***ТЕМА 3. СУБ’ЄКТИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ***

3.1. Постачальники туристичних послуг.

3.2. Діяльність компаній, що забезпечують перевезення туристів

3.3. Заклади розміщення туристів

3.4. Заклади харчування туристів

3.5. Діяльність екскурсійних бюро та компаній, які пропонують туристичні атракції

3.6. Діяльність посередників в міжнародному туризмі

3.1. Постачальники туристичних послуг

Основну роль в каналі розподілу відіграють постачальники, оскільки від їхньої діяльності залежать і інші члени каналу. Постачальники туристичних послуг акумулюють основні кошти галузі організовуючи виробництво основних та додаткових послуг, проводячи цінову політику, встановлюючи нові стандарти та технології обслуговування.

До категорії постачальників відносять: транспортних перевізників (компанії з прокату автомобілів; круїзні компанії; залізнизницю, внутрішні та міжнародні авіалінії); заклади розміщення (готелі, пансіонати, санаторії, мотелі, хостели, курортні заклади розміщування туристів); заклади ресторанного господарства; заклади, які пропонують туристичні атракції (музеї, визначні пам’ятки природи, історії та архітектури, театри, спортивні

майданчики; екскурсійні бюро), інші підприємства, які здатні самостійно продукувати та

організовувати туристичні послуги.

3.2. Діяльність компаній, що забезпечують перевезення туристів

Подолання простору - одна з найважливіших передумов туристичної подорожі.

Послуги перевезення - постійний компонент у структурі туристичної справи.

Перевезення - це сукупність засобів транспорту, шляхів сполучення, засобів

управління і зв'язку, а також різноманітних технічних пристроїв, механізмів і споруд, що

забезпечують їх роботу. До транспортних засобів належить рухомий склад різних видів

транспорту - локомотиви, вагони, морські й річкові судна, літаки, автобуси, автомобілі

тощо.

Шляхи сполучення - це автомобільні дороги, залізничні й водні шляхи, повітряні

лінії, монорейкові та канатні дороги, спеціально змонтовані для руху транспорту та

перевезення вантажів і пасажирів.

До споруд, що забезпечують роботу транспорту, належать локомотивні й вагонні

депо, гаражі, стоянки, автобази, станції техобслуговування, пасажирські станції, вокзали,

летовища, пристані.

Розвиток туризму і транспорту тісно пов'язаний та взаємозумовлений процес.

Загальновизнано, що туризм, як масове соціально-економічне явище, став наслідком

виникнення і розвитку транспорту. Кардинальні зміни у транспортній системі

започаткувало створення залізниць і відкриття регулярного пароплавного сполучення. Ті

види транспорту, які з'явилися пізніше, здійснювали ще більший вплив на розвиток

туризму. Високі темпи туристичних поїздок, що спостерігаються останнім часом,

безпосередньо пов'язані з досягненнями науково-технічного прогресу в галузі транспорту.

Прикладом є будівництво морських пасажирських кораблів з великою тоннажністю,

які здатні перевозити 2-3 тис. мандрівників, або введення в експлуатацію літаків, що

беруть на борт 350-400 чоловік. Для короткочасних подорожей використовують

двоповерхові автобуси і вагони, що мають значно більшу кількість місць, ніж транспортні

засоби попередніх років.

З інтенсивним зростанням кількості туристичних поїздок здійснюється будівництво

нових летовищ, залізничних і морських вокзалів, інших споруд, розширюються наявні

потужності, збільшується їх пропускна спроможність. Якісне вдосконалення матеріальнотехнічної бази транспорту, пов'язане з розвитком туризму, визначається передусім

активними вимогами туристів до комфорту, безпеки, швидкості та зручності під час

подорожі. Конкретно воно здійснюється за такими напрямами:

- збільшується технічна швидкість транспортних засобів. У повітряному

транспорті, наприклад, максимальна швидкість з 400-500 км/год. у 50-х роках XX

ст. досягла 900-1000 км/год. На залізничному транспорті деяких країн швидкість

поїздів досягає 160-200 км/год., а на деяких дільницях - 250 км/год. Якісне

покриття автодоріг, як і технічне вдосконалення у конструкціях сучасного

автомобіля, збільшило швидкість його руху (140- 160 км/год.);

- скорочується час подорожі завдяки встановленню прямих транспортних

сполучень на основних напрямках туристських потоків;

- останнім часом значно підвищився рівень комфорту на транспортних засобах.

Поліпшено інтер'єр транспортних засобів, особливо тих, якими найчастіше

користуються туристи.

Повітряний транспорт швидко та динамічно розвивається і з кожним роком займає

все міцніші позиції в загальносвітової транспортній системі. Високі темпи росту

популярності обумовлюються постійним розширенням географії подорожей та стійкою

тенденцією скорочення термінів поїздок на користь їх частоти. Збільшується частка

короткострокових турів на далекі відстані, що пов’язано з розвитком таких видів туризму,

як шоп-тури і бізнеc-тури, де визначальним фактором є швидкіcть доcтавки. Одночасно

зростає конкуренція на туристичному ринку, в зв’язку з чим перед туристичними фірмами

постає питання підвищення конкурентоспроможності турпродукту та залучення нових

споживачів. Внаслідок підвищення попиту на короткострокові тури, які включають

авіаційні перевезення, одним із шляхів зниження собівартості турпродукту є ефективна

комерційна взаємодія з авіакомпаніями, за якої туристичні фірми отримують можливість

перевезення своїх туристів по зниженим тарифам. Щодо авіакомпаній, то організація

перевезень туристів є одним з головних напрямів розвитку їх діяльності. Обсяги

перевезень туристів відіграють важливу роль у розробці стратегії авіакомпанії по

формуванню парку повітряних суден.

В сучасних умовах сформувалося декілька підходів до організації туристичних

авіаційних перевезень, які полягають у формах взаємодії туристичних фірм і

авіакомпаній, а саме:

- Бронювання місць та викуп авіаквитків через системи бронювання;

- Договір з авіакомпанією на квоту місць на регулярних авіалініях;

- Агентська угода та діяльність туристичної фірми як агентства з продажу

авіаквитків для своїх туристів;

- Організація чартерних авіарейсів під туристичні авіаперевезення.

