кухні (італійська, французька, грузинська, китайська тощо) або вузько визначені на певних стравах. До таких, зокрема, належать підприємства швидкого обслуговування, піцерії, пастерії, пивні бари та інші подібні заклади.

#### Тема 6. Організація діяльності з обслуговування туристів 177

Підприємства ресторанного господарства виконують

три основні та взаємопов'язані функції:

- а) виробництво кулінарної та кондитерської продукції;
- б) реалізацію кулінарної та кондитерської продукції;
- в) організацію споживання продукції.

Продукція підприємств ресторанного господарства має обмежені терміни реалізації (при масовому приготуванні в середньому 2–3 години). Тому така продукція випускається партіями в міру її споживання.

Асортимент продукції підприємств ресторанного господарства є дуже різноманітним, оскільки для приготування страв

використовують різну сировину. Різноманітність продукції дозволяє більш повніше задовольняти запити споживачів, однак

ускладнює організацію виробництва. Асортимент виробів залежить також від характеру попиту і особливостей контингенту

клієнтів, складу персоналу, умов його праці та інших чинників.

Робота підприємств харчування залежить від режиму обслуговування контингенту споживачів. Особливо це вимагає

від підприємств особливої інтенсивності роботи в години найбільшого потоку споживачів – в обідні перерви, вечірній час,

вихідні дні. Попит на продукцію ресторанного господарства

також змінюється залежно від пори року, днів тижня чи часу

доби. У літній період зростає попит на страви з овочів і фруктів, прохолодні напої, легкі закуски. Тому менеджмент кожного підприємства повинен аналізувати і вивчати ринок збуту, від

кого залежить асортимент продукції, що випускається і пропонується, а також способи і форми обслуговування.

Підприємства ресторанного господарства часто надають послуги з організації та обслуговування свят, урочистих обідів, дозвілля, прокату посуду тощо. Вищеперелічені особливості роботи підприємств сфери харчування враховуються

при раціональному розміщенні їх мережі, виборі напрямів розвитку, визначенні режиму роботи і складанні меню.

#### Туроперейтинг 178

Залежно від функцій підприємств ресторанного господарства, розрізняють три види обслуговування:

а) обслуговування та споживання продукції безпосередньо на території підприємства ресторанного господарства;

б) обслуговування з доставкою та реалізацією продукції для споживачів за місцем їх роботи, проживання, відпочинку, на транспорті;

в) обслуговування для споживанням кулінарної продукції та напівфабрикатів вдома.

При здійсненні першого виду обслуговування продукція реалізовується у залах підприємств ресторанного господарства. При здійсненні другого виду обслуговування, заклади

харчування доставляють продукцію до робочих місць, буфетів, барів, закусочних, транспортних засобів (вагони-ресторани, літаки, кораблі), місць відпочинку та проведення

дозвілля. Специфікою третього виду обслуговування є обмеження реалізації кулінарної продукції та напівфабрикатів для організації споживання її вдома.

При обслуговуванні відвідувачів безпосередньо у підприємстві ресторанного господарства головним методом обслуговування є спосіб отримання їжі та її доставки до місця споживання. Для

цієї ознаки застосовують наступні методи: самообслуговування, обслуговування офіціантами і комбінований. Комбіновані методи характеризуються поєднанням різних способів – самообслуговуванням, обслуговуванням офіціантами, буфетниками, барменами.

Самообслуговування розрізняють за такими формами та ознаками, як: участь персоналу в обслуговуванні, способи розрахунку зі споживачами і випуском готової продукції. За участю персоналу виділяють повне та часткове самообслуговування.

При обслуговуванні офіціантами поділ на форми виконується за такими ознаками: участь персоналу в обслуговуванні, спосіб розрахунку із споживачами, організація роботи

офіціантів, повнота обслуговування. За участю персоналу

Тема 6. Організація діяльності з обслуговування туристів 179

метод обслуговування офіціантами поділяється на повне та

часткове обслуговування, за способами розрахунку – з попереднім чи

наступним розрахунком, за організацією роботи

офіціантів – індивідуальну та бригадну форми, за повнотою

обслуговування – обслуговування споживачів з проведенням

дозвіллевих заходів або без них. Вибір найбільш раціональних форм

обслуговування дозволяє якнайкраще задовольнити попит відвідувачів, поліпшити культуру обслуговування, а

також сприяє значно підвищенню ефективності використання матеріально-технічної бази закладів харчування і продуктивності праці його персоналу.

