

**ОРГАНІЗАЦІЯ СПІВПРАЦІ  
ТУРИСТИЧНОГО  
ПІДПРИЄМСТВА  
З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ  
ПОСЛУГ**

Організація процесу обслуговування у сфері туризму має ґрунтуватися на таких принципах:

- надійне і якісне обслуговування туристів на усьому шляху їх руху до пункту призначення і безпосередньо в ньому;
- збалансованість матеріальних потоків і оптимізація (з орієнтацією на мінімізацію) запасів;
- облік особливостей організації відпочинку різних категорій туристів.



Функціонально виробничо-обслуговуюча діяльність туристичних підприємств передбачає:

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



До основних функцій туристичних підприємств належать:

- вивчення потреб потенційних туристів на тури та туристичні програми;
- складання маршрутів і перспективних програм обслуговування туристів;
- взаємодія з постачальниками послуг;
- розрахунок вартості туру та визначення ціни;
- реалізація турів;
- методичне забезпечення турів;
- забезпечення туристів необхідним і спеціальним спорядженням, сувенірною та рекламно-інформаційною продукцією;
- підготовка, підбір та призначення спеціалістів на маршрути подорожей (екскурсоводи, інструктори, гідиперекладачі тощо);
- рекламно-інформаційна робота з просування туристичного продукту до споживачів;
- контроль за якістю, надійністю та безпекою туристичного обслуговування.



**Рис. 6.1. Склад учасників туристичного обслуговування**

- Функцією підприємств туристичної галузі є створення, реалізація та організація споживання послуг та товарів туристичного призначення, виробництво турпродукту. За оцінками Всесвітньої туристської організації (ЮНВТО) й Всесвітньої ради туризму й подорожей, функціонування суб'єктів господарювання у сфері туризму тісно пов'язане або впливає на розвиток 32 галузей національної економіки.



Організація туристичної діяльності, як і господарювання у всіх сферах підприємництва, базується винятково на договірних взаємовідносинах. Саме договори є визначальною і єдиною правовою формою партнерських взаємовідносин у туризмі.

- Договір (угода, контракт) – це форма документального закріплення партнерських зв'язків (предмета договору, взаємних прав та обов'язків, наслідків порушення домовленостей), яка опосередковує взаємини в процесі виробництва і реалізації продукції чи надання різноманітних послуг.

Договори обов'язкові для функціонування туристичної галузі і вимагаються Законом України «Про туризм». Для здійснення своєї діяльності туристичне підприємство укладає угоди (договори), з однієї сторони, з іншими організаціями, підприємствами, приватними підприємцями, які беруть участь у формуванні і просуванні туристичного продукту, а з іншої – зі споживачами туристичного продукту (туристами).



**Рис. 6.2. Види співпраці у туризмі**



## Характеристика основних напрямів обслуговування споживачів у сфері туризму

Напрями обслуговування туристів	Завдання управління	Об'єкти управління
Транспортно-маршрутне	Організація доставки до місця відпочинку і назад. Дотримання рівномірного навантаження на природні об'єкти, ритмічне відвідування антропогенних об'єктів	Туристи, транспортні засоби
Готельне	Своєчасне і раціональне оснащення приміщень. Розподіл по місцях проживання згідно з побажаннями туристів і ціновими обмеженнями	Туристи, матеріально-технічні засоби
Ресторанне	Організація раціонального харчування відповідно до графіка їди	Туристи, працівники ресторанного бізнесу, матеріальні ресурси (сировинні набори)
Медичне	Забезпечення лікувальними процедурами і лікарськими препаратами	Туристи, медичні працівники, цілющі природні ресурси і медикаменти
Дозвілля	Забезпечення культурно-розважальними послугами згідно з видом відпочинку	Туристи, артисти (аніматори), транспортні засоби
Інформаційне	Забезпечення оперативного інформаційного обміну в режимі онлайн, розширення системи бронювання	Інформація, фінанси
Фінансове	Надання можливості швидкого отримання грошових коштів, спрощення процедури платежів	Фінанси, інформація

Відповідно до виділених напрямів визначаються такі організаційні завдання:

- складання графіків роботи транспорту з урахуванням дат приїзду-від'їзду туристів – великі маршрутні кільця, складання маршрутів з відвідуванням антропогенних і природних об'єктів (для санаторіїв – розподіл відпочивальників по місцях отримання медичних послуг) так, щоб забезпечити ритмічне пересування туристів – малі маршрутні кільця;
- доставка матеріально-технічних засобів у приміщення для проживання туристів, створення рівномірного навантаження на приміщення в період «піків» і раціональне заповнення приміщень у «мертвий сезон»;
- організація постачання туристів продуктами харчування так, щоб матеріальні потоки випереджали людські потоки (лаг визначається технологією обробки і термінами зберігання ресурсів);
- організація рівномірного споживання медичних послуг з урахуванням їх сумісності і періодичності;
- організація доставки туристів до місць відпочинку, в окремих випадках – виконавців культурно-розважальних послуг до відпочивальників;
- формування і модифікація сайтів, що надають систематизовану інформацію в агрегованому і диференційованому вигляді, бронювання місць у турпідприємствах, а також в автономних підприємствах готельного і ресторанного господарств; організація інформаційного супроводу маршрутів;
- встановлення банкоматів, раціональне розміщення відділень зв'язку.

- Не менш важливі угоди зі страховими компаніями. Згідно з положенням ст. 17 Закону України «Про туризм», страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) обов'язкове і здійснюється суб'єктами туристичної діяльності на основі угод зі страховими компаніями, які мають право на здійснення такої діяльності. Компенсація шкоди, заподіяної життю чи здоров'ю туриста або його майну, провадиться у порядку, передбаченому чинним законодавством України.
- Наступний вид договорів, які є обов'язковими, а порядок їх укладання передбачений Законом України «Про туризм», – це договори на надання туристичних послуг, які укладаються між суб'єктами туристичної діяльності та споживачами туристичного продукту.



Проектування туристичної послуги здійснюється в такій послідовності:

- встановлення характеристик послуги;
- встановлення технології процесу обслуговування туристів;
- розробка технологічної документації;
- визначення методів контролю якості;
- аналіз проекту;
- представлення проекту на затвердження.

## Основні критерії відбору ділових партнерів у туризмі

Критерій	Характеристика
Рівень потенціалу партнера	Оцінюється виробничими можливостями, матеріально-ресурсним забезпеченням, особистими якостями, кількісними показниками діяльності, масштабом операцій, індикаторами фінансового становища, ступеня платоспроможності та іншими показниками
Існуюча ділова репутація підприємства	Визначається іміджем, ступенем солідності, добросовісністю виконання своїх зобов'язань, вмінням вести переговори на цивілізованому рівні, наявністю рекомендацій інших партнерів
Досвід партнерства	Характеризується терміном діяльності у сфері туристичного бізнесу, розглядається у межах існуючого партнерства, оцінюється ступенем виконання попередніх угод, наявністю співпраці з іншими партнерами у туристичному обслуговуванні
Позиції підприємства на ринку туристичних послуг	Оцінюються популярністю, обсягами реалізації та часткою ринку, наявністю відкритої інформації про підприємство, партнерством із зарубіжними фірмами

При здійсненні вибору партнерів визначається предметом угоди купівля-продаж товару чи надання послуг. При виборі партнера насамперед необхідно вивчити:

- технічний рівень підприємства і виробничі можливості;
- організацію управління підприємством;
- організацію та результати роботи підприємства;
- фінансове становище підприємства;
- правила, що діють і регулюють співробітництво з потенційними партнерами.

Для докладного вивчення потенційних підприємств-партнерів потрібна відповідна інформація. На ринку туристичних послуг є низка джерел, які містять інформацію про підприємства.

Серед інформаційних джерел найбільш цікавими є:

- довідники про підприємства;
- публікації підприємств (річні звіти, каталоги, рекламні видання, проспекти);
- матеріали спеціалізованих інформаційних компаній;
- матеріали періодичної преси;
- довідники банків;
- статистичні публікації з економіки та окремих галузей.

При виборі потенційних партнерів необхідно встановити загальні відомості про фірму, її досвід функціонування. Щоб уникнути сумнівних операцій, рекомендується досконало перевіряти всю отриману інформацію.