Бронювання місць та продаж авіаквитків через системи бронювання.

Бронювання та продаж авіаційних перевезень реалізується через глобальні

дистриб’юторні системи (Global Distribution System - GDS), які призначені для

професійних туристичних агентств. Глобальними називають системи, які мають велику

кількість терміналів, розташованих по всьому світу. Другою ознакою глобальної системи

бронювання є можливість бронювання не тільки авіаперевезень, а й готельних послуг, а

також оренди транспорту і всього того, що може входити у турпродукт.

На сьогодні у світі існує чотири системи, які називають глобальними:

- Amadeus / System One

- Galileo / Apollo

- Sabre / Fantasia

- WorldSpan / Abacus

У Європі, в тому числі і в Україні лідерами на ринку комп’ютерного бронювання є

системи Amadeus та Galileo, на американському - Sabre.

Системи бронювання стали одним з основних технологічних та маркетингових

інструментів індустрії подорожей, призначеними не тільки для поширення тих чи інших

продуктів, а й значною мірою для структурування інформаційних потоків і аналізу ринку

агентами, туроператорами і авіакомпаніями.

Для здійснення самостійного бронювання та продажу авіаквитків через GDS

туристичними підприємствами необхідно отримати акредитацію Міжнародної організації

авіаційного транспорту — ІАТА. Авіакомпанії-члени ІАТА розробили Агентську

програму з метою регулювання взаємовідносин призначеними агентами з продажу.

Повсякденну роботу Агентської програми, пов’язану з запитами, підтвердженнями та

одержанням акредитації ІАТА, провадять місцеві комітети з перевірки агентств (АІР). На

території України діють агентські правила продажу пасажирських перевезень, затверджені

Резолюцією 800 ІАТА.

Договір на квоту місць на регулярних авіарейсах. Квота місць, або інакше блок

місць, може бути жорсткою або м’якою. Це впливає на умови договору і на спеціальні

пільги та знижки. При жорсткій квоті місць вся відповідальність за нереалізованість місць

блоку лягає на туристичну фірму незалежно від причини. Фінансові втрати несе

туристична фірма. При м’якій квоті місць встановлюються строки можливої відмови

туристичної фірми від квоти чи частини квоти місць через нереалізованість туристичних

путівок. Ці терміни передбачають можливість подальшої реалізації цих місць самою

авіакомпанією або її іншими агентами.

Договір з авіакомпанією на квоту місць на регулярних авіарейсах включає:

- Графік функціонування турів в напрямку «туди» і «назад» із зазначенням місць

призначення;

- Кількість туристів у кожній групі (квота місць);

- Строки подачі заявок та викупу авіаквитків;

- Строки зняття замовлень на квитки без утримання штрафів (м’який блок);

- Види тарифів на придбані квитки, пільгові тарифи, умови надання пільгових

тарифів;

- Знижки та пільги на квоту місць;

- Порядок і терміни повернення викуплених, але невикористаних квитків,

матеріальна відповідальність, яка випливає з термінів повернення (м’який блок).

Агентська угода з авіакомпанією. Інколи деякі авіакомпанії вважають своїми

агентами всі туристичні фірми, що мають з ними договір на квоту місць. Проте в чистому

вигляді агентська угода - це робота зі стоками, тобто коли туристична фірма одержує

можливість самостійно виступати як агентство авіакомпанії з продажу авіаквитків (як для

своїх туристів, так і просто продаж), що спрощує і прискорює процедури бронювання та

оформлення проїзних документів. Туристична фірма сама виступає в якості «каси з

продажу квитків» авіакомпанії, тобто сама виписує квитки і має відповідне комп’ютерне

обладнання та право доступу до мережі бронювання даної авіакомпанії. Цей вид роботи з

авіаквитками називається «робота зі стоком авіаквитків».

Авіакомпанія внаслідок такої угоди отримує додатковий пункт продажу. Однією з

умов агентської угоди є переважна більшість продажу під тури квитків саме цієї

авіакомпанії.

Агентська угода з авіакомпанією передбачає вирішення наступних питань:

- Хто і на яких умовах забезпечує устаткування для оформлення авіаквитків, бланки

авіаквитків;

- Підготовка кадрів для обслуговування цього обладнання;

- Обсяги продажу найчастіше встановлюються індивідуально -за кількістю квитків

на місяць (наприклад, не менш 10/200 квитків на місяць) або з виручки від продажів (від

10 до 200 тис. дол США і більше в різних авіакомпаніях);

- Межі можливих продажів (регіонально або за сегментами споживачів);

- За чиєї ціною продаються авіаквитки - за ціною авіакомпанії чи за ціною

турагентства (найчастіше за ціною авіакомпанії);

- Ціни і тарифи продажів авіаквитків;

- Умови оплати авіаквитків передоплата або оплата по мірі продажу (для стокагентів у деяких авіакомпаніях передоплата встановлюється за групи туристів);

- Розмір комісійної винагороди за продаж авіаквитків (до 9% проданого тарифу);

- Строки і регулярність подачі звітів авіакомпанії, їх форма і необхідна в додатку

документація (зазвичай 1 або 2 рази на місяць);

- Розмір банківських гарантій на користь авіакомпанії чи ІАТА (від 20 тис. дол

США);

- Членство в IATA [3].

Організація чартерних авіарейсів під туристичні авіаперевезення. Важливе

місце в перевезеннях туристів займає організація та виконання чартерних (замовлених)

перевезень. Виконанню чартерних перевезень передує два фактори:

1. Відсутність можливості перевезення туристів на регулярному рейсі внаслідок

відсутності вільних місць у літаку.

2. Відсутності регулярних перельотів на потрібному напрямі.

Чартерні туристичні перевезення є стратегічним напрямком по формуванню парку

ПС, що зумовлює сильну конкуренцію між авіакомпаніями на право здійснювати чартерні

перевезення, які є джерелом значних доходів.