Форми обслуговування з доставкою і реалізацією продукції для споживання за місцем роботи, навчання чи відпочинку

організуються у місцях, де заклади ресторанного господарства не можуть бути створені. Часто таку форму обслуговування зумовлюють умови праці, коли їжу необхідно доставляти до

місця роботи, навчання чи відпочинку. За способами доставки продукції до місця споживання розрізняють два методи: самообслуговування та кейтерингове обслуговування.

Самообслуговування поділяється на дві форми: повне і часткове. Форму повного самообслуговування застосовують для працівників у важкодоступних районах, які самі доставляють їжу до робочих місць у термосах. Така форма обслуговування є актуальною також для нетривалих туристичних

походів. Часткове самообслуговування застосовується в пересувних закладах харчування, які доставляють до місць роботи за допомогою транспортних та інших засобів.

Кейтерингове обслуговування передбачає доставку готових продуктів до місця споживання в закритому посуді, боксах,

контейнерах та інших ємностях. При обслуговуванні споживачів за робочому місці, пасажирів на транспорті – практикують

попереднє замовлення, відповідно до якого на робочі місця чи до пасажирів доставляють головним чином комплексні обіди.

#### Туроперейтинг 180

В останні роки набувають все більшої популярності ресторани, які позиціонують себе як підприємства змішаного

типу, наприклад ресторан-бар, ресторан-клуб, ресторан-музей. У своїй діяльності вони поєднують характерні ознаки

інших типів закладів.

Часто при ресторанах або поблизу них створюються відкриті літні майданчики (літні ресторани). Такі літні ресторани служать не лише доповненням до стаціонарного закладу,

але й повноцінним різновидом ресторану. Вони поділяються

на веранди, тераси, економ-тераси, ресторани-трансформери.

Веранда є прибудовою до закладу під капітальною покрівлею, яка надає їй гарнішого зовнішнього вигляду. Перевагу надають їй споживачі, які прагнуть відпочити та поїсти на

свіжому повітрі. Утеплена веранда може працювати цілий рік.

Тераса – це частина ресторану на свіжому повітрі, огорожена зеленими насадженнями, квітами та іншими загорожами,

з легкою покрівлею, підлогою тощо. Ресторан-терасу іноді розміщують на покрівлі, тоді крім перебування на свіжому повітрі

споживачі можуть споглядати краєвид. У європейських країнах

переважно тераса працює 5–6 місяців, а решту часу обладнання

зберігається у спеціальному складі. Економ-тераса найчастіше

функціонує у вигляді маленького майданчику біля фасаду ресторану, де

встановлено декілька столів під тимчасовим накриттям.

Ресторан-трансформер – це ресторан, який у теплий сезон

через зняття вікон і дверей із зимового перетворюється на літній.

Вікна таких ресторанів виходять в паркову або пішохідну зону.

3. Організація транспортного та екскурсійно-го обслуговування туристів

Транспортні перевезення є найважливішою складовою

подорожей і туристичних продуктів, визначаючи їх вартість

і тривалість. Залежно від вибору видів перевезень, визначається

ефективність туристичних подорожей і досягнення їх

Тема 6. Організація діяльності з обслуговування туристів 181

мети. Транспортні перевезення є важливим елементом туристичної індустрії, визначаючи поступ туристичної галузі

економіки.