## Технологічний процес підготовки, реалізації та проведення туру

№	Етапи	Заходи
1.	Укладення угод з постачальниками послуг: 1.1. Транспортною компанією. 1.2. Готелями та іншими закладами розміщення по маршруту. 1.3. Екскурсійними бюро по маршруту. 1.4. Страховою компанією.	Підписання договорів (контрактів)
2.	Бронювання туристичного обслуговування: 2.1. Бронювання готельних, туристичних, екскурсійних та інших послуг (відповідно до програми перебування). 2.2. Замовлення залізничних квитків, автотранспортних квитків, авіаквитків.	Підготувати листи-замовлення, забронювати квитки
3.	Оплата послуг постачальників (виробників) послуг: закладів розміщення, харчування туристів, транспортних компаній та ін.	Підготувати рахунки та документи банку для оплати послуг
4.	Забезпечення туристів проїзними документами	Підготувати бланки та оформити проїзні документи
5.	Оформлення страхових полісів	Підготувати бланки страхових полісів та повідомити страхову компанію



Взаємовідносини з підприємствами розміщення визначаються такими угодами:

- договором про квоту місць з гарантією заповнення 30–80%. За таким договором туристичне підприємство одержує від готелю визначену кількість місць, яку воно зобов'язане протягом періоду, обумовленого в контракті, заповнити туристами. При цьому воно гарантує оплату 30–80% виділеної квоти місць, навіть якщо вони не будуть використані.
- договором про квоту місць без гарантії заповнення. За цим договором туристичне підприємство не бере на себе ніякої гарантії заповнення виділеної їй квоти місць, тому в силу вступає звичайне правило анулювання місць, не використаних у встановлений термін.
- договором про тверду закупівлю місць з повною оплатою. За таким договором туристичне підприємство гарантує го-телю повну оплату виділеної квоти місць, незалежно від їхнього заповнення.
- договором про поточне бронювання. Це найбільш типовий договір для туристичних підприємств, особливо тих, котрі займаються організацією індивідуального туризму. За договором туристичне підприємство не одержує від готелю ніякої квоти місць. При звертанні клієнта воно направляє готелю заявку на бронювання і тільки після одержання підтвердження робить продаж готельних послуг.

Бронювання місць у готелях здійснюється в два етапи. Перший передбачає запит на бронювання з боку туристичного підприємства, що містить у собі такі традиційні відомості: ім'я туриста, вид послуг (категорія номера, напівпансіон чи повний пансіон), терміни перебування. Другий – обробку матеріалів щодо запиту з подальшим підтвердженням. Тільки позитивна відповідь дає підставу вважати місце зарезервованим.

Що стосується проживання, то нині система бронювання широко поширена при зверненні до послуг готелів. Тут разом зі всесвітньою комп'ютерною мережею Інтернет існують і глобальні системи резервування, наприклад, «Amadeus/System One», «Galileo/Apollo», «Sabre/Fantasia», «WoldSpan/Abacus». Необхідно розширити систему бронювання, включивши в неї приватний сектор. При цьому тут досить правильно структурованих локальних систем. Такі системи мають бути централізовані на рівні квартирних бюро міст-курортів. Локальних систем, за деяким винятком, досить і для резервування підприємств ресторанного господарства

Застосовуються різноманітні форми бронювання: усна, письмова, телефонна, Інтернет та інші.

Наступним активним елементом туристичного підприємства в наданні послуг та виробництві туристичного продукту є організація і технологія харчування. Технологічна схема забезпечення харчуванням туристів залежить від виду туру, категорії туристів, співвідношення місць розміщення і кількості місць у закладах харчування і ряду інших факторів.

Туристична індустрія харчування охоплює: ресторани, кафе, бари, їдальні, фабрики-кухні, буфети, продовольчі магазини і т. ін. Ці підприємства знаходяться як у власності туристичних фірм, так і на правах оренди. Більшість з них є частиною туристично-готельних комплексів.



- За формою обслуговування підприємства харчування поділяються на обслуговування за допомогою офіціантів і самообслуговування.
- За режимом харчування туристів ці підприємства надають послуги у вигляді повного пансіону, напівпансіону, спеціального харчування, харчування для дітей та ін.