Основною перевагою виконання чартерних перевезень є відкриття нових

туристичних ринків, що у наслідку надають можливість авіакомпаніям почати регулярні

пасажирські перевезення.

Планування чартерних (замовлених) рейсів займає важливе місце в організації

авіаперевезень туристів. Чартерні перевезення здійснюються, як правило, по напрямках

великих туристичних потоків, у високий сезон часу (особливо в літню пору року).

По характеру виконання чартерні перевезення підрозділяються:

- епізодичне (разове) виконання одного (двох) рейсів;

- ланцюг чартерних рейсів (виконання від 2 до 5 рейсів у визначені дати);

- регулярні чартерні рейси (виконання у встановлені дні тижня по одному розкладу,

на тривалий період часу (літня чи зимова навігація).

У практиці туристичної діяльності українських туроператорів, мають місце усі з

перерахованих чартерних перевезень.

Вартість чартерного рейсу складається із собівартості льотної години

експлуатованого повітряного судна. Як правило, виконання чартерних перевезень

здійснюють українські перевізники, що пропонують більш низькі ставки туроператорам у

порівнянні з іноземними авіакомпаніями. Це знижує загальну вартість туристичного

пакету і залучає більшу кількість українських туристів.

При організації чартерних авіаперевезень замовник разом з авіакомпанією визначає

маршрут, обумовлюються обов’язки сторін, з’ясовується відповідність орендного

договору міжнародним правилам, визначається вартість рейсу. Потім укладається

спеціальний чартерний договір, в якому обумовлюються:

- Вид (марка) літака;

- Число місць, які мають бути продані;

- Вартість оренди літака;

- Маршрут із зазначенням аеропортів вильоту та прибуття;

- Термін дії договору (сезон, рік тощо);

- Регулярність здійснення авіарейсів;

- Можливість і граничні терміни зняття (скасування) авіарейсу і відповідні санкції.

Підписуючи договір чартеру, авіакомпанія майже завжди ставить туроператора в

жорсткі умови. Насамперед від фірми вимагається передоплата. Який би не був її

максимальний розмір, авіакомпанія завжди наполягає, щоб заздалегідь були оплачені

перший і останній рейси чартерного циклу. Таким чином вона застраховує себе та

туристів, які були перевезені раніше, від можливих неплатежів. Оплата рейсів

обговорюється заздалегідь і проводиться, як правило, за 7-10 днів до початку польоту. У

разі несвоєчасної оплати, згідно з угодою, компанія має право виставити замовнику

штрафні санкції чи перервати з ним наявні договірні відносини.

Часто в ролі ініціатора чартерної програми виступає не один, а декілька

туроператорів. В такому випадку вони заздалегідь обумовлюють між собою умови

організації польотів.

Чартерні рейси не повинні суперечити вимогам Варшавської міжнародної конвенції,

в якій встановлені обов’язки перевізника перед пасажиром.

Варто зазначити, що як правова основа спільної діяльності авіакомпанії та

туристичної фірми використовується двостороння угода, розроблена Міжнародною

асоціацією повітряного транспорту, що включає в себе основні принципи комерційного

співробітництва. Організація перевезень будується на аналізі досягнутого рівня

перевезень туристів, темпів приросту чи зниження планованих обсягів. На підставі такого

аналізу авіакомпанія проводить комплекс комерційних заходів, що включають:

1. Складання розкладу руху повітряних судів при плануванні перевезень туристів на

регулярних рейсах у залежності від періоду перевезень. Розрізняють два періоди: зимовий

(з листопада по березень) і літній (із квітня по жовтень).

2. Розробку спеціальних тарифів і правил їхнього застосування для перевезення

туристів у залежності від їх кількості (індивідуалів чи групи), термінів їхнього

перебування, сезонності, турпакетів.

3. Виділення блоків місць для бронювання туристичних перевезень на регулярних

рейсах.

4. Планування і виконання чартерних рейсів

5. Узгодження перевезень туристів з іншими авіакомпаніями по складних

маршрутах (включаючи перевезення двома та більше авіаперевізниками).

6. Спільна участь з туристичною фірмою в рекламних кампаніях.

7. Вдосконалення якості обслуговування туристів на борту повітряного судна.

8. Розвиток нових туристичних авіаційних маршрутів.

9. Спільне співробітництво в області сучасних комп’ютерних технологій.

10. Підготовка і навчання фахівців туристичних фірм в області застосування

авіаційних тарифів і бронювання місць на повітряному транспорті.

Сьогодні літаки - найпопулярніший вид транспорту у світі. Теж саме стосується і

авіаперевезень у туризмі. Такому твердженню існує ряд причин:

- по-перше, авіація - найшвидший і найзручніший вид транспорту при подорожах на

великі відстані;

- по-друге, сервіс на авіарейсах досяг високого рівня якості і є привабливим для

туристів;

- по-третє, авіаційні компанії безпосередньо і через міжнародні мережі бронювання

виплачують туристичним агентствам комісійні винагороди за кожне заброньоване в літаку

місце, таким чином мотивуючи їх обирати саме авіаперевезення при створенні

туристичного продукту.

Авіаційні перевезення стали невід’ємною частиною туристичного продукту, що

призводить до появи тісної взаємодії між авіакомпаніями та туристичними фірмами, яка

передбачає бронювання місць та викуп авіаквитків через системи бронювання, укладання

договору між туристичною фірмою та авіакомпанією на квоту місць на регулярних

авіалініях, укладання агентської угоди, організацію чартерних. Така співпраця сьогодні є

необхідною для обох сторін, адже дає можливість туристичним фірмам отримати вигідні

тарифи для перевезення своїх туристів, а авіакомпаніям - підвищити обсяги продажу своїх

квитків. Можна впевнено стверджувати, що від ефективної комерційної взаємодії

туристичних фірм і авіакомпаній та пошуку нових ефективних підходів до організації

авіаційних туристичних перевезень залежить не тільки успіх їх діяльності окремих

підприємств, а й розвиток ринку авіаційних туристичних перевезень загалом.

3.3. Заклади розміщення туристів

Закладами розміщення туристів є будь-які об'єкти, в яких туристам епізодично чи

регулярно надають місце для ночівлі.