Транспортне обслуговування в туристичній діяльності

поділяється на надання послуг з доставки туристів до місця

відпочинку і назад та для обслуговування на місці відпочинку

(трансфер, екскурсійне забезпечення, поїздки на замовлення тощо). Планування та організація перевезень під час туристичних подорожей є результатом спільної діяльності туроператорів і перевізників. Для перших перевезення – це спосіб

досягнення місця призначення та збуту турпродукту. Для других перевезення є засобом перевезення, місцем нічлігу та отримання доходу. При формуванні туристичного продукту придатні різні способи переміщення туристів і методи використання транспортних засобів. Оскільки перевезення входить до складу туристичного обслуговування, то споживачу

перед початком надання послуг має поширитись інформація щодо характеристик транспортних засобів, що здійснюють перевезення.

Розглянемо детальніше особливості обслуговування туристів на різних видах транспорту.

Організація обслуговування пасажирів авіаційним транспортом.

Обслуговування пасажирів при перевезеннях авіаційним транспортом включає ряд процедур, спрямованих на забезпечення гарантії перевезення, дотримання умов безпеки польотів, а також виконання вимог різних державних і міжнародних органів, що стосуються громадян, які користуються

послугами авіаперевізників. Для проходження таких процедур пасажир зобов'язаний прибути в аеропорт завчасно. На

міжнародних рейсах час прибуття пасажира в аеропорт становить за 2–2,5 години до вильоту повітряного судна, а на

внутрішніх – 1–2 години. За цей час пасажиру необхідно про-

Туроперейтинг 182

йти ряд туристичних формальностей та процедур реєстрації.

Час початку реєстрації квитка і оформлення багажу перед



вильотом літака встановлюється перевізником і має бути зазначеним у квитку або в іншому документі, що вручається пасажирові при продажу квитка.

Пасажири міжнародних авіарейсів проходять наступні адміністративні формальності:

- митний огляд;
- санітарно-епідеміологічний контроль (за необхідності);
- паспортно-візовий (або прикордонний) контроль;
- спеціальний контроль безпеки польотів.

На внутрішніх перевезеннях пасажири проходять спеціальний контроль для безпеки польотів і речовий огляд. Реєстрацією є перевірка пасажирів, які прийшли на рейс згідно

зі списків заброньованих місць, а прізвища внесені в заздалегідь оформлений список. Така процедура здійснюється за

реєстраційною стійкою, забезпеченою покажчиком номера і маршруту рейсу. Одночасно з реєстрацією пасажирів на рейс відбувається і оформлення їх багажу. Для таких потреб зони реєстрації обладнуються вагами для зважування багажу і ручної поклажі, спеціальними установками для огляду багажу, транспортерними стрічками, засобами зв'язку та охороною.

Митний огляд пасажирів, що вилітають, може здійснюватись як до реєстрації, так і під час неї. Завдання митного

огляду – недопущення безконтрольного вивозу з країни валюти, виробів з дорогоцінних металів і каменів, заборонених до вивезення предметів і речовин.

Завданням санітарно-епідеміологічного контролю є перевірка наявності у пасажирів медичних сертифікатів, необхідних для в'їзду до країни призначення або транзиту. Контроль встановлюється з метою запобігання поширення

небезпечних захворювань, якими можуть заразитися туристи, відправляючись у закордонні поїздки. До таких небезпеч-

Тема 6. Організація діяльності з обслуговування туристів 183  
них хвороб належать: чума, віспа, жовта лихоманка, малярія, холера, черевний тиф, гепатит «А» та інші.

Паспортно-візовий контроль полягає у перевірці наявних у пасажирів дійсних паспортів, в'їзних, виїзних і транзитних віз. Віза – це документ, що дозволяє конкретній особі

в'їзд на територію держави, виїзд з її території або проїзд через неї. Для внутрішнього перевезення потрібно пред'явити

внутрішній паспорт громадянина країни, який засвідчує особу людини. При міжнародних перевезеннях пасажири повинні надавати прикордонній службі оформлені закордонні

паспорти.

Посадка пасажирів на борт літака може здійснюватися безпосередньо з перону аеровокзалу (коли повітряне судно підрулює до перону) або до перону подаються автобуси, що доставляють подорожуючих до трапу. Після прильоту в аеропорт призначення першими до виходу запрошуються пасажири категорії VIP, потім пасажири бізнес-класу і трансферні пасажири, а потім всі інші пасажири економ-класу.