У ряді готелів у номерах передбачені кухні, міні-бари, а послуга харчування може бути реалізована як у номері (за викликом, на замовлення), так і на підприємстві харчування. Асортимент харчування туристів поділяється на комплексне харчування, харчування за вибором, харчування на попереднє замовлення, в тому числі щодо обслуговування урочистих подій, прийомів, ювілеїв, банкетів та ін.

З фірмою-партнером щодо розміщення та харчування варто обговорити і закріпити в угоді такі умови:

- вартість номерів і бронювання;
- тип номерів і необхідну їхню кількість;
- тривалість (сезони) обслуговування;
- вільні періоди;
- графіки заїзду туристів;
- терміни і тривалість разового обслуговування;
- набір вхідних послуг;
- кількість (пансіон) і форму організації харчування – варіанти надання харчування в ресторані;
- час обслуговування туристів харчуванням;
- спеціальні зручності на відпочинку (наприклад, для інвалідів, вегетаріанців, користування міським пляжем і т. ін.);
- мови, якими необхідно говорити персоналу;
- терміни підтвердження заїзду туристів (бронювання);
- терміни зняття заїздів без пред'явлення штрафних санкцій;
- штрафні санкції за величиною і термінами відмовлення;
- знижки на тривалий заїзд чи на постійне завантаження;
- матеріальна відповідальність за недозаїзд (кількісний), зрив заїзду, відмова в розміщенні гостей та ін.;
- інші специфічні питання (наприклад, чи входить у вартість номера користування в готелі сауною, більярдом та інше, час роботи басейну тощо).

- Транспортні послуги належать до основних послуг туристичної галузі. Якість, обсяг та характер транспортних послуг у туризмі залежать від рівня розвитку транспортного комплексу і стану транспортної інфраструктури. Стан транспортної інфраструктури характеризується густотою транспортної мережі, її технічним станом. Наявність сучасних транспортних засобів, їх технічні характеристики (швидкість, надійність, комфортабельність) впливають не тільки на попит, а й визначають уподобання туристів, гарантуючи якість обслуговування.

## **Особливості організації співпраці з транспортними компаніями**

- Транспортні послуги в туризмі саме за характером діяльності можна поділити на:
- послуги з переміщення туристів від місця проживання до місця проведення дозвілля (наземний, повітряний, водний транспорт);
- послуги в місці проведення дозвілля (екскурсійні та внутрішні перевезення);
- послуги, пов'язані з організацією власне транспортних подорожей (подорожей, здійснення яких базується на переважному використанні певного виду транспорту, круїзи, автотуризм тощо).





**Наземний транспорт** у туризмі представлений залізничним, автотранспортом та велосипеним видами транспорту.

*Залізничні мандрівки*, або перевезення туристів по залізниці, є зручним засобом транспортування будь-якої категорії туристів, починаючи від туристів-індивідуалів, великих і малих туристичних груп на регулярних лініях і чартерних поїздах і закінчуючи організацією спеціальних туристично-екскурсійних поїздів місцевого і дальнього сполучення.

В системі пасажирських перевезень поїзди поділяються на рейсові, які рухаються за суворо встановленим маршрутом, з дотриманням часового проміжку і графіка руху, та позарейсові (чартерні), що комплектуються в міру необхідності. Це стосується і туристичних поїздів. Потяги і вагони також поділяються на різні категорії.

Категорії поїздів: приміський, пасажирський, швидкий, швидкісний. Категорії вагонів: сидячий, плацкартний, купейний, спальний, вагон-ресторан, поштовий.

Організація транспортних перевезень залізницею має переваги тоді, коли використовується пряме сполучення між місцем проживання і місцем відпочинку. Особливо це важливо при транспортуванні туристів за кордон.



*Автомобільний транспорт* можна з повним правом назвати транспортом загального застосування у сфері туризму, оскільки він використовується скрізь: від трансферу й екскурсій до оренди малолітражних автомобілів туристами для особистого використання на відпочинку

Автопослуги, що використовуються в туристичному обслуговуванні, об'єднують три основні напрямки:

- організація автобусних подорожей;
- організація подорожей на власному транспорті туристів;
- прокат автомобілів.