Відповідно до рекомендацій Всесвітньої організації туризму (UNWT0), всі засоби

розміщення можна поділити на дві категорії — колективні та індивідуальні.

До колективних засобів розміщення можна віднести:

 готель - засіб розміщення, який має номерний фонд, службу приймання, інші служби,

які забезпечують надавання готельних послуг. (До готелів та аналогічних засобів

розміщення належать колективні засоби розміщення, що містять більш ніж сім

номерів.)

 агроготель - готель, розташований у сільській місцевості, який має умови для

сільськогосподарської діяльності під час відпочинку

 база відпочинку - аналогічний готелю засіб розміщення з мінімальними зручностями,

зазвичай, сезонного функціонування, розташований у рекреаційній зоні, який

забезпечує умови для відпочинку

 ботель - готель цілорічного функціонування, розміщений на невеликому за розміром

плавзасобі, який має умови для швартування і технічного обслуговування засобів

водного транспорту. (Найпоширенішими плавзасобами для облаштування ботелю є

дебаркадер, понтон, спеціально переобладнане судно, тимчасово вилучене з

експлуатації)

 гостьовий будинок - аналогічний готелю засіб розміщення з умебльованими кімнатами

та з мінімальними зручностями; здебільшого пропонують сніданок

 готельно-офісний центр - готель, частина приміщень якого не є номерним фондом, а

спеціально обладнана і використовувана як офіси

 дитячий табір - засіб розміщення, як правило, сезонного функціонування для

активного відпочинку та оздоровлювання дітей у регламентованому режимі

 кемпінг - засіб розміщення на огородженій території, де розміщення забезпечують v

котеджах та (або) бунгало, та (або) надають місця для розташовування наметів,

караванів та караванів-будиночків, територія облаштована санітарно-технічними

зручностями загального користування

 клуб-готель - готель, розташований при клубі, в якому організують дозвілля та

надають інші послуги, переважно членам клубу

 конгрес-готель - готель, який має умови для організовування і провадження конгресзаходів. (Найпоширенішими видами конгрес-заходів є з'їди, наради, симпозіуми,

виставки, конференції, семінари, ділові зустрічі, переговори)

 конгрес-центр; бізнес-центр - заклад, який спеціалізується на організовуванні та

проведенні конгрес-заходів та надає готельні послуги лише учасникам конгресзаходів.

 круїзне судно - транспортний засіб, на якому надають послуги з тимчасового

розміщення у каютах, а також послуги харчування і розваги під час круїзу

 курортний готель - готель, розташований на території курорту, який має умови для

відпочинку та оздоровлювання

 мотель - готель, розташований за межами міста вздовж автошляху, як правило, в однодвопо-верховій будівлі або в частині будівлі з окремим входом, який має умови для

паркування й технічного обслуговування автомобілів

 готель-люкс - готель, який має тільки номери типу «люкс» та (або) апартамент,

президентський апартамент

 готель-резиденція - готель-люкс закритого типу, призначений для обслуговування

державних посадових осіб

 палац-готель - готель, розташований у будівлі, яка є історико-архітектурною

пам'яткою палацової або замкової архітектури.(В окремих країнах цей тип має

характерну назву, наприклад, у Франції — шато, в Іспанії — парадор)

 пансіонат - аналогічний готелю засіб розміщення оздоровлювального призначення,

розташований у заміській або у рекреаційній зоні з регламентованим режимом

харчування та відпочинку. (Пансіонат із лікуванням — пансіонат, який має умови для

надавання медичних і профілактичних послуг та лікування)

 профілакторій - аналогічний готелю засіб розміщення, як правило, відомчого

підпорядкування, призначений для організовування відпочинку та загального

оздоровлювання, який має умови для надавання послуг профілактичного лікування

професійних хвороб

 санаторій - готель, розташований на території курорту або рекреаційної зони, який

забезпечує надавання послуг лікування у регламентованому режимі. (Види санаторіїв:

дитячий — для дітей від 6 до 18 років, для дітей з батьками; однопрофільний;

багатопрофільний; спеціалізований)

 туристична база. Аналогічний готелю засіб розміщення, розташований на

туристичному маршруті з активними способами пересування туристів і має умови для

харчування та організовування активного відпочинку v регламентованому режимі.

 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 (Види туристичних

комплексів: туристично-оздоровчий комплекс, спортивно-оздоровчий комплекс,

дитячий оздоровчий комплекс, лікувально-оздоровчий комплекс)

 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.

 хостел; молодіжний готель - готель, у якому номери, розташовані зазвичай за

коридорною або блочною системою, і має умови для самостійного готування їжі та

санітарно-технічні зручності на поверсі або у блоці; може організовувати харчування у

закладі ресторанного господарства.

До індивідуальних закладів розміщення можна віднести:

 бунгало - обладнаний засіб розміщення, виготовлений з легких будівельних

матеріалів, оснащений інвентарем для самостійного готування їжі

 гостьова квартира - засіб розміщення в окремому вмебльованому приміщенні

житлового будинку з однієї або кількох кімнат, кухні та санітарно-технічного вузла

 гостьова кімната - засіб розміщення в окремому вмебльованому приміщенні

гостьової квартири у житловому будинку, де надають мінімальні зручності та

здебільшого пропонують сніданок

 дача - неосновне житло приватної особи у рекреаційній зоні, використовуване нею

для надавання послуг з тимчасового розміщування з метою відпочинку

 караван - мобільний автопричіп, обладнаний для розміщення та готування їжі

 збірно-розбірний караван - караван, який можна монтувати, демонтувати на місці

та перевозити автотранспортним засобом

 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. (В

практичній діяльності поширеними є терміни «стаціонарний караван», «мобільний

пересувний будиночок», «караван для відпочинку»)

 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

 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

 фермерський будинок - сільський будинок, розташований на території

фермерського господарства.

Для розробки тур пакетів в туристичному бізнесі надзвичайно важливо знати типи

номерів та їх абревіатури.