Пасажири доставляються в будівлю аеровокзалу автобусами.

Якщо пасажири прибули із внутрішнього рейсу, то вони відразу проходять в зону видачі багажу. Пасажири, які прибули

з міжнародних рейсів, проходять санітарно-епідеміологічний (при необхідності) і паспортно-візовий контроль, а потім йдуть в зону видачі багажу. Після його отримання вони

направляються на митний огляд. Після виходу з аеровокзалу

пасажири різними видами транспорту добираються до конкретного місця призначення.

Особливості обслуговування туристів залізничним і автомобільним транспортом.

При здійсненні залізничних перевезень кожен пасажир зобов'язаний мати при собі проїзний документ (квиток), зберігаючи його в себе протягом усього часу поїздки і

пред'являти на вимогу осіб, які проводять контроль. Безквит-  
Туроперейтинг 184

ковий проїзд пасажирів тягне за собою накладення штрафу або адміністративних стягнень. Кожен пасажир має право займати під час проїздки лише одне місце. При наявності вільних місць під час придбання проїзного документу, пасажирові можуть надати додаткові місця з оплатою їх повної

вартості. Пасажир має право безкоштовно провозити з собою ручну поклажу, розміри і маса якої визначаються відповідними правилами. До ручної поклажі належать легко переносимі предмети і речі, незалежно від роду та виду упаковки, які

за своїми розмірами без труднощів вміщаються у вагонах на місцях, передбачених для них.

Групові перевезення туристів залізничним транспортом організовуються на регулярних поїздах, призначених як для загального користування, так і на спеціальних, які формуються під певний маршрут і час. Для перевезення туристів на регулярних поїздах залізничні перевізники здійснюють продаж

проїзних документів на групи, не менше 10 осіб за попередніми заявками. У заявці зазначаються найменування юридичної особи, кількість місць, номер поїзда, тип вагону, дата виїзду, станції відправлення і прибуття. До заявки також додається список

прізвищ групи пасажирів у двох примірниках із зазначенням реквізитів їх документів і керівника групи. Якщо кількість місць

у поїзді та вагонах є недостатньою, то за згодою юридичної особи можуть бути надані місця в інших поїздах або вагонах.

Залізничні перевізники можуть надавати туристичним підприємствам у тимчасове користування пасажирські вагони на умовах оренди. Договір на право користування вагонами в межах терміну оренди повинен знаходитися в одному

з таких вагонів у супроводжуючого. Крім того, при перевезенні пасажирів в орендованих вагонах стягується плата за

пробіг вагонів у порожньому стані і за оформлення групових проїзних документів, що видаються від станції відправлення до станції прибуття вагону. Пунктом призначення вагону

Тема 6. Організація діяльності з обслуговування туристів 185

або поїзда вважається станція, де на вимогу орендаря проводиться відчеплення вагонів і відстій поїзда. Особливості перевезення пасажирів і ручної поклажі проводиться згідно із

загальноприйнятими правилами. Перевезення організованих груп туристів може здійснюватися як в спеціальних поїздах, так і в орендованих.

Перевезення пасажирів (у тому числі туристів) автомобільним транспортом реалізовується на підставі договорів,

укладених між ними (чи їх представником) і автотранспортним підприємством. За договором перевезення пасажирів автотранспортне підприємство або організація зобов'язується

перевезти пасажирів до пункту призначення, а також доставити туди ж його багаж. Пасажир зобов'язується сплатити встановлену плату за проїзд, а при здачі багажу і за перевезення

багажу. Пасажирів можна перевозити: у маршрутних автобусах; в автобусах, що надаються підприємствами, організаціями і установами за договорами або окремими замовленнями;

в таксомоторах; в легкових автомобілях, що надаються громадянам за окремими замовленнями або на умовах прокату.

Укладення договорів на перевезення на маршрутних транспортних засобах підтверджується видачею пасажиру проїзного документа – квитка. Окремим категоріям пасажирів надається право пільгового проїзду на автотранспорті.