Завдяки своїй економічності, доступності широким верствам населення автобусні поїздки є найбільш масовим видом туристичних перевезень, який постійно розвивається і має тенденції до нарощування обсягів.

У договорі з автотранспортним підприємством необхідно обумовити таке:

- марки автотранспортних засобів, які виділяються для обслуговування туристів (автомашин, автобусів);
- ціни і тарифи;
- графіки і терміни роботи автотранспорту;
- маршрути, на яких буде використовуватися автотранспорт;
- терміни подачі заявок на виділення автотранспорту;
- терміни відмови від заявок без пред'явлення штрафних санкцій;
- матеріальну відповідальність автотранспортного підприємства за зрив подачі автотранспорту на обслуговування туристів;
- матеріальну відповідальність туристичного підприємства за зрив використання автотранспорту;
- максимальні терміни очікування автотранспорту при запізненні туристів;
- максимальні терміни очікування туристів при запізненні автотранспорту;
- основні права й обов'язки туристів, гідів, екскурсоводів при користуванні автотранспортними засобами під час обслуговування;
- знижки і пільги (можливі варіанти).

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



Основна частка в загальній структурі транспортних послуг належить авіаційному транспорту. Договори з авіакомпаніями можуть бути трьох видів:

- договір на квоту місць на регулярних авіарейсах (договір купівлі-продажу);
- агентська угода;
- чартер (оренда літака).

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

Існують регулярні рейси, які виконуються за конкретним маршрутом у певні дні за розкладом незалежно від кількості пасажирів, які оформили квитки на цей рейс. Придбати квитки на регулярний рейс можна за рік до вильоту. Чартери ж організовують конкретні фірми або авіакомпанії для перевезення конкретної групи людей.

Залежно від умов комфорту, харчування та інших факторів місця в літаках поділяються на класи: перший клас (F); бізнес-клас (C); економклас (Y); інші види.

Перевезення туристів **водним транспортом** передбачає морські перевезення і круїзи, річкові подорожі та круїзи, подорожі на поромах, катамаранах, яхтах, морські і річкові прогулянки (екскурсії) та інші види водних подорожей. Перевагами водних туристських подорожей можна вважати високий рівень комфорту, значний обсяг одночасного пасажирозавантаження, можливість реалізації різних видів і цілей туризму (пізнавальний, бізнес, навчальний та ін.), можливість повноцінного відпочинку, повний комплекс життєзабезпечення.

Проте водні туристичні подорожі не є найпопулярнішими, бо вони мають деякі недоліки: невисока швидкість руху, обмежена мобільність, синдром «замкнутого простору», схильність до «морської хвороби» частини людей, у ряді випадків – високі тарифи та ін.



# Особливості організації співпраці туристичного підприємства з діловими партнерами суміжних галузей

- Серед порівняно широкого спектра партнерських відносин із представниками суміжних галузей передусім виокремимо організацію співпраці зі страховими компаніями. Адже саме страхування є основною формою забезпечення безпеки туристів у країні (місці) тимчасового перебування. Безпека туристів розуміється не як тільки особиста їх безпека, а й збереження їх майна і ненанесення збитку навколишньому природному середовищу при здійсненні подорожі.



- Страхування в туризмі – це система відносин між страховою компанією і туристом щодо захисту його життя і здоров'я та майнових інтересів при настанні страхових випадків. Страхування в туризмі є гарантією того, що всі непередбачені витрати, пов'язані зі страховими випадками, бере на себе страховик. Страховиком може бути тільки страхова компанія, що має відповідну ліцензію. Згідно з договором страховик зобов'язується сплачувати страхове відшкодування застрахованим туристам у випадку настання страхових подій. Згідно із Законом України «Про туризм» страхування туристів є обов'язковим і забезпечується суб'єктами туристичної діяльності на основі угод із страховиками.