 Apartment - тип номерів у готелях, наближених до виду сучасних квартир,

мають місця для приготування їжі (вартість харчування звичайно не

включається у вартість номера); двох і більше кімнатна квартира з кухнею.

 Balcony Room - номер з балконом

 BG (bungalo) - бунгало - окрема споруда, використовувана для розміщення

туристів, часто пропонується в тропічних і південних країнах

 Connected Roms - поєднані номери, що мають прохід з одного в інший

 Cottage – котедж

 De Luxe - номери підвищеної комфортності

 Deluxe Villa – вілла підвищеної комфортності

 Dune room - номер на другому плані (на другій лінії від пляжу)

 Duplex - двоповерховий номер

 Evason room - стандартний номер

 Evason studio room – студія

 Executive floor - один або кілька поверхів у готелі з вищим рівнем

обслуговування, а також з набором додаткових послуг (свіжі газети, фрукти,

свіжі квіти)

 Family Room - сімейний номер (більше стандартного)

 Family suite - сімейний номер більше стандартного (або двох кімнатний номер)

 Honeymoon Room - номер для молодят

 HV (Holliday Village) - готель, що представляє собою комплекс бунгало

 MB (main building) - основна будівля

 Mini-suite - номер поліпшеної категорії (краще, ніж Superior)

 Standart - стандартний номер, що складається із спальні і суміщеного санвузла

 Studio - однокімнатний номер, більше стандартного

 Suite - номер більшого розміру, ніж стандартний, покращений ремонт, меблі,

більше квадратура

 Suite Executive - як правило, сьют з двома спальнями

 Suite Junior - номер підвищеної комфортності: зазвичай велика комфортабельна

кімната з відгородженим спальним місцем для дитини, Перетворювані вдень у

вітальню

 Suite Mini - номер краще ніж стандарт, але поступається Suite

 Suite Senior - номери підвищеної комфортності, як правило, двомісний: вітальня

і спальня

 Superior - номер більшого розміру, ніж стандартний, можливо з покращеним

ремонтом, кращими меблями

 Villа – кремо розташована будівля, як правило VIP рівня

 одномісний номер. Номер, призначений для розміщування однієї особи та

оснащений одним односпальним ліжком. У спеціальній літературі та

практичній діяльності широко застосовують абревіатуру SNGL, яка походить

від англійського слова «single». Абревіатуру рекомендовано використовувати в

юридичних та інших документах як загальноприйняту в світовій практиці

 двомісний номер з одним двоспальним ліжком - номер, призначений для

розміщування двох осіб, оснащений одним двоспальним ліжком. У спеціальній

літературі та практичній діяльності широко застосовують, абревіатуру DBL, яка

походить від англійського слова «double».

 двомісний номер з двома односпальними ліжками. Номер, призначений для

розміщування двох осіб, оснащений двома односпальними ліжками. У

спеціальній літературі та практичній діяльності широко застосовують

абревіатуру TWN, яка походить від англійського слова «twin».

 багатомісний номер - номер, призначений для розміщування трьох і більше

осіб, оснащений односпальними ліжками за кількістю осіб, які проживають.

 додаткове ліжко - EXB - використовується розкладне крісло або софа або

розкладачка «європейського класу» з товстим матрацом. У стандартному

номері надається тільки одне додаткове місце. У спеціальній літературі та

практичній діяльності широко застосовують абревіатуру EXB, яка походить від

англійського слова «Extra Bed».

 DBL + EXB – двомісний номер + додаткове місце для дорослого, тобто номер

призначений для розміщення 3 дорослих

CHD - ребенок

 SGL+CHD(1 дорослий + 1 дитина) - single plus child - стандартний двомісний

номер для розміщення 1 дорослого та 1 дитини;

 SGL+2CHD (1 дорослий + 2 дитина) - стандартний двомісний номер для

розміщення одного дорослого і двох дітей (один з дітей розміщується на дод

ліжку.);

 DBL+CHD (2 доролих + 1 дитина) - стандартний двомісний номер для

розміщення 2 дорослих та 1 дитини (дитина розміщується на дод ліжку.);

 DBL+2CHD (2 доролих + 2 дитини) - стандартний двомісний номер для

розміщення 2 дорослих та 2 дітей (діти розміщуються на додатковому ліжку).

 DBL + 2CHD (2-6) - двоє дорослих + 2 дітей від 2 до 6 років

 2 ADL + 2CHD (2-6)(6-12) - двоє дорослих + 2 дітей (перший від 2 до 6 років,

другої від 6 до 12 років)

 2 ADL + 2CHD (6-12) - двоє дорослих + 2 дітей від 6 до 12 років

 Inf (Infant) - дитина від 0 до 2 років, без місця в літаку, без харчування і без

багажу

 Tripl + 1CHD(2-6) - тримісний + дитина від 2 до 6 років

 3 ad + 1CHD(6-12) - тримісний + дитина від 6 до 12 років

 3 ad + 2ch(2-6) - тримісний + двоє дітей від 2 до 6 років

 3 ad + 2ch(2-12)(2-6) - тримісний + двоє дітей від 2 до 12 років і від 2 до 6 років

 3 ad + 2ch(2-12) - тримісний + дитина від 2 до 12 років

 4 ad + 1ch(2-5) - чотиримісний + дитина від 2 до 5 років

 4 ad + 1ch(6-12) - чотиримісний + дитина від 6 до 12 років

 5 ad - п'ятимісний номер

Для розробки тур пактів в туристичному бізнесі надзвичайно важливо знати типи

харчування та їх абревіатури.

 «лише номер»; «розміщення без харчування». Тариф, до якого включено лише

вартість послуг з тимчасового розміщення. У спеціальній літературі та

практичній діяльності широко застосовують абревіатуру ОА, яка походить від

англійських слів «only accommodation».

 «ліжко та сніданок». Тариф, до якого включено вартість послуг з тимчасового

розміщення та сніданку. Сніданок організовують, як правило, за типом

«шведський стіл». У спеціальній літературі та практичній діяльності широко

застосовують абревіатуру В&В, яка походить від англійських слів «bed and

breakfast».