У цьому випадку пасажир повинен мати документ, що підтверджує право на пільговий проїзд. Тарифи на перевезення пасажирів і перевезення багажу визначаються органами місцевого самоврядування, а також органами виконавчої влади.

Для організації різних поїздок всередині країни автотранспортні підприємства можуть надавати зацікавленим організаціям (турфірмам, навчальним закладам, промисловим

підприємствам і т.п.) автобуси як для здійснення перевезень за постійними маршрутами, так і для разових рейсів. Часто в якості замовника автотранспортних засобів виступають тур-Туโรปерейтинг 186 фірми, які займаються реалізацією автобусних турів, але при цьому не мають власного транспорту. У таких випадках між замовником та власником автобуса укладається договір на оренду

транспортного засобу з водійським екіпажем. Орендний договір доповнюється паспортом маршруту, що містить повну інформацію про перевезення. У ньому містяться відомості про найменування маршруту, його схема із зазначенням населених пунктів, зупинок, місць ночівлі, лінійних і дорожніх споруд, пунктів

харчування, медичної допомоги, зв'язку, автозаправних станцій, постів автоінспекції, залізничних переїздів та інших небезпечних ділянок шляху. У паспорті відображається довжина доріг, їх стан і покриття, швидкість руху на окремих ділянках.

При виконанні регулярних туристично-екскурсійних

перевезень за межі області чи країни, організація-замовник може укласти договори з організаціями інших областей чи країн на технічне обслуговування, охорону і підготовку автобуса до зворотного рейсу, або оплачувати перевізнику вартість послуг при укладенні ним договорів самостійно.

Обслуговування туристів водним транспортом.

Найдавнішим видом транспортних комунікацій є перевезення по воді, які у туристичній галузі набули поширення у вигляді морських і річкових круїзів. У ХХ ст. круїзна

індустрія була одним з найшвидше розвиваючих секторів турбізнесу. Круїз трактується як подорож на водних видах транспорту, включаючи берегові екскурсії на острови, огляд визначних пам'яток приморських міст, а також різноманітні розваги на борту морських і річкових лайнерів. У світі налічується більше сотні круїзних компаній, частина з яких є

членами відповідної міжнародної асоціації. Флот круїзних компаній за рівнем послуг, що надаються, за аналогією з готелями, поділяється на категорії. Більшість сервісу круїзних

компаній надається на рівні 4–5 зірок. Такі судна розраховані мінімум на 200–250 пасажирів, яким пропонується ексклюзивний відпочинок в апартаментах з набором послуг, що враховують індивідуальні звички та побажання мандрівників.

Морські круїзні кораблі призначені для обслуговування масового туризму, є багатопалубними гігантськими суднами місткістю 1700–2500 пасажирів. Інтер'єр більшості кораблів вирізняється атмосферою затишку, спокою і релаксації, а значна кількість вікон забезпечує прекрасний панорамний огляд.

Більше половини кают мають індивідуальні веранди або тераси. Каюти морських круїзних лайнерів відрізняються великою

різноманітністю за площею, інтер'єром, набором зручностей, що, відповідно, відбивається на їх ціні. Вартість каюти залежить від її розміру, кількості спальних місць і їх розташування, висоти палуби, місця розташування по довжині палуби, наявності або відсутності балконів, вікон чи ілюмінаторів тощо.

Класифікація кают на круїзних судах є наступною: каюти класу «люкс», каюти з вікнами, внутрішні каюти. Організація дозвілля є важливим моментом обслуговування клієнтів при реалізації круїзів. На круїзних кораблях працюють різні клуби, проводяться художні виставки, виступи акторів і естрадних виконавців, проведення різноманітних шоу, а також організовується доставка бажаючих на острови і міста на березі.

На борту круїзних суден також є все необхідне для сімейного відпочинку, який передбачає послуги няні для маленьких дітей, дитячі клуби і різні анімаційні програми розважального характеру. Однак для відвідування деяких розважальних заходів на лайнерах встановлюються вікові обмеження.