Особливості страхування в туризмі стосуються безпосередньо страхування туристів. Застосовуються такі види страхування:

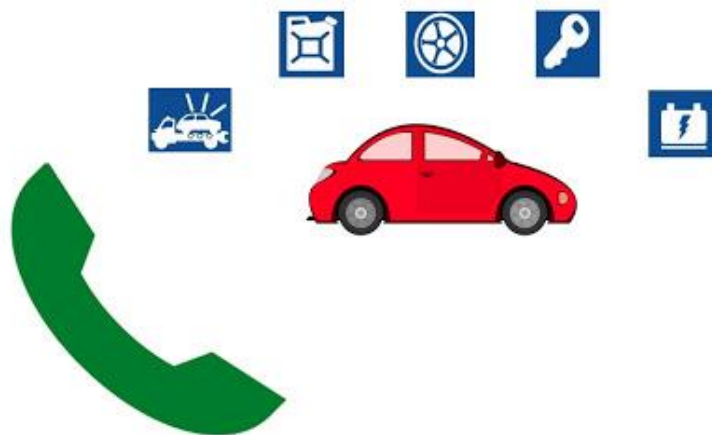
- медичне – від нещасного випадку;
- майнове – на випадок затримки транспорту;
- страхування витрат, пов'язаних із неможливістю здійснити поїздку;
- асістанс – цілодобове обслуговування сервісних центрів, що надає консультаційну та організаційну допомогу страхувальникам;
- страхування відповідальності власника автотранспортних засобів та інші.





Особливим видом страхування є асістанс. Він забезпечує туристів або спеціалістів, відряджених за кордон, допомогою на місці в технічній (ремонт автомобіля), грошовій або іншій формі.

- Асістанс – це перелік послуг (у межах угоди), які надаються в необхідний момент у натурально-речовій формі або у вигляді грошових коштів через технічне, медичне і фінансове сприяння.



Страховання туристів у закордонних туристичних поїздках, як правило, передбачає:

- надання туристу екстреної медичної допомоги при раптовому захворюванні або нещасному випадку;
- транспортування до найближчої лікарні, здатної провести якісне лікування під відповідним медичним контролем;
- евакуацію до країни постійного проживання під належним медичним контролем;
- внутрішньолікарняний контроль та інформування сім'ї хворого;
- надання медичних препаратів, якщо їх не можна отримати на місці;
- консультаційні послуги лікаря-фахівця (за необхідності);
- оплата транспортних витрат з доставки хворого туриста або його тіла (в разі смерті) до країни постійного проживання;
- надання юридичної допомоги туристу при розслідуванні цивільних і кримінальних справ за кордоном.



**Рис. 6.3. Схема фінансових відносин туристичного підприємства**

Основними завданнями співпраці з фінансовими організаціями є:

- забезпечення виробничої та інвестиційної діяльності необхідними фінансовими ресурсами;
- устанавлення раціональних фінансових відносин із суб'єктами господарювання, банками, страховими компаніями тощо;
- визначення шляхів ефективного вкладення капіталу, оцінка раціональності його використання;
- виявлення та мобілізація резервів збільшення прибутку за рахунок раціонального використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів;
- здійснення контролю за утворенням та використанням платіжних засобів.

Відповідно до Законів України «Про туризм» та «Про банки й банківську діяльність», кредитування суб'єктів туристичної діяльності здійснюється шляхом проведення кредитних операцій.

- *Кредитна операція* – це договір про видачу кредиту, який супроводжується записами у банківських рахунках, з відповідним відображенням у балансах кредитора та позичальника.

Визначаються такі види кредитних операцій у туризмі: товарні, комерційні, фінансові.

- *Товарний кредит* – операція, яка передбачає реалізацію туристичних послуг на умовах відстрочення платежу, якщо таке відстрочення є більштривалим, ніж звичайні терміни банківських рахунків, або перевищує 30 календарних днів з дати її реалізації.

- *Комерційний кредит* – операція, яка передбачає авансування туристичних послуг з відстроченням дати реалізації, якщо таке відстрочення є більш, ніж звичайні терміни здійснення цих послуг.
- *Фінансовий кредит* – операція, яка передбачає видачу засобів у борг на певний термін та під певні відсотки з поверненням основної суми заборгованості й нарахованих відсотків.



- Міжнародна платіжна карта – це сучасний засіб оплати. Банківські картки значно полегшують життя мандрівника: з карткою не потрібно декларувати кошти при виїзді за кордон. Крім того, у закордонній поїздці набагато простіше і безпечніше отримувати місцеву валюту за картою, ніж обмінювати готівку.