 напівпансіон. Тариф, до якого включено вартість послуг з тимчасового

розміщення та дворазового харчування на вибір — сніданок, обід або вечеря,

напитки за додаткову плату. У спеціальній літературі та практичній діяльності

широко застосовують абревіатуру НВ, яка походить від англійськоих слів «half

board».

 повний пансіон. Тариф, до якого включено ціну послуг з тимчасового

розміщення та не менше як триразового харчування — сніданок, обід, вечеря.

Напитки за додаткову плату. У спеціальній літературі та практичній діяльності

широко застосовують абревіатуру FB, яка походить від англійських слів «full

board». Існує ще таке поняття як FB +, Extended FB, FB super, що означає

розширений повний пансіон з напитками місцевого виробництва під час їжі

 «усе включено» Тариф, до якого включено вартість послуг з тимчасового

розміщення, харчування та напоїв, а також користування усіма іншими

наявними зручностями та послугами у засобі розміщення. У спеціальній

літературі та практичній діяльності широко застосовують абревіатуру АІ, яка

походить від англійських слів «all inclusive». Існує ще й таке поняття як Ultra

all inc, що означає харчування протягом дня, включаючи напитки іноземного

виробництва та інші додаткові послуги на розсуд менеджменту

3.4. Заклади харчування туристів

Харчування туристів організовують у підприємствах масового харчування типу

ресторан або кафе різних категорій відповідно до класу обслуговування. В Україні їх

рівень визначається категоріями — люкс, вища, перша; за кордоном використовуються

інші позначення, найчастіше — зірки. Інші типи підприємств харчування теж

використовуються у туристичній практиці: їдальні — для організації харчування в

підприємствах рекреаційного типу невисоких категорій або для дитячих (шкільних) груп;

буфети і бари — для туристів-індивідуалів або для організації раннього сніданку (пізньої

вечері) тощо. Найчастіше для туристів обираються заклади харчування безпосередньо в

підприємствах розміщення, але іноді, відповідно до програми перебування туристів,

харчування доцільно організовувати в місцях проведення програмних заходів або поблизу

них. Туристам пропонуються меню різних видів, з яких найпоширенішими є:

 . Contunental breakfast - легкий сніданок, що складається з кави або чаю, соку,

булочки, масла і джему

 English breakfast - повний сніданок, включає зазвичай в себе фруктовий сік,

яєчню з шинкою, тости, масло, джем і каву або чай

 American breakfast/buffet - аналог континентального сніданку плюс різні

нарізки (ковбаси, сир) і гарячі страви (омлет, сосиски)

 a-la-cart ресторан - ресторан з вибором страв по меню і оплатою за рахунком (у

відмінності від шведського столу, фуршету і сет-меню).

 Шведский стол (буфет) – вільний досту до продуктів харчування

 Сет-меню – фиксированный набор блюд, без возможности выбора.

У світовій туристичній практиці серед форм обслуговування найбільшої

популярності набув так званий «шведський стіл» — вибір і порціювання страв туристами.

Використовують також повне або часткове обслуговування за столом, лінію

самообслуговування та «експрес-столи».

У світовій туристичній практиці будь-які напої до меню не включаються взагалі, а

замовляються туристами за окрему плату. Вітчизняна туристична практика дозволяє

включати до меню чай, каву, компоти або безалкогольні напої. Режим харчування

туристів визначається підприємством. Це може бути фіксований час або проміжок часу,

що відводиться на харчування. Харчування першого типу найчастіше застосовується при

обслуговуванні груп туристів, другого — для туристів-індивідуалів або груп туристів на

відпочинку. Обслуговування туристів-індивідуалів, особливо при наданні «шведського

столу», організовується «під ключ». Для отримання їжі турист пред’являє ключ від

номера, візитку або спеціальний талон чи називає номер своєї кімнати. У багатьох

готелях, де неможливі випадкові «візити» сторонніх осіб до ресторану, туристи

отримують сніданок без будь-яких формальностей. При неможливості з якихось причин

отримати харчування на місці, для туристів організують «ланч-пакет», або «сухий пайок».

3.5. Діяльність екскурсійних бюро та компаній, які пропонують туристичні атракції

Екскурсійні компанії або бюро організовують екскурсійне обслуговування туристів

у місцях їхнього тимчасового перебування. Відповідальні за проведення екскурсій

компанії повинні мати в своєму штаті спеціально підготовлених професіоналів (гідів), які

знають рідну мову туристів. Зрозуміло, відсутність гіда - перекладача зіпсує враження

туристів про країну тимчасового перебування, залишивши незадоволеними їхні потреби в

пізнанні. Тому роль гіда - перекладача і організаторів екскурсій - основна серед

інформаційно-роз'яснювальної роботи з туристами.

Вимоги до гіда - перекладача різні (аж до форми одягу), але основні з них такі:

- знання великого фактичного матеріалу і вміння змінювати пропонований текст

відповідно до особливостей контингенту туристів, їхнього віку і соціального

складу;

- творчий підхід до своєї праці, вміння передати свою любов до рідного міста всім

присутнім у групі. Якщо туристи відчувають, що гід - перекладач прагне донести

до них принципи мешкання в його рідній державі, місті, вони змінять своє

ставлення, що спочатку склалося, до місця перебування (інколи негативне),

задумаються над питаннями, яких торкався гід;

- систематична робота над розширенням свого загального кругозору,

вдосконалення професійних знань і знання іноземної мови, дотримання

встановлених норм і правил поведінки, коректність у взаємостосунках з

туристами;

- хороше знання і строге виконання правил приймання і обслуговування

іноземних туристів;

- супровід групи туристів у поїздці, починаючи від першого і закінчуючи останнім

пунктом програми;

- забезпечення усного перекладу під час проведення всіх запланованих

організаторами туру заходів;

- суворий контроль за виконанням адміністраціями об'єктів розміщення і системи

харчування вимог обслуговування іноземних туристів; систематична самоосвіта

і наукова діяльність (складання методик і лексичної допомоги, написання нових

текстів екскурсій) у вільний віл роботи час.