При реалізації недорогих круїзів використовуються невеликі кораблі старого планування з усіма зручностями, необхідними для нормального життєзабезпечення. Класичні круїзи

здійснюються на нових або переобладнаних суднах, які відповідають всім сучасним вимогам до сервісу, комфорту і дизайну круїзних лайнерів. Такі морські подорожі зорієнтовані

переважно для середнього масового споживача. Ексклюзивні  
Туроперейтинг 188

та преміум-круїзи розраховані на багатих і заможних туристів, яким надається індивідуальне обслуговування. Особливостями останніх двох видів круїзів є: висока кваліфікація обслуговуючого персоналу, дорогий інтер'єр кают, облік індивідуальних звичок клієнтів, вищий клас обслуговування тощо.

Організація екскурсійного обслуговування туристів.

Екскурсійне обслуговування охоплює організацію і надання екскурсійних послуг, що задовольняють потреби людини у залученні духовних і моральних цінностей, накопиченні додаткових знань у режимі вільного вибору об'єктів,

методів і засобів пізнання.

Метою екскурсійного обслуговування є донесення до споживача комплексу знань з історії, географії, культури, етнографії та інших галузей знань. Вона досягається шляхом

участі туристів (відвідувачів) у таких екскурсійних заходах, як огляд музейних і виставкових експозицій, а також історичних, культурних, природних пам'яток. Водночас відбувається

задоволення потреби особистості в пізнанні навколишньої дійсності. Увага туристів спрямована на екскурсійні послуги, які задовольняють одночасно кілька потреб. Наприклад, при відвідуванні заміської екскурсії її учасники не лише задовольняють потреби в пізнанні, але і в поєднанні з емоційним та

інтелектуальним навантаженням ліквідовують дефіцит руху, підвищуючи ефективність обміну інформацією в процесі спілкування.

Тому екскурсійне обслуговування часто розглядають

як самостійний вид послуг, метою якого є задоволення запитів і потреб екскурсантів в пізнанні навколишньої дійсності.

Екскурсією називають методично продуманий показ визначних місць, пам'ятників історії й культури, основою якого

є аналіз об'єктів, що перебувають перед очима екскурсантів, а також уміла розповідь про події, пов'язані з ними. Екскурсії розглядають як наочний процес пізнання людиною навколишнього світу, побудований на заздалегідь підібраних об'єктах.

Тема 6. Організація діяльності з обслуговування туристів 189



Екскурсійний процес проходить у наступній послідовності: екскурсовод (за допомогою об'єктів) впливає на екскурсантів, допомагаючи їм побачити, почути, відчути й опанувати навички. У ході екскурсійного процесу екскурсовод

допомагає екскурсантам побачити об'єкти, на основі яких розкривається тема, почути про ці об'єкти необхідну інформацію, відчути значення історичної події чи об'єкту, а також оволодіти практичними навичками самостійного спостереження і аналізу екскурсійних об'єктів.

За змістом екскурсії поділяються на оглядові (багатопланові) і тематичні. Оглядові екскурсії є переважно багатотемними, тому їх називають багатоплановими. У них використовується історичний і сучасний матеріал. Будується така екскурсія на показі різних природних і створених людиною об'єктів. В оглядових екскурсіях події подаються широким планом. Це дозволяє створити загальне уявлення про територію чи місто в цілому. Оглядові екскурсії мають свої особливості, бо на відміну від тематичних, у них формулювання теми представляє певну складність.

Тематичні екскурсії присвячені розкриттю однієї теми. Наприклад, в історичній екскурсії її основою може бути одна або кілька подій, що об'єднані однією темою. Тематичні екскурсії поділяються на історичні, виробничі, пізнавальні, природознавчі (екологічні), архітектурні, мистецтвознавчі, літературні.

4. Організація обслуговування клієнтів туристичними підприємствами

Процес реалізації туристичної діяльності в широкому розумінні здійснюють різні підприємства, які є учасниками туристичного ринку. Відповідно суб'єктами ринкових відносин в контексті туристичної діяльності виступають організатори і продавці (туроператори і турагенти) туристичного продукту, їх контрагенти – виконавці послуг і покупці туристичних послуг цих підприємств.