Під час призначення гіда на роботу з конкретною іноземною групою йому

видаються перепустка в готель, де розмішені туристи, а також план поїздки з указанням

дати, часу і місця проведення запланованих заходів.

До обов'язків гіда входять: надання допомоги туристам у проходженні митного або

прикордонного контролю, інформування туристів про правила в'їзду в державу (особливо,

митні правила і обмеження), про порядок обміну валюти, фотографування і кінозйомки на

території держави, організація отримання багажу.

Під час розміщення туристів гід - перекладач повинен: представитися працівникам

готелю і повідомити про приїзд групи, надавати допомогу адміністрації готелю з метою

швидкого розселення туристів (наприклад, наперед з'ясувати, хто і з ким проживатиме в

одному номері), проконтролювати заповнення реєстраційних карток і допомогти туристам

з ним, скласти списки туристів з указанням їхніх готельних номерів, наперед розповісти

про програму на весь час перебування в даному пункті стоянки, при виїзді з готелю

перевірити, чи всі ключі здані адміністратору.

Якщо гіду необхідний нічліг (наприклад, супроводжуючий з іншого міста), він

розмішується в тому самому готелі, що й туристи в одно- або двомісних (з іншим гідом

або з водіями) номерах. Розселення гіда і туриста в одному номері не прийняте.

Під час організації харчування гід зобов'язаний організувати прибуття в ресторан у

точно призначений час, інформувати служби харчування ресторану про прибуття групи,

про пристрасті та смаки туристів (наприклад, якщо туристи мусульмани, попередити

кухарів про неприпустимість страв зі свинини в меню). Якщо ж харчування

організовується під час поїздки, наприклад, під час стоянок або у вагоні - ресторані, гіду

необхідно наперед уточнити графіки харчування, про що повідомити туристів.

При виконанні екскурсійної програми перекладач повинен вивчити матеріали

методичних посібників із маршруту, перебувати з групою і вести повний усний переклад

впродовж всієї екскурсії.

Гід - перекладач зобов'язаний мати при собі ліцензію на право займатися

екскурсоводною діяльністю під час проведення екскурсій. Інакше йому загрожує штраф (у

багатьох туристичних центрах світу в екскурсоводів вимагають докази легальності їхньої

роботи).

Під час роботи з туристами гіду категорично забороняється:

- самостійно змінювати запланований маршрут, вносити зміни в програму;

- змінювати запланований час проведення екскурсій, а також тривалість екскурсій;

- самостійно організовувати відвідини об'єктів показу, не передбачених програмою

перебування.

Туроператор, який спеціалізується на організації екскурсійних турів, повинен

укласти договір з екскурсійною фірмою, розташованою в місці відпочинку туристів.

Такий договір повинен обов'язково містити інформацію щодо:

- переліку пропонованих екскурсійною фірмою екскурсій (їхній маршрут, вид

транспортного забезпечення за маршрутом, об'єкти відвідин);

- варіантів вартості пропонованих екскурсій (вона залежить від контингенту

екскурсантів, розміру групи, тривалості екскурсій);

- часу бронювання екскурсійного обслуговування (за який мінімальний період часу

туроператор може замовити бажану екскурсію);

- відповідальності туроператора за зрив екскурсії (мінімальний термін відмови від

проведення екскурсії без штрафних санкцій, розмір штрафних санкцій туроператора за

порушення цього мінімального терміну).

Після оформлення документального забезпечення вибраних схем, співпраці

оператора з виробниками туристичних продуктів, аналізу вартості пропонованих ними під

час роботи за вибраною схемою туристичних продуктів, туроператор приступає до

ціноутворення туру, що є наступною фазою його роботи.

3.6. Діяльність посередників в міжнародному туризмі

Членами каналу розподілу, які розповсюджують туристичні продукти та організовують

туристичні подорожі споживачів є посередники. Посередниками між підприємствамивиробниками послуг та їх споживачами є туристичні підприємства - туристичні оператори,

туристичні агентства й інші, що надають інформаційні послуги про подорож (турбюро) та

організують збут сформованих туристичних продуктів або окремих послуг. Усі послуги

підприємств-посередників об’єднуються за трьома основними функціями:

1. Організаційна, яка передбачає формування комплексних маршрутів для туристських

груп і туристів-індивідуалів на основі договорів із підприємствами-постачальниками;

2. Посередницька, яка передбачає продаж послуг і товарів туристського призначення за

дорученням підприємств туристичної індустрії;

3. Торговельно-банківська, яка передбачає операції з обміну валют, страхування життя та

майна туристів.

Також, існують підприємства, що виконують змішані функції виробників і посередників на

ринку туристичних послуг і представлені транспортними організаціями, які мають у в своєму

складі структурні підрозділи з організації туризму, а також різного виду туристичними

комплексами (дитячо-оздоровчі, спортивно-оздоровчі, туристично-оздоровчі, готельнотуристичні та ін.).

Отже, до посередників в сфері туризму та рекреації слід відносити юридичних та

фізичних осіб, які спеціалізуються на формуванні та розповсюдженні туристичних послуг

використовуючи прямі та контрагентські канали збуту, застосовуючи реальні та

віртуальні підходи в роботи з цільовими ринками.

Основним посередником, який займається організацією внутрішніх та міжнародних

подорожей, формує туристичний пакет послуг та розповсюджує його використовуючи

прямі та непрямі канали збуту виступають туроператори. Згідно Закону України «Про

туризм» «туристичні оператори – юридичні особи, створені згідно із законодавством

України, для яких виключною діяльністю є організація та 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».

Д. Мейер під туроператорами розуміє компанії, які поєднують в одному продукті, так

званому тур-пакеті, принаймні дві туристичні послуги (наприклад, переліт та проживання)

та продають його через туристичні агенції кінцевим споживачам.

На думку Дж. С. Холовея туроператори можуть класифікуватись як оптовики, оскільки,

купують кожну послугу відокремлено у різних постачальників, а потім формують

турпакет. Турагенції, які продають туристичний продукт кінцевим споживачам зазвичай

не змінюють його складу, і цей аргумент, дозволяє відносити туроператорів не до

традиційних посередників, а до постачальників. Окрім того, за рахунок оптових

закупівель складових турпакету, що передбачають значні знижки, туроператор здатен

пропонувати тур-продукт кінцевим споживачам за значно нижчою ціною.