До організаторів туризму належать два види підприємств туристичної сфери – туроператори і туристичні агентства.

#### Туроперейтинг 190

Головним завданням цих організацій є поєднання постачальників послуг із клієнтами-туристами, які часто

роз'єднані у просторі й часі. Це специфічний вид туристичного бізнесу, де важливим є правильний вибір постачальників послуг, заснований на професійних знаннях туристичного

ринку, особливостей і важелів його розвитку та управління.

В процесі формування і реалізації турпродукту використовуються наступні схеми організації діяльності туристичної фірми:

виробнича – визначається тим, що турфірма купує в інших організацій права на отримання різних послуг і формує

вартість власного турпродукту та продає його або безпосередньо туристам, або заключає договори й агентські угоди на реалізацію турів;

торговельна – полягає в тому, що туристична організація купує готовий турпродукт в іншій турфірмі і перепродає його; посередницька – даний варіант не передбачає придбання турфірмою у власність прав на отримання послуг чи путівок і турів. Предметом такої діяльності є надання іншій турфірмі послуг щодо реалізації її турів споживачам за певну винагороду відповідно до договору.

Схема надання інформаційних послуг реалізується без укладання договору комісії. Турфірма надає туристам інформацію про продукти іншого туроператора без фактичного перерахування грошей туриста. Турфірма бере в туриста оплату за надані інформаційні послуги, а вартість туру оплачується на місці прибуття туроператора.

Процес надання послуг з продажу туристичного продукту полягає у виконанні таких операцій, як: прийом клієнта

і встановлення контакту з ним, визначення мотивації вибору турпродукту та його пропозиція, оформлення договору

та розрахунку із клієнтом, інформаційне забезпечення споживача. Після закінчення туру більшість туристичних фірм

з'ясовують враження туриста про подорож, щоб визначити негативні моменти тощо.

Тема 6. Організація діяльності з обслуговування туристів 191

У процесі збуту туристичного продукту значне місце належить методам продажу. Методом продажу є сукупність

прийомів здійснення всіх основних операцій, пов'язаних з

безпосередньою реалізацією турпродукту споживачам. Вибір такого методу визначає рівень і структуру технологічного процесу обслуговування клієнтів, впливає на чисельність

персоналу туристичного підприємства, його економічні показники, величину витрат тощо.

Методи продажів туристичного продукту класифікують

за такими ознаками, як: місце зустрічі продавця і покупця

(офіс, виставки), характер контакту (особистий, непрямий),

дистанція взаємодії працівника фірми і клієнта, використання електронних засобів й інші.

Офісне приміщення фірми є традиційним місцем продажу турпродукту.

Від його стану суттєво залежить ефективність

туристичної діяльності підприємства. Залежно від чистоти та

порядку у приміщенні, наявності необхідних офісних меблів

та оргтехніки, а також кваліфікованого і доброзичливого персоналу,

здійснюється вплив на потенційних клієнтів і підвищує конкурентоздатність реалізованих товарів.

Однією з особливостей обслуговування в туристичній фірмі

є те, що клієнт переважно приходять не один, тому працівник фірми повинен бути готовим спілкуватися одразу з кількома різними

людьми. Тому переговори є важливим етапом у процесі обслуговування, до якого варто ретельно готуватися. Важливість переговорів завжди вимагає ретельнішої підготовки до них. Слід запланувати декілька можливих варіантів проведення переговорів,

спрогнозувати потенційні результати, а також вибрати потрібний варіант і формат зустрічі та намагатися його дотримуватися.

Туристичні послуги, що пропонуються потенційним клієнтам, повинні відповідати діючим стандартам і наступним

вимогам:

а) безпека для життя й здоров'я, майна, прав і свобод туристів та екскурсантів, охорона довкілля;

Туроперейтинг 192

б) відповідність призначенню, точність і своєчасність виконання, комплексність, етичність обслуговуючого персоналу;

в) комфортність обслуговування, ергономічність;

г) конкурентоздатність послуги, що дає можливість забезпечити прибутковість для туристичного підприємства.