Отже, туроператори є основними гравцями на туристичному ринку, основна діяльність

яких, спрямована на розробку турпакетів, під якими розуміють сукупність туристичних

послуг, таких як: перевезення, проживання, харчування, екскурсії, страхування та інші

пов’язані з ними послуги. Туроператори представляють собою ключову ланку в процесі

донесення туристичного продукту від постачальника до кінцевого споживача, впливаючи

на рівень попиту та пропозиції на туристичному ринку.

Так, В. Мідлтон і Дж. Кларк [48, C. 412] відзначають, що турпакети включають в

себе основні, додаткові та альтернативні елементи туристичних послуг, які реалізуються

як єдиний туристичний продукт, а саме:

1. Основні елементи:

 Перевезення;

 Проживання;

 Трансфер з аеропорту до місця проживання та навпаки;

 Послуги представника туроператора;

 Страхування

2. Додаткові елементи:

 Оренда транспортних засобів;

 Екскурсійне обслуговування

3. Альтернативні елементи у випадку відвідування двох та більше країн (мультитурпакети).

Діяльність туроператора полягає не лише у створенні якісного та

конкурентоспроможного тур-пакету, але й у позиціонуванні його на цільовому ринку та

донесенні до кінцевого споживача – туриста.

Найефективнішим шляхом реалізації тур-продукту та максимального залучення

клієнтів вважаються продажі з використанням посередників, так звані контрагентські

ланцюги. Наявність у туроператора широкої та розгалуженої тур агентської мережі сприяє

зниженню витрат на реалізацію тур-пакетів, збільшенню обсягів продаж та виходу на нові

ринки.

В залежності від функцій, які виконують туроператори та місця здійснення

господарської діяльності їх класифікують на виїздних туроператорів (Outbound Tour

Operators) та в’їздних туроператорів (Inbound Tour Operators).

Виїздні туроператори (Outbound Tour Operators) спеціалізуються на створенні та

просуванні закордонних турів, які реалізують на національному ринку, зазвичай

пропонуючи різноманітність та комплексність туристичних напрямків (дестинацій). Вони

проектують та розробляють власні тур-пакети, співпрацюючи з іноземними

постачальниками або обирають та реалізують тур-пакети, вже створенні в’їздними

закордонними туроператорами. Виїзний туроператор при розробці туру повинен

досконало володіти не лише інформацією про пропоновані ним готелі, трансфери,

екскурсійні програми та спеціалізовані послуги, але й знати законодавство, звичаї та

традиції країни призначення.

В залежності від активності співпраці з авіакомпаніями туроператорів класифікують на

флатерів та нон-флайтерів [38]. Флайтери є активними фрахтувальниками повітряних

суден, які належать місцевим авіакомпаніям, тобто мають можливість організовувати

чартерні перельоти до місць призначення. В залежності від форми співпраці туроператора

з авіакомпанією розрізняють абсолютних та відносних флайтерів. Перші, за договором

чартеру, закупляють авіарейс, авіаквитки на який повністю належать абсолютному

флайтеру, який реалізує їх у складі тур-пакетів, або як окрему послугу іншим

туроператорам чи кінцевим клієнтам. Відносні флайтери представляють собою більш

дрібних туроператорів, об’єми продажів яких не дозволяють повністю завантажити

авіарейс. З цієї причини відносні флайт-туроператори консолідують свої зусилля в рамках

пулу, розділяючи між собою салон повітряного лайнера на блоки крісел, кількість яких

узгоджується з керівництвом авіакомпанії. І нарешті, під нон-флайтерами розуміють

туроператорів, які не фрахтують авіарейси.

В залежності від форми співпраці з іноземними курортами та туристичнорекреаційними комплексами виїздних туроператорів класифікують на презентативних та

репрезентативних. Репрезентативні туроператори співпрацюють з в’їздними

туроператорами, які зустрічають туристів, забезпечують трансфер, екскурсійне

обслуговування, допомагають вирішити усі проблеми, які виникають у туристів.

Натомість презентативні туроператори володіють власними представництвами, філіями та

відділеннями у місці призначення, функціями яких є зустріч та трансфер туристів,

розселення, організація екскурсійного обслуговування та анімація.

В’їздні туроператори (Inbound Tour Operators) спеціалізуються на розробці, просуванні

та організації подорожей в межах туристичної дестинації для іноземних туристів. Їхніми

перевагами є знання місцевого ринку туристичних послуг, більш економні та якісні

пропозиції відпочиваючим. В’їздний туроператор здебільшого спеціалізується на одній

країні чи дестинації розробляючи групові та індивідуальні тур-пакети самостійно, або за

участю місцевих туроператорів та постачальників послуг. Також співпрацює з виїздними

туроператорами, забезпечуючи останнім зустріч туристів, трансфер, розселення та

дозвілля.

Місцеві туроператори розробляють та реалізують туристичні продукти в межах

туристичної дестинації, вони не займаються збутом турпакетів закордоном. Ці

туроператори зосереджують свою діяльність на наданні місцевих туристичних послуг,

зокрема верхова їзда, прогулянки на яхті, кулінарні та винні тури. Місцеві туроператори

здебільшого продають власні турпродукти незалежним туристам, які вже прибули в

туристичну дестинацію, іноді, співпрацюють з в’їздними та виїздними туроператорами.

Туристичні провайдери надають спеціалізовані послуги з розміщення, харчування,

оренди транспортних засобів, послуги гідів та перекладачів, тощо. До туристичних

провайдерів також відносять музеї, парки, атракціони, внутрішні авіалінії.

Основне місце на ринку туристичних послуг займають турагенції, які здійснюють

розповсюдженням та реалізацією турпакетів, розроблених туроператорами, інформуванням

та консультуванням споживачів щодо умов подорожі. В Законі України «Про туризм»

дається наступне визначення турагенцій «…це 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 і які в

установленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність