

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра міжнародної економіки та туризму

Г.О. Горіна
В.О. Сорочан

ПРОГРАМНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ В
МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Методичні рекомендації для вивчення дисципліни

Кривий Ріг
2017

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра міжнародної економіки та туризму

Г.О. Горіна
В.О. Сорочан

ПРОГРАМНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ В МІЖНАРОДНОМУ
ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Методичні рекомендації для вивчення дисципліни

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри туризму
протокол № 11
від 06.02.2017 р.

СХВАЛЕНО
Навчально-методичною
Радою ДонНУЕТ
(Протокол №5 від 26.02.2017 р.)

ДонНУЕТ
Кривий Ріг
2017

УДК 338.486.23-1/6
ББК 65.433я73р
Г 67

Рецензенти:

Никифоров Р.П. - канд техн. наук, доцент
Дорофєєва Х.М. - канд. екон. наук

Горіна, Г.О.

Г 67 Програмний туropolерейтинг в міжнародному туристичному бізнесі [Текст] : метод. рек. до вивч. дисц. / Г.О. Горіна, В.О. Сорочан ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. міжнар. економіки та туризму. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. – 62 с.

Методичні рекомендації призначені для студентів всіх форм навчання і включають інформацію щодо змісту модулів та тем дисципліни, планів семінарських занять, завдань для самостійного вивчення та розподілу балів за видами робіт, що виконуються студентами протягом вивчення дисципліни. Методичні рекомендації містять перелік питань для підготовки до підсумкового контролю та перелік основної та додаткової літератури.

УДК 338.486.23-1/6
ББК 65.433я73р

© Горіна Г.О., Сорочан В.О., 2017
© Донецький національний
університет економіки і торгівлі імені
Михайла Туган-Барановського, 2017

ЗМІСТ

ЧАСТИНА 1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИВЧЕННЯ МОДУЛЮ «ПРОГРАМНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ»	7
ІДЕНТИФІКАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ (МОДУЛЯ).....	7
ЧАСТИНА 2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ	11
ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1. ПРОГРАМНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ: СУТНІСТЬ, МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА РІЗНОВИДИ	11
Тема 1. Програмний туризм як основа сучасного туроперейтингу	11
Тема 2. Програма обслуговування – основа програмного туру	17
Тема 3. Загальні особливості проектування окремих видів туристських послуг.....	25
ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОГРАМНИХ ТУРІВ	34
Тема 4. Формування класичних турів	34
Тема 5. Програми індивідуальних турів	44
Тема 6. Особливості формування святкових турів.....	55

ВСТУП

У міжнародному туризмі існують певні особливості і традиції організації програмного обслуговування туристів у залежності від складу мандрівників (туристська група, сім'я з дітьми або без дітей, тільки жінки, тільки неодружені чоловіки, VIP-персони), а також різних вікових груп. Для цих груп туристів є багато готових рішень на міжнародному туристичному ринку. Крім того, на ринку існує велика різноманітність програм обслуговування і цільових турів. Кожен з цих турів має свою специфіку.

Тому на сьогоднішній день особливо актуальними є програмний туризм і програмний туроперейтинг. Програмний туроперейтинг - є однією з новітніх розробок туристичних компаній світу, який пропонує в одному пакеті всі ті послуги, які найбільш задовольняють кожного конкретного клієнта.

Для створення туроперейтингового середовища потрібно оволодіти інформацією про принципи його існування, вивчити і дотримуватися правил програмного туризму, підібрати належну матеріальну базу, туристську інфраструктуру, а також організувати функціонування інформаційних мереж і потоків.

Все це викликає об'єктивну необхідність вивчення дисципліни «Програмний туроперейтинг в міжнародному туристичному бізнесі» студентами спеціальності 242 «Туризм».

Мета: формування у студентів методичних навичок розробки програм обслуговування туристів з урахуванням видів і типів рекреаційної діяльності, видів туризму, урахуванням потреб туриста і його мотивація до придбання туристичного продукту.

Завдання: оволодіння знаннями щодо програмного туроперейтингу та їх застосування; вивчення й набуття практичних навичок щодо формування програмних турів: класичних та індивідуальних з урахуванням сучасних тенденцій ринку.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

сутність програмного туроперейтингу;

принципи складання програм обслуговування;

технології що використовуються в програмному туроперейтингу;

вміти:

розробити тур згідно поставленій меті;

визначити ціну на індивідуальний тур;

прогнозувати попит в туризмі.

ЧАСТИНА 1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИВЧЕННЯ МОДУЛЮ «ПРОГРАМНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ»

ІДЕНТИФІКАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ (МОДУЛЯ)

1. Мета викладання навчальної дисципліни – формування у студентів методичних навичок розробки програм обслуговування туристів з урахуванням видів і типів рекреаційної діяльності, видів туризму, урахуванням потреб туриста і його мотивація до придбання туристичного продукту.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути спеціаліст:

Знання і розуміння

сутність програмного туроперейтингу;
принципи складання програм обслуговування;
технології що використовуються в програмному туроперейтингу.

Застосування знань і розумінь

розробити тур згідно поставленій меті;
визначити ціну на індивідуальний тур;
прогнозувати попит в туризмі.

Формування суджень:

оволодіння знаннями щодо програмного туроперейтингу та їх застосування; вивчення й набуття практичних навичок щодо формування програмних турів: класичних та індивідуальних з урахуванням сучасних тенденцій ринку.

3. Дисципліна за вибором навчального закладу.

4. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання;
підсумкове – екзамен.

5. Мова викладання:

українська, російська.

6. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів ECTS –5	Галузь знань 1401 «Сфера обслуговування»	за вибором навчального закладу	
		Рік підготовки:	
		5-й	5-й
Модулів - 1	Спеціальність (професійне спрямування) 8.14010301 «Туризмознавство за видами)»	Семестр:	
Змістових модулів - 2		10-й	10-й
		Лекції:	
		30 год.	4
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	ступінь: магістр	Практичні, семінарські:	
		30 год.	4
Загальна кількість годин - 150		Лабораторні:	
		-	-
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 60 самостійної роботи студента – 90		Самостійна робота:	
		90 год.	142
		Індивідуальні заняття:	
		-	-
		Вид контролю:	
		екзамен	

7. Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Програмний туropolерейтинг: сутність, мета, завдання та різновиди

Тема 1. Програмний туризм як основа сучасного туropolерейтингу

1.1. Сутність та визначення програмного туризму

1.2. Цілі програмного туризму

1.3. Мотивація програмного туризму

Тема 2. Програма обслуговування – основа програмного туру

2.1. Види послуг програмного обслуговування

2.2. Загальні принципи формування програми обслуговування

2.3. Рекреаційна діяльність – основа складова програмного обслуговування

2.4. Місце та роль анімації в програмі обслуговування

Тема 3. Загальні особливості проектування окремих видів туристських послуг

3.1. Основні напрями робіт з підготовки програмних турів

3.2. Етапи розробки та впровадження програмних турів

Змістовний модуль 2. Особливості організації програмних турів

Тема 4. Формування програм класичних турів

4.1. Діловий туризм

4.2. Навчальні тури

4.3. Розважальні тури

- 4.4. Пізнавальні тури
- 4.5. Спортивно – оздоровчий туризм
- Тема 5. Формування програми індивідуальних турів
- 5.1. Шоп-тури
- 5.2. Пригодницький туризм
- 5.3. Екологічний туризм
- 5.4. Сімейні тури
- 5.5. Хобі-тури
- 5.6. Весільні тури
- Тема 6. Формування програм святкових турів
- 6.1. Особливості святкових турів
- 6.2. Новорічні та різдвяні тури
- 6.3. Весняні святкові тури
- 6.4. Релігійні свята (великдень, трійця, різдво)

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва	Кількість годин	
		ОКР «Магістр»	
		Денне	Заочна
1.	Складові туристського програмування: якість, оптимальність психологічне сприйняття	20	28
2.	Оцінка туристичних ресурсів для формування програми обслуговування	20	28
3.	Формування класичного турпродукту.	20	28
4.	Програма обслуговування індивідуального туриста.	20	30
5.	Особливості формування святкових турів .	30	30
	Разом	90	142

9. Індивідуальні завдання

Розробка структурно-логічних схем до окремих питань дисципліни

Робота з офіційними даними (офіційні повідомлення у ЗМІ; статистичні дані тощо)

Підготовка оглядів періодичної і монографічної літератури з тем дисципліни

Підготовка доповідей, рефератів та наукових статей за наведеною тематикою

Підготовка есе з тем дисципліни

10. Методи навчання

Навчальні заняття, виконання індивідуальних завдань, розв'язання практичних завдань, підготовка та захист рефератів, доповіді; огляд наукової літератури, актів законодавства, тестування, обговорення проблемних питань.

11. Методи контролю

Усне опитування, тестування, написання творчих робіт, написання індивідуальних навчально-дослідних завдань, рубіжний та підсумковий модульний контроль.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 - 100	A	відмінно	зараховано
80 - 89	B	добре	
75 - 79	C		
70 - 74	D	задовільно	
60 - 69	E		
35 - 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0 - 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

ЧАСТИНА 2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1. ПРОГРАМНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ: СУТНІСТЬ, МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА РІЗНОВИДИ

Тема 1. Програмний туризм як основа сучасного туropolерейтингу

АНОТАЦІЯ:

Тема присвячується визначенню місця програмного туropolерейтингу на туристичному ринку.

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ:

визначити сутність програмного туropolерейтингу;
знати цілі програмного туropolерейтингу.

ФОРМИ КОНТРОЛЮ:

- усне опитування,
- тестування
- розв'язання ситуацій.

Програмний туризм – це комплексний підхід до підготовки обслуговування туристів, повністю враховує їх інтереси у відповідності з метою подорожі, віком туристів, складом групи, соціальною належністю та ін.

Дане визначення включає три основних принципи:

1. орієнтацію на активну і змістовну діяльність туристів;
2. облік індивідуальних потреб кожного туриста;
3. гарантію запланованого рівня та обсягу послуг, обслуговування за науково обґрунтованими нормами і стандартами, про які споживач інформується не пізніше стадії реалізації свого замовлення або придбання путівки.

Іншими словами, **програмний туризм** – це особливий вид організації туристичного маршруту, що враховує мети подорожі, інтереси певної туристичної групи, їх вік, сімейний стан, професію, захоплення і т.д. Такий підхід якісно відрізняється від стандартного туристичного продукту, оскільки за одну і ту ж вартість пропонує різним туристам різні програми.

Основою обслуговування туристів служить **туристська програма**, яка формується з комплексу таких послуг, як проживання, харчування, екскурсійне обслуговування транспортні, дозвілево-розважальні, спортивні, курортні, побутові послуги та ін.

Базисною основою для розробки туристських програм є:

1. мальовниче, що викликає інтерес місце розташування об'єкта;
2. хороші погодно - кліматичні умови;

3. хороше санітарний стан місця відпочинку , його чистота і доглянутість ;
4. комфортні та затишні готелі;
5. здорове і смачне харчування, його хороша організація;
6. максимальна ізолюваність від шуму;
7. наявність природних водойм.

Туристські програми завжди володіють тематичною спрямованістю. Залежно від тематики туру складається певний набір послуг, який залежить від мети подорожі і рівня замовленої комфортності. При цьому програма складається з основних послуг, що відповідають меті подорожі, плюс доповнюють і супутні послуги. Тільки цілісний, розроблений на основі світового досвіду та маркетингових досліджень підхід до програмування туристського відпочинку та поїздок призводить до позитивного результату в обслуговуванні туристів.

Сучасний туроперейтинг у своїй технології повинен враховувати три основні установки:

орієнтацію на активну і змістовну діяльність туристів;

облік індивідуальних потреб кожного туриста, так як послуги з надання можливості займатися будь-яким видом діяльності не можуть будуватися , як колись, у розрахунку на «середньоарифметичного» споживача;

обслуговування за науково обґрунтованими нормами і стандартами, про які споживач інформується не пізніше стадії придбання путівки або реалізації свого замовлення.

Основою туристської програми є мета подорожі. Турист не вважає програму і обслуговування якісними, якщо мета подорожі не досягнута. Цілі туристів при виборі подорожі можуть бути різноманітними і залежать від багатьох факторів. Серед них: вік, рівень доходів туристів, національні особливості, мода, тощо .

Однак серед усього різноманіття мотивів фахівці виділяють найбільш типові, присутні у більшості споживачів на більшості туристських ринків. На них зазвичай ґрунтуються стандартні програми обслуговування, поширені в усьому світі. Це наступні цілі та пов'язані з ними програми обслуговування:

Турбота про збереження здоров'я.

Заняття спортом як засіб психологічної розрядки і підвищення життєвої активності.

Навчання.

Можливість для самовираження і самоствердження.

Можливість зайнятися улюбленою справою (хобі) в середовищі однодумців.

Рішення ділових проблем.

Розвага і потреба в спілкуванні з іншими людьми..

Задоволення цікавості і підвищення культурного рівня.

Специфічні інтереси туристських груп дозволяють виявити 4 категорії

туристських мотивів:

природно-кліматичні мотиви: рельєф, рослинність, температура;

культурні мотиви: історичні місця, музеї, виставки, народні ремесла;

економічні мотиви: вартість життя в регіоні подорожі, вартість подорожі;

психологічні мотиви: спонукає людину подорожувати.

Існує ряд **факторів, що впливають на туристські мотиви**, які необхідно враховувати при вивченні попиту на туристський продукт і при формуванні програми обслуговування :

вік: діти від 2 до 7 років, школярі (до 18 років), молодь, студенти (до 25 років), туристи 25-35 років, туристи 35-50 років, туристи від 50 років і старше;

освіта: необхідно виявити рівень освіти і інтереси клієнтів при комплектуванні групи;

соціальна приналежність: робітники і службовці, учні та студенти, пенсіонери;

менталітет: визначається впливом суспільства, в якому людина проводить більшу частину свого часу ;

конфесії;

дохід;

сімейний стан;

робота: її вид , характер ;

відпустка: його наявність, тривалість, дотації до відпустки;

здоров'я: фізична підготовка, імунітет, спортивні навички;

чисельність групи: індивідуальний тур або мала група (до 10 осіб);

сезонність: високий, середній і низький сезон;

активність: залежить від віку, характеру, способу життя.

Кожен вид туру залежно від програми має особливу специфіку організації обслуговування туристів, розподілу часу і надання послуг, технології обслуговування туристів. При всьому розмаїтті варіантів програм дотримується принцип **"Мета подорожі - тип туру"**. Якщо не виконується цей основоположний принцип організації туру, складання програми, то робота приречена на провал, навіть складається з високоякісних послуг вищої категорії, так як турист вважає якісним обслуговування тільки тоді, коли мета його подорожі виконана.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

Тестові завдання по темі

1. Програмний туризм – це:

- а) робота над програмами обслуговування;
- б) комплексний підхід до підготовки обслуговування туристів, повністю враховує їх інтереси у відповідності з метою подорожі, віком туристів , складом групи , соціальною належністю та ін.;

в) особливий вид організації туристичного маршруту, що враховує мети подорожі, інтереси певної туристичної групи, їх вік, сімейний стан, професію, захоплення і т.д.;

г) усі відповіді правильні.

2. Визначення «програмний туризм» включає три основних принципи (виключите зайве):

а) гарантія запланованого рівня та обсягу послуг, обслуговування за науково обґрунтованими нормами і стандартами, про які споживач інформується не пізніше стадії реалізації свого замовлення або придбання путівки;

б) орієнтація на активну і змістовну діяльність туристів;

в) дозволяє здійснити подорож і відпочинок у будь - який (розумний) час, згідно з особистими планами туристів;

г) облік індивідуальних потреб кожного туриста.

3. Основою туристського обслуговування служить:

а) туристські маршрути;

б) правильні відповіді в), г).

в) туристські програми;

г) набір послуг, які складають програму обслуговування в рамках туру;

4. Програмне обслуговування – це:

а) правильні відповіді б), г);

б) набір запланованих послуг, розподілений по днях і часу їх надання;

в) тури, складені за Вашим побажанням, це маршрути тільки по тих курортах і містах, відвідати які Вам цікаво. Передбачають будь-яке побажання готелю, міста, транспорту, харчування;

г) це комплексне надання певного набору послуг клієнту в процесі подолання їм простору (на транспорті, пішки, на тварині або іншим способом), підпорядковане одній меті (мотиву), що спонукала клієнта до вирішення власних завдань (можливості знайомства, навчання, самовираження, задоволення цікавості та ін .) за допомогою подорожі.

5. Базисною основою для розробки туристських програм є:

а) мальовниче, що викликає інтерес місце розташування об'єкта, хороші погодно - кліматичні умови, хороше санітарний стан місця відпочинку , його чистота і доглянутість;

б) комфортні та затишні готелі, здорове і смачне харчування, його хороша організація;

в) максимальна ізоляваність від шуму, наявність природних водойм;

г) усі відповіді правильні.

6. Визначите основні категорії туристських мотивів згідно інтересам туристських груп:

- а) природно-кліматичні, культурні, економічні та психологічні мотиви;
- б) історично – культурні, соціально – економічні, психологічні мотиви;
- в) політико – правові, культурні, економічні, психологічні мотиви;
- г) політико – правові, історично – культурні, соціально – економічні та психологічні мотиви.

7. Визначте ціль програмного обслуговування: «Це в основному подорожі в святкові дні з розважально-пізнавальною програмою»:

- а) заняття спортом як засіб психологічної розрядки і підвищення життєвої активності;
- б) можливість для самовираження і самоствердження;
- в) розвага і потреба в спілкуванні з іншими людьми;
- г) задоволення цікавості і підвищення культурного рівня.

8. Ціль - задоволення цікавості і підвищення культурного рівня». Визначте пов'язану із цілю програму обслуговування:

- а) тури з лікуванням, масажем та іншими процедурами для сімей, інвалідів, некурящих або кидають курити, тури з оздоровчими видами спорту;
- б) пригодницькі тури: висококатегорійні туристські походи, кругосвітню подорож на теплоході, африканське сафарі, полювання на верблюдах і мотонартах;
- в) пізнавальні тури по знаменитих містах, столицях, історичним і культурним центрам; театральні тури по знаменитих оперним залам, концертам і балетам;
- г) тури, що дозволяють займатися в період відпустки такими видами спорту, якими більшість людей не мають можливості займатися регулярно протягом року.

д)

9. Ціль - «навчання». Визначте пов'язану із цілю програму обслуговування:

- а) пригодницькі тури: висококатегорійні туристські походи, кругосвітню подорож на теплоході, африканське сафарі, підводне полювання і різні експедиції;
- б) вивчення іноземних мов і розмовна практика, що передбачають щоденні заняття, навчання різних видів спорту та професійні програми навчання (менеджмент, маркетинг, економіка та ін.);
- в) пізнавальні тури по знаменитих містах, столицях, історичним і культурним центрам; літературні тури по місцях дії відомих літературних творів;
- г) тури, що дозволяють займатися в період відпустки такими видами спорту, якими більшість людей не мають можливості займатися регулярно протягом року.

10. Для успішного впровадження програмного обслуговування в туризмі необхідно наступне:

- а) організація системи реалізації запиту таким чином, щоб споживач міг брати участь у процесі конструювання програми власного відпочинку
- б) диференційований підхід до обслуговування різних груп населення, пов'язаних спільністю соціально-психологічних ознак та інтересів;
- в) спеціалізація туристських підприємств за окремими видами програм обслуговування;
- г) всі відповіді правильні.

Практичні завдання

Ситуація «Вихідні в столиці»

Перед менеджерами туристичної фірми «Країна» стоїть нова задача: скласти програмний тур до Києва - у давнє, велике, неповторне місто. Вихідні мають бути наповнені цікавими екскурсіями, відвідуванням основних визначних пам'яток столиці, приємним дозвіллям.

Завдання:

Розробить туристську програму до Києва, враховуючи головні особливості її складання: для школярів (віком 12-15 років) під час зимових канікул; для студентів; для туристів віком 50 років та старше.

Ситуація «Активна діяльність»

Розбийтеся на групи по дві людини. Уявіть наступну ситуацію.

Ви володієте турфірмою, яка організовує подорожі до Європи. Несподівано для вас відкривається нова турфірма, яка також займається продажем турів до Європи. Розташувалась вона в сусідньому від вас будівлі. Нова турфірма складає дуже цікаві туристичні програми за різними цілями. У даній ситуації вам слід швидко і оперативно прийняти рішення, щоб не втратити ваших клієнтів.

Завдання:

Проаналізуйте дану несприятливу ситуацію та запропонуйте свої заходи щодо її вирішення.

Тема 2. Програма обслуговування – основа програмного туру

АНОТАЦІЯ:

Тема присвячується визначенню основ побудови програм обслуговування туристів.

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ:

знати види програм обслуговування;
вивчити принципи формування програм обслуговування;
визначити роль анімаційного обслуговування.

ФОРМИ КОНТРОЛЮ:

- усне опитування,
- тестування
- розв'язання ситуацій.

У числі параметрів для диференціації програм туристського відпочинку і подорожей можуть бути виділені:

- Основні види рекреаційної діяльності (рекреаційні заняття, цикли і системи занять);
- Основні групи населення, на які розраховані програми;
- Ступінь орієнтації і залежності від матеріально-технічної бази, рекреаційних ресурсів та туристичної інфраструктури;
- Просторово-часова локалізація, соціально-функціональна спрямованість (оздоровлення, спілкування, пізнання та ін.)

Ці та інші параметри можуть бути використані для побудови програми туристського обслуговування і конструювання програм.

Найбільш поширеним видом програми обслуговування є цільові програм.

Цільові програми – це програми, побудовані виходячи з мети подорожі туристів. При все зростаючій диференціації існують найбільш поширені цільові програми обслуговування, такі, наприклад, як: *культурно-пізнавальна, рекреаційна, оздоровча, розважальна, екологічна, ділова, релігійна (паломництво), спортивна, освітня, етнічна (ностальгічна), пригодницька, екзотична, шоп-тури, весільні тури, сільська.*

Пропонуючи клієнту певну програму, турфірма бере на себе обов'язки з надання всіх необхідних для вчинення туру послуг. Так, вирушаючи в подорож по музеях Європи, обов'язковою буде віза до Італії, Франції або віза до Іспанії, отримання якої гарантує туристична компанія, забезпечення харчування та проживання в кожному місті, а також транспортне обслуговування.

Підхід до туристського програмування можна умовно розділити на три складові: якість, оптимальність і психологічна підготовка до сприйняття програм.

Якість. Програма обслуговування повинна бути якісною і привабливою

для туриста.

Оптимальність. Програма обслуговування повинна бути оптимальною, тобто такою, яка враховує потреби клієнтів і тематику обслуговування (вид туризму) з точки зору змісту, складу послуг, їх кількості та порядку представлення.

Психологічна підготовка до сприйняття програм. Необхідно готувати такі програми обслуговування, які найбільш повно задовольняють потреби сучасної людини.

На думку Коллера, в основі просування будь-якої програми обслуговування повинні бути закладені **такі принципи:**

1. Звільнення. У процесі обслуговування клієнт повинен бути звільнений від всяких неприємних моментів (довгого очікування розміщення , транспорту і т. д.).

2. Оптимальне обслуговування. Клієнт повинен відчувати відповідність усіх послуг одного рівня, без « випадання» у вищу або нижчу категорію .

3. Активність. Ініціатива при обслуговуванні, в якійсь мірі люб'язність , а також здатність зробити для клієнта те, що він не очікує (вітальний коктейль або сувенір за рахунок готелю, забезпечення квитками в театр і т. п.).

4. Повага до клієнта. Шанобливе ставлення до його бажань , уподобань, захоплень .

5. Індивідуальний підхід. Підхід до обслуговування клієнтів, який не передбачає обов'язковий набір послуг, а будується з урахуванням смаків і потреб клієнта.

6. Свобода від тенденцій. Клієнт повинен відчувати , що обслуговування - не мета, а бажання задовольнити його потреби.

7. Наочність обсягу обслуговування. Клієнт повинен заздалегідь знати перелік послуг , підібраних для нього.

8. Коректність обслуговування та продажу. Клієнт повинен бути впевнений, що , купивши тур , він зробив правильний вибір.

9. Наявність безкоштовної інформації (консультацій , буклетів та ін) про наявні тура і послуги. Це дуже привабливо для клієнтів.

Всі ці принципи побудовані з урахуванням психології сучасної людини. Гарне обслуговування покликане задовольнити його потреби.

Поряд з вищевказаними чинниками фахівцями визнана важливість такої властивості туристського продукту, як гостинність.

Гостинність у сфері туристської індустрії – це професійна вимога, це мистецтво дати людям відчувати, що їм раді. Але само гостинність багатогранно і складається з таких складових факторів, як:

якісна інформація як місцевих, так і регіональних ринків про можливості відпочинку, пізнання і розваг, про те, що туристів чекають і до зустрічі з ними готуються;

наявність сприятливої туристської місцевості, заходів, обслуговування потенційних споживачів (реклама , паблісіті , участь у телепередачах, присвячених туризму, добродійна діяльність та ін.);

доброзичливе ставлення до туристів і прагнення обслуговуючого персоналу надавати туристам знаки уваги, тобто політика обслуговування за принципом «все для клієнта»;

уважне ставлення всіх співробітників туристського продукту до прохань і побажань клієнта;

турбота про полегшення орієнтації туристів в отриманні послуг (інформація усередині фірми, відомості про об'єкти в путівниках і буклетах, а також стендове інформування на зрозумілій туристу мовою). Забезпечення ясності інформації за допомогою знаків і піктограм.

Всі ці фактори повинні органічно увійти в технологію обслуговування . При організації туру важливо враховувати не тільки клімат взаємодії туристів з обслуговуючим персоналом, але й психологічні аспекти сприйняття туристом послуг і технології їх надання. Це означає, що на перший план ставляться особистість туриста , його інтереси і душевне до нього відношення . В умовах серйозної конкуренції , наявної сьогодні на туристичному ринку, - це важливий чинник. *У міжнародному туризмі стало практикою надавати туристам наступні знаки уваги:*

вітальний сувенір - кожному туристу.;

видача туристам після завершення турів спеціально розроблених дипломів, грамот, значків про пройдений маршрут і т. п.;

рекламні листи, буклети, путівники і довідники про місце відпочинку повинні надаватися туристам і безкоштовні;

в один з перших днів відпочинку (подорожі) необхідно провести зустріч туристів з гідом для отримання інформації та роз'яснень з запланованим і додаткових послуг.

Анімація обслуговування, тобто пожвавлення програм обслуговування і організації дозвілля туристів, виникла в результаті конкурентної боротьби між подібними за рівнем сервісу і облаштуванням інтер'єрів готелями та курортами. **Туристська анімація** - це діяльність з розробки та здійснення спеціальних програм, що припускає особисту участь туристів у ігрових та театралізованих шоупрограми, спортивних та культуро розважальних заходах.

Головне завдання анімаційного обслуговування — створити туристу комфортні умови, щоб він відчував себе учасником програми і щоб відпочинок йому запам'ятався. Цього можна досягти на основі індивідуального підходу в обслуговуванні кожного туриста.

Виділяють декілька видів анімації:

анімація в русі — задовольняє потребу людини в русі в поєднанні з приємним хвилюванням;

анімація через хвилювання — задовольняє потребу людини у відчутті нового, невідомого, неочікуваного при спілкуванні, відкриттях, а також при подоланні труднощів;

анімація через спілкування — задовольняє потребу у спілкуванні з новими цікавими людьми, обміні життєвим досвідом, у відкритті внутрішнього світу людей і пізнанні себе через спілкування;

анімація через заспокоєння – задовольняє потребу людей у психологічній розрядці від повсякденної втоми через заспокоєння, усамітнення, контакт з природою;

культурна анімація – задовольняє потребу людей у духовному розвитку особистості через залучення до культурно-історичних пам'яток і сучасних зразків культури країни, регіону, народу, нації;

творча анімація – задовольняє потребу людини в творчості, показі своїх здібностей і встановлення контактів з близькими за думкою людьми, через спільну творчість.

У період формування анімаційної програми її організаторам слід відповісти на запитання :

1 . Для кого робиться програма , де визначається :

- вік і стать майбутніх глядачів (якщо це сімейний готель , який його контингент , чи будуть дивитися нашу програму діти , люди старшого покоління і т.д.);

- соціальний стан і професійну зайнятість (чи є наш готель закритим клубом для аристократів і обраної частини бізнесменів чи це молодіжний табір для студентів)

національність (особливості культур і традицій) ;

- стиль життя відпочиваючих в готелі людей (класичний , екстремальний , « Домострой » , і т.д.);

- стан здоров'я (особливо це важливо в розробці спортивно - оздоровчих програм) ;

2 . Що закладено в основу анімаційної програми (головна ідея і цілі її досягнення) ;

3 . Як побудувати анімаційне подія.

Загальна програма анімації готується таким чином, щоб розважальні та спортивні елементи були різноманітні за своєю формою, цікаві туристам і щоб у проведених заходах було задіяно як багато більше учасників.

Для організації й анімації турів велике значення має використання календаря свят і визначних дат. Цікавість туристів до одних чи інших дат, мотивація й обігравання цих інтересів в „оживленому” (анімаційному) вигляді, знову ж таки з особистою участю туристів, також дозволяє значно оживити програму обслуговування. Правда, організація кожен раз нових за змістом свят досить-таки дорого коштує. Тому ліпше реалізовувати постійно діючі анімаційні програми.

Узагальнюючи все вищесказане, **можна вивести формулу анімації в туризмі:** використання зацікавленості + оживлення експозиції + залучення туристів до дійства + різноманітність розваг.

Виходячи з цього, можна сформулювати **методичні основи анімаційного туropolерейтингу:**

тісна взаємодія оператора з центрами відпочинку й розваг, організаторами фестивалів і карнавалів тощо, а також активне введення даних заходів до програми обслуговування;

складання сценаріїв відпочинку, враховуючи тематику й особистісно-психологічне сприйняття того, що відбувається;

реалізація повного комплексу обслуговування на основі розробленого сценарію, який уже передбачає всі можливі потреби туриста на маршруті, взаємоузгодження послуг і дійства;

робота аніматорів з туристами по внесенню змін до сценарію у відповідності з погодою або іншими обставинами.

В цілому ж анімаційний туроперейтинг варто розуміти як тісну взаємодію відпочинково-розважального і сервісного комплексів з особистісним підходом до обслуговування кожного туриста. Головне завдання – створити туристу комфорт, зацікавити його, щоб він почував себе учасником програми.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Тестові завдання по темі

1. Туристська анімація – це:

а) комплексна рекреаційна послуга, заснована на особистих людських контактах туристичного аніматора з туристом і спільною участю в розвагах, пропонованих анімаційною програмою туристичного комплексу

б) діяльність з розробки надання спеціальних програм проведення вільного часу

в) це туристська послуга, при наданні якої турист утягується в активну дію, заснована на особистих контактах аніматора з туристами, на спільному долі їх у розвагах, пропонованих анімаційною програмою туристичного комплексу

г) правильні відповіді б) та в)

2. Анімаційні туристські маршрути - це:

а) цільові туристичні поїздки заради однієї анімаційної програми, або безперервний анімаційний процес, розгорнутий у просторі у формі подорожі, переїзду від однієї анімаційної послуги (програми) до іншої

б) програми, призначені для «підтримки» основних туристських послуг, обговорених у туристичному пакеті, і діючі в обставинах, обумовлених переїздами, затримками в шляху й у випадках непогоди (при організації спортивних і самодіяльних турів, на пляжних курортах) і т.д.

в) комплексна рекреаційна послуга, заснована на особистих людських контактах туристичного аніматора з туристом і спільною участю в розвагах, пропонованих анімаційною програмою туристичного комплексу

г) це задоволення специфічних туристських потреб у спілкуванні, русі, культурі, творчості, приємному проведенні, розвазі

3. Види анімації, що задовольняють потреби туристів:

- а) анімація через заспокоєння
- б) анімація через хвилювання
- в) творча анімація
- г) всі відповіді вірні

4. Такий вид анімації передбачає: задовольняє потреби в спілкуванні з новими, цікавими людьми, у відкритті внутрішнього миру людей і пізнанні себе через спілкування – це:

- а) анімація через спілкування
- б) культурна анімація
- в) анімація через заспокоєння
- г) творча анімація

5. Методичні основи анімаційного туроперейтингу:

а) використання кожної можливості, щоб розбудити гостей до активного життя, привести їх у захват, додати їм задоволення, познайомити один з одним, щоб вони з перших хвилин перебування в отеленні відчули себе комфортно, забезпечити їм приємний, що запам'ятовується відпочинок, створити сімейну атмосферу радості й дружби

б) тісна взаємодія оператора з центрами відпочинку й розваг, організаторами фестивалів і карнавалів тощо, а також активне введення даних заходів до програми обслуговування

в) дотримання високого єдиного стандарту: кожен гість обслуговується однаково

- г) всі відповіді вірні

6. Гостинність багатогранно і складається з таких складових факторів, як:

а) якісна інформація, уважне ставлення всіх співробітників туристського продукту

б) наявність сприятливої туристської місцевості, заходів, обслуговування потенційних споживачів (реклама, публісیتی, участь у телепередачах, присвячених туризму, добродійна діяльність та ін.)

в) доброзичливе ставлення до туристів і прагнення обслуговуючого персоналу надавати туристам знаки уваги, тобто політика обслуговування за принципом «все для клієнта»

- г) все вище перераховане

7. Костюмовані тури:

а) розважальні центри, а й справжня індустрія відпочинку і розваг з власною складною інфраструктурою, призначеною для розміщення, харчування, навчання

б) програми таких турів мають спеціальний сценарій і передбачають безпосереднє залучення туриста в дійство і атмосферу того чи іншого історичного періоду (етнофольклорні та пригодницькі тури, тури з відпочинком на ранчо, фермі тощо)

в) передбачають організацію тематичних шоу на території готелю з безпосередньою активною участю туристів: танцювальних вечорів, карнавалів, спортивних ігор і змагань тощо

г) всі відповіді вірні

8. Функції анімаційних програм:

а) задоволеність туриста відпочинком - його гарний настрій, позитивні враження, відновлення моральних і фізичних сил

б) одержати нову інформацію про країну, регіон, людей і т.д.

в) дає можливість через анімаційні програми зробити туриста носієм реклами про країну, регіон, туристичний комплекс, готель, туристичну фірму

г) всі відповіді вірні

9. Гостинність у сфері туристської індустрії – це:

а) це правила прийому гостей, що включають поряд з їхнім улаштуванням на ночівлю і наданням мешкання та санітарних послуг у значній мірі правила надання їжі й розміщення за столом

б) це комплексна сфера діяльності працівників, що задовольняють будь-які запити і бажання туристів

в) це професійна вимога, це мистецтво дати людям відчуття, що їм раді

г) правильні відповіді б) та в)

10. Головні завдання анімаційного обслуговування:

а) необхідність відновлення фізичних і духовних сил, які людина втрачає в процесі трудової діяльності і повсякденного спілкування сприяє активному зростанню поїздки з метою відпочинку

б) створити туристу комфортні умови, щоб він відчував себе учасником програми і щоб відпочинок йому запам'ятався

в) пошук програм обслуговування і організації дозвілля туристів

г) правильні відповіді а) та б)

Практичні завдання

Ситуація «Кожен день на себе не схожий»

Сім'я Петрових з двома маленькими дітьми проводять свій відпочинок на березі Середземного моря, на курорті Белек. Купуючи тур, менеджери заповняли, що саме на території цього готелю сама різноманітна програма анімаційних послуг. Через декілька днів Петрови зрозуміли, що це не так. Сім'ями з маленькими дітьми в цьому готелі робити нічого. Можливо, десь на

території готелю і є дитяча кімната, але вони її ні разу не зустрічали. На наступний рік, Петрови твердо вирішили, що звертатись до менеджерів туристичної агенції «Travel and Relax» вони більш не будуть. Так, плануючи свою відпустку на наступний рік до Туреччини, сім'я Петрових звернулась саме до вашої туристичної агенції.

Завдання:

1. Розробить анімаційну програму для дітей віком 7-10 років згідно табл.1 «Програма анімаційних заходів»:

Таблиця 1 – Програма анімаційних заходів

День тижня	Час	Заходи	Описання заходу
Субота	Ранок	-	-
	День	Рухливі ігри на пляжі	Можливість пограти в ігри з м'ячем та ін.
	Вечір	Робота кружків	Малювання, конструювання, музика, все, що до вподоби.

Ситуація «Анімаційна програма для молодіжних турів»

Метою розробки анімаційної програми для молодіжних турів туристкою фірми «World Travel» є, в першу чергу, максимальне задоволення юних туристів, а також збільшення потоку обслуговуваних туристів, розширення меж спектра послуг. В процесі проведення маркетингових досліджень було виявлено, що включення археологічних розкопок в тур використовує туристська фірма «Ладога тур». А туристська фірма «Леоніс-тур» пропонує своїм клієнтам взяти участь у Фестивалі середньовіччя. Що стосується риболовлі, то за результатами дослідження в Інтернеті стає ясно, що фірми пропонують подібні тури. Вони представлені в розділах «Рибалка і полювання», «Рибалка». Жоден з цих турів не орієнтований на молодь. Ні в одному з досліджуваних пропозицій не було екскурсійної програми, необхідної для юних мандрівників.

Завдання:

1. Складіть перелік підприємств, що надають послуги в реалізації анімаційної програми до Санкт – Петербургу. Необхідні дані наведені в табл.2.

Таблиця 2 – Перелік підприємств - виконавців послуг

Назва туру:	
Найменування послуги	Найменування підприємства
Проживання	
Харчування	
Транспортні послуги	
Екскурсійні послуги	
Інші послуги	

2. Визначте період проведення туру та склад екскурсії, в яку буде включена анімаційна програма.

3. Розробить перелік заходів анімаційної програми до Санкт – Петербургу враховуючи особливості організації прийому гостей туристичної фірми «World Travel».

Тема 3. Загальні особливості проектування окремих видів туристських послуг

АНОТАЦІЯ:

Тема присвячується визначенню основних напрямів робіт з підготовки програмних турів, етапів проектування програмних турів, основ побудови програм обслуговування туристів.

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ:

знати види програм обслуговування;

вивчити принципи формування програм обслуговування;

ФОРМИ КОНТРОЛЮ:

- усне опитування,
- тестування
- розв'язання ситуацій.

Основний комплекс послуг – це набір послуг, що складають програму обслуговування у рамках туру (транспортування, проживання, харчування, програмні послуги). **Програмні послуги** являють собою комплекс екскурсійних, розважальних, пізнавальних та інших послуг, що формуються у відповідності із цільовим призначенням туру. Основний комплекс послуг є обов'язковим елементом кожного туру, незалежно від того, на кого цей тур орієнтований. Набір послуг включається до туру і не підлягає заміні або відмові споживача від них. Основний комплекс послуг формує основу вартості туру.

Додаткові послуги – важливий компонент туру, що включає будь-які послуги, що можуть бути надані споживачеві за його бажанням і відповідно до його інтересів за додаткову плату. Додаткові послуги надаються у доповнення до основних. Додаткові послуги можуть бути запропоновані споживачу в момент придбання туру і будуть враховані у вартості туру, а можуть пропонуватися в ході туру і оплачуватися туристом самостійно. Слід враховувати, що додаткові, послуги не можуть замінювати собою основний комплекс послуг туру. Разом з тим широка пропозиція додаткових послуг в рамках одного туру дозволяє туристичному підприємству зробити стандартний

тур більш індивідуальним і таким чином більш повно задовольнити особисті потреби кожного із споживачів.

Основним турпродуктом у практичній діяльності є комплексне обслуговування, тобто стандартний набір послуг, що продається туристам в одному пакеті. Розглянемо цю категорію більш детально.

Пакет послуг (турпакет) – це вироблений туроператором туристичний продукт, що складається з певного набору послуг: перевезення, розміщення, харчування, екскурсії тощо. Пакет послуг на турі формується залежно від мети подорожі і потреб туристів за обраному ними виду туристичного відпочинку. При формуванні туру і його пакету можливі два варіанти роботи з туристами: реалізація замовлених турів; реалізація інклюзив-турів.

Замовлений тур. При продажу замовлених турів формування програми і комплектування складу послуг проводяться за бажанням і при безпосередній участі туриста. Йому пропонують на вибір різні варіанти обслуговування по кожному з видів послуг в обраному ним місці відпочинку:

- розміщення – різні за рівнем, типом і місцем розташування готелю;
- харчування – різні варіанти (повний пансіон або напівпансіон, або зовсім без харчування), шведський стіл або «а ля карт» з обслуговуванням;
- екскурсії, дозвільно-розважальні послуги на вибір;
- транспортні послуги – варіанти авіаперельоту, залізничного проїзду, оренда автомобіля;
- спортивні і курортні послуги – користування такими програмами на вибір;
- візові послуги, а також послуги страхування (в необхідних випадках).

Інклюзив-тур (пекідж-тур) – це тур з жорстким, наперед запланованим (до контакту з клієнтом) набором послуг, зорієнтованим на певний вид відпочинку або туризму, а також на соціальний клас туристів і їх вік. Найпоширенішими інклюзив-турами можна назвати маршрутні тури, коли на автобусі група туристів здійснює подорож по декількох містах і країнах. Особливості підготовки і проведення такого туру (єдина для всіх програма, суворо пов'язана з терміном і графіком подорожі) не дозволяють зробити його замовленим. Інклюзивами є також круїзні тури, хобі-тури.

Незважаючи на коливання попиту на такі тури, вони мають певні переваги для подальшого їх розвитку:

- в цілому комплексна поїздка коштує дешевше, ніж набір послуг, що купуються окремо;
- турагентству легше радити клієнту, який вибрати маршрут, оскільки програма і ціни послуг відомі наперед;
- більше можливості показати привабливість свого продукту.

До недоліків інклюзив-турів відносяться:

- наявність в такому турі послуг, що не цікавлять клієнта;
- надмірна насиченість програми;
- реклама такого туру привертає не всіх споживачів, а тільки певну їх частину.

Таким чином, враховуючи сказане, можна навести ще одне визначення турпакету. Турпакет (або пакет-тур) – це комплекс послуг, що надаються в подорожі за індивідуальним або груповим варіантом, який пропонується на широкий продаж для споживачів і в який окрім транспорту входять розміщення, послуги гіда, харчування та інше обслуговування.

До чинників, що впливають на організацію турпакета, відносяться:

- наявність попиту на подорож;
- наявність достатньої матеріальної бази, інфраструктури і послуг;
- взаємовідносини з транспортними компаніями;
- відносини між країною, яка відправляє, і країною призначення;
- взаємовідносини з партнерськими туристичними організаціями (постачальниками послуг);
- рівень розвитку туризму в країні призначення;
- політична стабільність в країні призначення.

Туристичне обслуговування – це сукупність видів діяльності, що забезпечують туристам різні зручності при покупці та споживанні послуг і товарів під час подорожі і перебування за межами постійного місця проживання. На підставі переліку послуг, що включені до турпакету, формується програма обслуговування туристів. Програма обслуговування – це набір послуг, що надаються туристам відповідно до їх потреб і тематики туру, наперед сплачене і розподілене за часом проведення туру. Для позначення якості послуг застосовують клас обслуговування. Нормативні документи з встановлення класів турів і програм обслуговування відсутні. Проблема полягає у тому, що туристичний продукт в більшості випадків є комплексним і складається з набору послуг (розміщення, транспорт, харчування тощо), що мають свої особливі внутрішні ознаки.

Створення туристичного продукту починається з вивчення його споживчих якостей і властивостей, з виявлення найбільш привабливих сторін для туристів. **До основних споживчих властивостей турпродукту відносяться:**

1. Обґрунтованість – надання усіх послуг повинно бути обумовлено метою подорожі та відповідати умовам, що визначаються потребами туристів.
2. Надійність – відповідність реального продукту рекламі, достовірність інформації.
3. Ефективність – досягнення максимального результату для туриста при оптимальному, прийнятному для нього рівні витрат.
4. Цілісність – завершеність продукту, його здатність повністю задовольняти туристичні потреби.
5. Ясність – споживання продукту, його направленість повинні бути зрозумілі як туристу, так і обслуговуючому персоналу.
6. Простота в експлуатації.
7. Гнучкість – спроможність продукту в системі обслуговування пристосовуватися до іншого типу споживача і бути несприятливими до заміни персоналу з обслуговування.

8. Корисність – спроможність служити досягненню однієї або декількох цілей (відпочинок, пізнання тощо), задовольняти потреби туристів.

9. Гостинність – це спроможність персоналу забезпечити відчуття, що відвідувач-турист бажаний (гостинність = достоїнство + повага + люб'язність персоналу).

За О.Любіцевою методика розробки програмного туру передбачає 3 основні етапи: передпроектний, проектний, ринковий.

Передпроектний етап передбачає:

Моніторинг ринку, оцінку конкурентоспроможності туристичного підприємства

Вибір ринкової стратегії та тактики виходу на туристичний ринок

Оцінка обраного ринкового сегменту

Попереднє визначення параметрів туру

Проектування туру включає

Власне розробка схеми туру

Організаційно-технічні заходи

Визначення економічних параметрів турпродукту

Розробка туру включає такі етапи: вибір пунктів маршруту, ієрархізація пунктів, визначення початкового і кінцевого пунктів, розробка схеми маршруту та його оптимізація, програмне забезпечення туру

Організаційно-технічні заходи передбачають: визначення класу обслуговування, укладання угод з постачальниками туристичних послуг:

Угода з готелем

Угода з підприємством харчування

Угоди з транспортними підприємствами

Угода з екскурсійним бюро

Угода з музеєм тощо

Ринковий етап можна поділити на такі складові:

Етап просування туру на ринок, пошук споживачів і реалізація

Етап організації подорожі

Етап після здійснення подорожі (удосконалення туру та його окремих складових)

Залежно від його спеціалізації, масштабів діяльності, сезонності пропонуваного туру і їх новизни цей процес має більш менш постійний характер і припускає ряд послідовних етапів:

– розробка задуму (ідеї) туру;

– пошук і відбір партнерів і постачальників;

– формування основного і додаткового комплексів послуг;

– експериментальна перевірка туру.

На першому етапі розробляється задум (ідея) туру, визначається його цільова спрямованість з орієнтацією на певного споживача, вибирається сезон, напрям по країнах і зразкове наповнення основного комплексу послуг.

Для здійснення робіт на цьому етапі використовують найрізноманітніші методи. Одним з них, що отримав досить широке розповсюдження не тільки в

туризмі, є метод “мозкового штурму”. Суть цього методу стисло можна подати у вигляді цілеспрямованого процесу генерації нових ідей для формування їх максимально широкого кола, з подальшим аналізом і відбором найперспективніших. Другим напрямом формування ідеї майбутнього туру є спостереження. Знайомлячись з діяльністю туристських компаній інших держав, інших регіонів керівники і фахівці туроператора можуть перейняти частково або повністю ідею туру, адаптувавши її до місцевих умов і потреб цільових споживачів. Третім напрямом у формуванні ідей може стати особистий досвід туроператора, його знання потреб ринку, вміння прогнозувати і передбачати розвиток споживацьких запитів..

Після того, як сформована ідея майбутнього туру, туроператор проводить **аналіз і вивчення можливостей її реалізації на практиці**. Аналіз і дослідження проводяться в декількох напрямках:

- відповідність ідеї туру споживацьким очікуванням;
- вивчення можливого ринку;
- оцінка конкуруючих турів інших туристських підприємств;
- виявлення можливості пошуку і відбору партнерів і постачальників туристських послуг для реалізації ідеї туру;
- оцінка внутрішніх можливостей підприємства.

Як правило, на цьому етапі дослідження проводять за декількома ідеями з метою остаточного відбору найпривабливіших з них, які стають основою для розробки нових турів.

Для реалізації найпривабливіших ідей здійснюють **пошук і відбір постачальників і партнерів**. Пошук перспективних партнерів полягає в тому, що з великого їх числа потрібно вибрати тих, хто виявить цікавість до співпраці. При цьому вони повинні відповідати інтересам і вимогам туроператора відносно обслуговування туристів. Для пошуку партнерів і постачальників можна використовувати різні довідники, Інтернет та інші засоби комунікації. Традиційним є встановлення контактів з постачальниками послуг під час спеціалізованих виставок, ярмарків і т. ін. Вибираючи партнерів у готельному і транспортному бізнесі, важливо пам'ятати, що працювати тільки з одним партнером небажано. Наявність в регіоні подорожі і відпочинку декількох готелів і транспортних організацій значно розширює їх вибір і до того ж служить альтернативою при виникненні непередбачених і конфліктних ситуацій. Те ж відноситься і до інших видів постачальників послуг.

Постачальників послуг підбирають за регіональним інтересом, видом туризму, змістом програм обслуговування, а також за сегментами споживачів у віковому, соціальному і економічному плані. Важливе значення мають їх ділові якості і репутація. Уникнути помилок і прорахунків у будь-якому випадку дозволяє цілеспрямований підхід до пошуку і відбору постачальників, що ґрунтується на наступних принципах:

- туристське підприємство повинне орієнтуватися не на миттєві вигоди, а на довгострокову співпрацю;

- співпраця повинна бути взаємовигідною для обох сторін і мати перспективи розвитку;
- партнер повинен мати у розпорядженні свій певний досвід надання туристських послуг на конкретному ринку або ринках, близьких до нього за своїми характеристиками;
- послуги, що надаються партнером, повинні повністю відповідати тим критеріям якості, що пред'являють до них цільові споживачі;
- послуги, що надаються різними виробниками, повинні відповідати одному рівню і стандарту обслуговування і сприйматися споживачем як схожі і взаємодоповнюючі один одного.

Рецептивний туроператор несе відповідальність перед туристами за всі послуги, як ті, що входять до пакету туру, так і ті, що надаються додатково. Ініціативний туроператор відповідає перед туристом за основні послуги, а також за додаткові, якщо вони надаються його офіційним партнером (рецептивним туроператором), з яким укладено контракт на обслуговування туристів. Ініціативний туроператор зобов'язаний мати повну інформацію про номенклатуру, зміст і якість усіх додаткових послуг приймаючого партнера, перевіряти їх особисто перед початком сезону і інформувати про це туристів при продажу туру.

Після того, як туроператор визначив коло своїх партнерів і постачальників для реалізації задуму туру, він приступає до **формування основного й додаткового комплексів послуг, що включаються в тур**. Цей етап передбачає дії з комплектації туру з послуг партнерів або постачальників на основі їх реальної пропозиції. На етапі формування створюється конкретний пакет туристської пропозиції, орієнтований на реальний попит. Таким чином, утворюється основа туру, що, як правило, включає наступні елементи:

- цільове призначення туру,
- розробку туристичного маршруту,
- планування послуг мешкання, харчування, транспортування, медичне страхування туристів,
- програму туру та ін.

Процес формування комплексу послуг здійснюється на підставі конфіденційних тарифів, наданих партнерами в рамках діючих угод, тому на даному етапі виконується визначення і коректування ціни майбутнього туру.

Експериментальна перевірка туру – заключний етап його формування, на якому практично готовий туристський продукт підлягає своєму опробуванню. Формою експериментальної перевірки туру, яка часто зустрічається, є так звані рекламні тури і стаді-тури.

Рекламний тур призначений для ознайомлення з новим туристським продуктом представників засобів масової інформації, осіб, авторитетних для цільових споживачів, а також представників турагентів, які згодом братимуть участь у продажах даного туру. Він повинен розглядатися як частина рекламної кампанії відносно даного продукту. Основною метою рекламних турів є широке інформування цільової аудиторії про існування нового продукту, демонстрація

його споживацьких властивостей і конкурентних переваг. Рекламні тури проводяться, як правило, за рахунок самого туристського підприємства

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Тестові завдання по темі

1. Визначте сутність понять туроператора:

- а) купує певний туристичний продукт;
- б) купує окремі послуги, з яких формує комплексний туристичний продукт зі своїм механізмом ціноутворення;
- в) діє як роздрібний продавець і його прибуток виходить з комісійних грошових коштів за продаж чужого туристського продукту;
- г) реалізує туристичний продукт (і окремі послуги, наприклад авіаквитки, номери в готелях) за реальними цінами або виробників послуг.

2. Туроператори класифікуються за:

- а) виду діяльності;
- б) місцем діяльності;
- в) підрозділам туристської організації;
- г) структурі туристської організації.

3. В основні функції туроператора входить:

- а) вивчення потреб потенційних туристів на тури та туристичні програми;
- б) складання перспективних програм обслуговування, турів і апробація їх на ринку з метою виявлення відповідності потребам туристів;
- в) взаємодія з постачальниками послуг на тури на договірній основі;
- г) всі відповіді вірні

4. До основних споживчих властивостей туристичного продукту належить:

- а) обґрунтованість, тобто надання всіх послуг повинно бути обумовлено метою подорожі і супутніми умовами, заснованими на потребах туриста;
- б) надійність - відповідність реального змісту продукту рекламі, достовірність інформації;
- в) ефективність - досягнення найбільшого ефекту для туриста при найменших витратах з його боку;
- г) всі відповіді вірні

5. Які принципи повинні бути закладені в технологію обслуговування споживача туристського продукту:

- а) створення позитивного образу туристичної місцевості, підприємств, обслуговуючих потенційних споживачів;

б) прагнення обслуговуючого персоналу до надання туристам знаків уваги;

в) уважне відношення тих, хто надає туристичний продукт, до прохань і побажань клієнта;

г) піклування про полегшення орієнтації туристів в отриманні послуг (інформація усередині фірми, про об'єкти в путівниках і буклетах на зрозумілому туристу мові і ін);

6. Анімаційні знаки залучення уваги споживача, що виявляються в міжнародному туризмі:

а) вітальний сувенір кожному туристу;

б) видача туристам після завершення турів спеціально розроблених дипломів, грамот, значків про пройдений маршрут і т. п.;

в) рекламні листівки, буклети, путівники і довідники про місце відпочинку повинні бути доступні туристам;

г) розміщення в готелі з використанням трансферту;

д) оплата трансферту при різних поїздках.

7. Пакет послуг (туристичний пакет) – це:

а) зроблений туроператором туристичний продукт, що складається з певного набору послуг: перевезення, розміщення, харчування, екскурсій і т. д.;

б) комплексне обслуговування, тобто стандартний набір послуг, який продається туристам в одному «пакеті»;

г) вироблена туроператором різна туристська послуга;

д) комплекс послуг, що надаються в подорожі за індивідуальним або по груповому варіанту, який пропонується на широку продаж для споживачів і в який крім транспорту входять розміщення, послуги гіда, харчування та інше обслуговування.

8. Недоліками інклюзив-туру необхідно зазначити:

а) наявність у турі послуг, не цікавлять клієнта;

б) надмірна насиченість маршрутною програмою;

в) реклама туру приваблює обмежена кількість споживачів, певну їх частину;

г) висока вартість і недостатню якість.

9. Визначте основні вимоги до різного виду обслуговування туристів, які відображають у документації:

а) опис процесів, форм і методів обслуговування клієнтів;

б) характеристики процесів обслуговування туристів;

в) вимоги до типу, кількості і пропускну здатності обладнання;

г) необхідну кількість персоналу та рівень його професійної підготовки.

10. Процес проектування контролю якості обслуговування туристів включає визначення:

- а) ключових моментів у процесі обслуговування, що істотно впливають на характеристики послуги;
- б) методів коригування характеристик послуги;
- в) методів оцінки контрольованих характеристик;
- г) віку обслуговуючого персоналу.

Практичні завдання

Ситуація

1. Визначте постачальників послуг для організації гірськолижного та конгресного турів. Мотивуйте свої розробки вимог до обслуговування різних категорій туристів.

2. Уявіть, що туристська організація формує тури до Києва, Варшаві. Назвіть з цього класу турів постачальників послуг для вашого підприємства:

- пізнавальні індивідуальні та групові тури-екскурсії до Києва;
- народні промисли України;
- знайомство з польською кухнею в Варшаві.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОГРАМНИХ ТУРІВ

Тема 4. Формування класичних турів

АНОТАЦІЯ:

Тема присвячується визначенню місця туropolерейтингу в туристичному бізнесі.

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ:

визначити особливості формування програм ділового туру
визначити особливості формування програм навчального туру
визначити особливості формування програм розважального туру
визначити особливості формування програм пізнавального туру
визначити особливості формування програм спортивно-оздоровчого туру

ФОРМИ КОНТРОЛЮ:

- усне опитування,
- тестування
- розв'язання ситуацій.

Класичний тур – це транспортування+розміщення+екскурсії (огляд головних об'єктів показу країни (регіону, міста)).

Тобто з погляду програмного туризму класичними турами будуть ті, тематика яких (мета поїздки) є найпоширенішими варіантами розроблених туристичних програм, і які за невеликої трансформації задовольняють попит будь-якого клієнта.

Діловий туризм досить багатогранний і по сформованій міжнародній практиці охоплює широке коло поїздок:

- індивідуальні ділові поїздки (відрядження) співробітників корпорацій і компаній з метою переговорів, участі у виробничих нарадах, презентаціях, збутова діяльність тощо;
- конгресне обслуговування - поїздки на конгреси, конференції, семінари;
- виставочне обслуговування - виставки, ярмарки, біржі;
- інсентив-туризм (заохочувальний) - форма заохочення компаніями своїх співробітників у виді організації для них безкоштовної туристичної поїздки;
- обслуговування делегацій - поїздки на спортивні змагання команд, гастролі, поїздки офіційних делегацій.

Для того щоб туристична пропозиція зацікавила клієнта, особливо такого клієнта, що подорожує досить часто і є досвідченим і вимогливим туристом, необхідно чітко представляти собі його потреби, побажання, звички при

споживанні туристичного продукту і переваги по обслуговуванню.

Програма класичного ділового туру в залежності від його тематики буде складатися з наступних елементів (табл. 3.1):

Таблиця 3.1. Складові програми ділового туру

Показник	Діловий тур (відрядження)	Конгрес тур	Інсентів-тур
Транспортування	В залежності від відстані, як правило авіо-	В залежності від відстані як правило авіо-	В залежності від відстані як правило авіо-
Розміщення	Готелі 4-5 зірок, з повним комплектом ділових послуг в центрі міста	Готелі 4-5 зірок, з повним комплектом ділових послуг, зі зручною транспортною розв'язкою	Готелі 4-5 зірок
Номери	Як правило одномісні	Одномісні, двомісні (twin)	Двомісні, сімейні
Екскурсії	Обов'язково оглядова	Обов'язково оглядова, згідно тематиці конгресу	Обов'язково оглядова,
Харчування	ВВ	ВВ, НВ	НВ, АЛ
Розваги	За бажання клієнта	В залежності від програми конгресу, як правило групові	Запропоновані готелем (включені у вартість проживання), а також запропоновані і розроблені спеціально для замовника туру
Тривалість	В залежності від відстані	4-5 днів	5-6 днів
Кількість осіб в групі	Як правило індивідуально	Більше 100	Як індивідуально (разова розробка), так і невеликі групи (до 10 осіб), великі корпоративи – більше 100 осіб
Керівник	Відсутній	Може призначатися від підприємства-організатора	Може бути від підприємства
Гід-перекладач	За вимоги	Обов'язків (синхронний переклад)	За вимоги
Страховання	Особисте (звичайний рівень ризику) і матеріальних цінностей	Особисте (звичайний рівень ризику) і матеріальних цінностей	Особисте (звичайний рівень ризику)

Навчальні тури – дуже розповсюджений вид туризму, коли під час поїздок турист сполучає відпочинок з навчанням. У загальному значенні можна виділити три напрямки, чи три ринки навчального туризму:

- 1) мовно-навчальні тури;
- 2) спортивно-навчальні тури;
- 3) професійне навчання.

Програма класичного ділового туру в залежності від його тематики буде складатися з наступних елементів (табл. 3.2):

Таблиця 3.2. Складові програми навчального туру

Показник	Мовно-навчальні тури	Спортивно-навчальні тури	Професійне навчання
Транспортування	в залежності від відстані, як правило авіо-	в залежності від відстані	в залежності від відстані
Розміщення	готелі, гуртожитки при школах, навіть турбази, для індивідуальних туристів є розміщення в родинних місцевих жителів	Спеціальні турбази, готелі, спортивні табори	Резиденції, розміщення в родинних місцевих жителів, хостели, гуртожитки
Номери	резиденція, 2-4-місні, сім'я	2-4-місні, 5-10 осіб у кімнаті (якщо табор)	2-4-місні
Екскурсії	Обов'язково оглядова	Передбачені за програмою	Обов'язково оглядова
Харчування	ФВ, НВ, ВВ, ВО	НВ, ВВ	ФВ, НВ, ВВ, ВО
Розваги	заняття спортом, організоване дозвілля	За бажанням клієнта	заняття спортом, організоване дозвілля
Тривалість	2-3 тижня	1-2 тижня	від 2 тижнів до декілька місяців, років
Кількість осіб в групі	максимум з 12 осіб	10-20 осіб	10-20 осіб
Керівник	супровід групи керівником	супровід групи керівником	Відсутній
Гід-перекладач	наявність російськомовного куратора в школі	За вимоги	За вимоги
Страховання	Медичне страхування	Медичне страхування	Медичне страхування

Розважальні тури можуть бути двох різновидів:

1. Періодичні чи разові тури – організуються на свята (різдвяні тури), під час канікул, на традиційні фестивалі (Венеціанський, у Ріо-де-Жанейро) чи можуть бути присвячені до якихось разових подій, заходів (наприклад, 1000-річчя християнства, святкування якихось великих національних дат і т.п.).

2. Регулярні чи постійно діючі тури – до спеціально створених місць постійно діючих розваг (Диснейленд чи інші тематичні парки, казино в Лас-Вегасі (США) і в Сан-Сіті (Південна Африка)), інші більш дрібні чи менш відомі місця розваг, що залучають туристів. Туризм в цих місцях має цілорічний характер.

Програма класичного ділового туру в залежності від його тематики буде

складатися з наступних елементів (табл. 3.3):

Таблиця 3.3. Складові програми розважального туру

Показник	Періодичні чи разові тури	Регулярні чи постійно діючі тури
Транспортування	в залежності від відстані, як правило авіо-	
Розміщення	Готелі 2+ 3*-4*	
Номери	2-3-місні номери	
Екскурсії	одна – оглядова по місту	
Харчування	НВ	
Розваги	розваги відповідно до обраного їхнього виду (участь у фестивалі, програмах, святкових заходах, що проходять у місці відпочинку і т.п.)	
Тривалість	2-4 дні	5-7 днів
Кількість осіб в групі	10-15	15-20
Керівник	супровід групи керівником	
Гід-перекладач	Обов'язково	
Страховання	Медичне страхування	

Існують два різновиди **пізнавальних турів**:

1) стаціонарні тури - з перебуванням туристів в одному місті, туристичному центрі;

2) маршрутні тури - відвідування декількох міст і центрів, визначних пам'яток, вибудоване у вигляді маршруту подорожі.

При організації маршрутних турів розробляється спеціальний графік відвідування запланованих пунктів.

Програма туру будується в залежності від його тематики (табл. 3.4).

Таблиця 3.4. Складові програми пізнавального туру

Показник	Стаціонарні тури	Маршрутні тури
Транспортування	в залежності від відстані, як правило авіо-	
Розміщення	готелі від 1 до 5 зірок, туристичні бази	готелі туристичного класу (у різних країнах це від 2 до 4 зірок), туристичні бази
Номери	2-4-місні номери	
Екскурсії	екскурсійно-пізнавальні і культурні (театри, концерти) заходи, спрямовані на задоволення цікавості туристів	
Харчування	НВ, ВВ	ФВ
Розваги	Творчі зустрічі, відеопрограми про місце відпочинку, якісь національні свята. Не виключається відвідування ресторанів із програмою вар'єте, дегустацією національних кухонь	
Тривалість	7-14 днів	
Кількість осіб в групі	10-15 осіб	20-30 осіб
Керівник	Супровід групи керівником	
Гід-перекладач	Обов'язково	
Страховання	Медичне страхування	

Основним споживачем спортивного-оздоровчого туризму є група споживачів, що складає зі звичайних людей (непрофесійних спортсменів), що бажають під час подорожі займатися обраним видом спорту і які доручають організацію цього туристичним фірмам і підприємствам.

Пакет послуг на таких турах, звичайно, зорієнтований на певний вид спорту. Однак існують і загальні вимоги до організації всіх спортивно-оздоровчих турів.

Наявність природно-рекреаційних умов при організації спортивних турів має особливо важливе значення. Так, для гірськолижного туризму необхідна наявність гір із придатними схилами різної складності; для рафтингу – наявність гірських рік із труднопрохідними, але цікавими ділянками, з наявністю нескладних перешкод, можливість зручного закидання і зняття з маршруту і т.д.

Туристи при обслуговуванні розбиваються на групи досвідчених, менш досвідчених і початківців спортсменів, з кожною групою займається окремий інструктор.

При прийомі на маршрут родин з дітьми організовуються спеціальні дитячі групи, з якими займається окремий, спеціально підготовлений інструктор.

Таблиця 3.5. Складові програми спортивно-оздоровчого туру

Показник	Спортивно – оздоровчі тури
Транспортування	в залежності від відстані
Розміщення	Спортивні турбази, готелі із спортивними залами та спорядженням, спортивні табори
Номери	2-4-місні, 5-10 осіб у кімнаті (якщо табір або турбаза)
Екскурсії	Ті, що передбачені за програмою
Харчування	НВ, ВВ
Розваги	За бажанням клієнта
Тривалість	1-3 тижня
Кількість осіб в групі	10-20 осіб
Керівник	Супровід групи керівником
Гід-перекладач	За вимоги
Страховання	Медичне страхування

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

Тестові завдання по темі

1. Ділові тури-це...

а) поїздки, що найбільш часто відбуваються в періоди "лютий-травень" і "вересень-листопад", що обумовлено великою кількістю різних заходів (виставки, конференції тощо) і високою діловою активністю в цей час;

б) поїздки, при яких турист сполучає відпочинок з навчанням;

в) це подорож, не завдає шкоди природі, це споглядання всіх краси і величі лісів, озер, гір і річок у їхньому первозданному вигляді;

г) прекрасна можливість підвищити кваліфікацію, перейняти досвід зарубіжних колег, поглибити свої знання в тій або іншій області.

2. Популярність цього виду туризму зростає з кожним роком, і все більше людей поспішають отримати освіту в одному з престижних навчальних закладів, пройти спеціалізовані курси або стажування за кордоном, підвищити свій інтелектуальний та загальноосвітній рівень. Про який вид туризму йде мова?

- а) діловий туризм
- б) екологічний туризм
- в) освітній туризм
- г) пригодницький туризм

3. Тури до спеціально створених місць постійно діючих розваг (Диснейленд чи інші тематичні парки), це:

- а) навчальні тури
- б) шоп тури
- в) хобі тури
- г) розважальні тури

4. Тури, призначені для ознайомлення туристів з історією, природою, архітектурними пам'ятками, з образом життя населення туристських регіонів:

- а) навчальний тур
- б) розважальні тур
- в) пізнавальний тур
- г) пригодницький тур

5. Найбільш поширеними інклюзив-турами можна назвати:

- а) освітні тури;
- б) тури, що включають в свій склад відвідування великої кількості і різного роду розважальних заходів;
- в) маршрутні тури;
- г) ділові тури.

6. У навчальному туризмі можна виділити напрямки:

- а) мовно-навчальні тури;
- б) спортивно-навчальні тури;
- в) професійне навчання;
- г) всі відповіді вірні.

7. Інтенсив-тур являє собою:

- а) заохочувальну поїздки за рахунок фірми для своїх співробітників;
- б) подорож з метою лікування;
- в) подорож з метою відвідування ряду країн за один тиждень;
- г) всі відповіді вірні.

8. Що відноситься до ресурсно-технічного забезпечення туру:

- а) тип маршруту - лінійний, радіальний, кільцевий;
- б) об'єкти показу, транспорт, харчування, розміщення;
- в) матеріальні (ресурсні) можливості туриста, його здатність використовувати найбільш технічно досконаліші засоби перевезення та комунікації;
- г) всі відповіді вірні.

9. Half Board (Modified American Plan) включає:

- а) повне обслуговування, що включає розміщення і триразове харчування;
- б) розміщення і сніданок;
- в) розміщення та дворазове харчування;
- г) тільки триразове харчування.

10. Подорожі по туристсько-екскурсійних маршрутах без ночівлі; подорожі по маршруту вихідного дня; подорожі на час відпусток, канікул і т.п. Вище перераховані три основні форми відпочинку населення з урахуванням:

- а) тривалості подорожі;
- б) мети подорожі;
- в) класу обслуговування;
- г) всі відповіді вірні.

Практичні завдання

Ситуація «Навчальний тур для студентів»

Освітні тури за кордон - у першу чергу, звичайно, мовні, останнім часом помітно додали в обсязі. Сьогодні туроператори пропонують освітні тури майже до 40 країн. Для дорослих організовуються індивідуальні, а іноді і групові тури, дітям і підліткам до 17 років найчастіше пропонуються канікулярні програми, які включають щоденні ранкові заняття мовою і спортивно-розважальні заходи після обіду і ввечері. Групові освітні програми для дітей, зрозуміло, коштують дешевше, ніж персональні поїздки, проте накладають ряд обмежень: учні з однієї групи повинні бути приблизно одного віку, а для всієї групи жорстко задаються єдині терміни навчання. В цілях сприяння розвитку професійних кадрів для туристичної індустрії України туристська фірма «Лабіринт» щорічно організовує серію освітніх турів для

студентів туристичних спеціальностей. Такі тури дають можливість студентам ВНЗ не тільки відкрити для себе будь-яку країну, але і скористатися досвідом успішної туристичної компанії в сфері організації турів, надання різноманітних послуг та VIP-сервісів. Такі знання не можливо отримати з книг: їх осягаєш безпосередньо, в тому середовищі, яке пов'язане з прийомом туристів та їх відпочинком.

Завдання:

1. Складіть перелік підприємств, що надають послуги в реалізації навчального туру (табл.1)

Таблиця 1 - Перелік підприємств - виконавців послуг

Найменування послуги	Найменування підприємства
Проживання	
Харчування	
Транспортні послуги	
Екскурсійні послуги	
Інші послуги	

2. Розробить програму навчального тур для студентів туристських ВНЗ за наступними напрямками: Об'єднані Арабські Емірати, Туніс, Єгипет, Греція.

Ситуація «Діловий тур до Японії»

До вашої туристичної агенції звернулася українська компанія AirOn, український виробник портативної електронної техніки, з проханням підібрати тур. Ціль візиту – це відвідування конференції «E-Money. E-Government. Досвід Японії».

Топ-менеджмент вже давно прочитав всі бізнес-бестселери - керівники хочуть практичних знань - почути, побачити, помацати руками, зрозуміти. Загальноприйняті шляхи бізнес-освіти можуть дати лише загальну картину бізнесу. І тільки вивчення успішного бізнесу на практиці дасть реальні, практичні знання з перших рук.

Умови підбору туру:

1.Програма візиту на 100% формується на підставі побажань замовника, основних стратегічних орієнтирів розвитку компанії.

2. Програма затверджується компанією-клієнтом.

3.Можливість інтеграції внутрішніх сесій присвячених інноваціям, менеджменту. Для цього слід запросити фасилітатора, представника топової бізнес-школи світу або бізнес-гуру для проведення внутрішніх сесій у перервах між відвідинами компаній.

4. Кількість учасників: 5 представників однієї компанії.

Завдання:

1. Заповніть табл. 2 «Складові характеристики програми туру» згідно

інформації, наведеної в табл. 3- 7.

2. Розрахувати вартість туру.

Таблиця 2 - Складові характеристики програми туру

Показник	Описання	Розрахунок
Транспортування		
Розміщення, Номери		
Екскурсії		
Харчування		
Тривалість		
Кількість осіб в групі		
Гід-перекладач		
Страховання		
Вартість туру:		

Таблиця 3 - Транспортування

Рейс	Пункт відправлення	Пункт прибуття	Час відправлення	В дорозі	Авіа-компанія	Пересадка
SU1815	(DOK)	(NTR)	05:05	23год. 35 мін.	Aeroflot	1
SU263	(NTR)	(DOK)	13:05	17год. 50 мін.	Aeroflot	1
Вартість враховуючи збір в UAH 35680.0 UAH						

Таблиця 4 - Розміщення

SHANGRI-LA HOTEL TOKYO *****, Токіо, Японія		
Деталі кімнати	Кількість гостей	У середньому/доба
Двомісний номер де люкс з 2 відокремленими ліжками	2 Дорослих	UAH 2,000.40
Двомісний номер де люкс з 2 відокремленими ліжками	2 Дорослих	UAH 2,000.40
Двомісний номер де люкс з 2 відокремленими ліжками	1 дорослий	UAH 2,000.40
<i>План харчування: сніданок</i>		

Таблиця 5 - Страхування

Кількість осіб - 1				
ПРОГРАМИ СТРАХУВАННЯ	A	B	C	D
Лікування в умовах стаціонару				
Страховання від нещасних випадків				
Медичні перевезення				
Репатріація				
Ритуальні послуги				
Лікування в амбулаторних умовах				
Стоматологічна допомога				
Проживання та супровід				
Надання послуг адвоката				
Візит одного з близьких родичів				
Дострокове повернення дітей				
Дострокове повернення				

Передача термінових повідомлень				
Відновлення або повернення документів				

Продовження таблиці 5

ПРОГРАМИ СТРАХУВАННЯ	A	B	C	D
Проїзд представника підприємства з метою заміни				
Внесення застави в суді				
Витрати пов'язані з затримкою авіарейсу				
Ваш вибір: (сума вказана в USD)	54.54	67.14	117.60	168.06

Таблиця 6 - Екскурсії

Назва екскурсії	Вартість екскурсії на 1 особу (USD)	Тип транспорту	Зміст екскурсії
«Сучасний Токіо»	160	Транспорт при готелі	Відвідування району хмарочосів Сіндзюку з оглядовим майданчиком в будівлі муніципалітету Токіо. Храмний комплекс Мейдзі і район японської моди молоді - Харадзюку. Переїзд на острів Одайба. Відвідування виставкового центру Toyota, де представлені найбільш популярні моделі автомобілів даної компанії. Найбільш велике колесо огляду в Японії (115 метрів), з висоти якого відкривається захоплюючий вид на острів Одайба і Токіо. Повернення до Токіо по барвистому мосту Веселки.
«Традиційний Токіо»	150	Транспорт при готелі	Традиційний сад у японському стилі. Зупинка біля імператорського палацу, відвідування відомого у всьому світі торговельного кварталу-Гінза. Перлиною екскурсії є район Асакуса. Храмний ансамбль Сенсодзі. Програма завершиться в «електронному місті» Акіхабара - Мекка японської електроніки.

Примітка:

У вартість входить:

- переліт економ-класом,
- проживання в готелі,
- одноразове харчування (сніданок),
- консультація щодо оформлення візи і запрошення в посольство 1200 грн,
- повний переклад під час зустрічей 100 грн,
- страховка,
- інтенсивна культурна програма,
- оперативне реагування на будь-які питання і повний супровід організаторами візиту!

Тема 5. Програми індивідуальних турів

АНОТАЦІЯ:

Тема присвячується визначенню особливостей формування індивідуальних турів.

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ:

визначити особливості формування програм шоп-туру;
визначити особливості формування програм пригодницького туру;
визначити особливості формування програм екологічного туру;
визначити особливості формування програм хобі-туру;
визначити особливості формування програм весільного туру.

ФОРМИ КОНТРОЛЮ:

- усне опитування,
- тестування
- розв'язання ситуацій.

Шоп - тур - це закордонна поїздка , головною метою якої є покупки.

Шоп - тури можна умовно розділити на 3 типи:

1) **Шоп -тури із зобов'язаннями.** Зобов'язанням є покупка вами , наприклад , шуби на хутряній фабриці в Греції. Фактично ваш приїзд до Греції оплачується фабрикою в розрахунку на те , що ви обов'язково зробите покупку .

2) **Шоп -тури без зобов'язань.** Купувати нічого конкретного ви не зобов'язані, але от відвідати торгові точки за маршрутом потрібно . Для недосвідчених туристів такий тур дуже вигідний , оскільки не доведеться в пошуках відповідних торгових точок бродити по місту , та й порада досвідченого гіда виявиться завжди до речі .

3) **Шоп -тур для самостійних.** По суті це звичайний тур , організація якого включає в себе переліт , бронювання номера в готелі. Ви ні до чого не прив'язані , нікому нічого не винні і абсолютно вільні у виборі маршрутів та часу перебування в магазинах.

Шоп-тури організуються практично всіма туристичними агентствами, і їх вартість, як правило, в рази нижче, ніж вартість звичайних турів (табл. 4.1).

Пригодницький туризм (adventure tourism) — різновид туризму, пов'язаний з фізичними навантаженнями та організацією нестандартних турів у екзотичні й екологічно чисті природні резервації та включає незвичайні подорожі, нетрадиційні транспортні засоби.

Людині властиві різні типи пригод, які можна отримати в процесі пригодницького туризму:

Пригоди тіла. Аж до смерті як фінальної точки таких. Подорожі, спортивні змагання на спритність, силу.

Пригоди емоційні. Особисті переживання, співпереживання, колективні емоції. Драми, гумор. Частина релігійної діяльності.

Пригоди розуму. Пошук, аналіз і синтез інформації. Розкриття таємниць

і організація злочинів. Детектив, науковий аналіз. Навчання, дослідницька діяльність.

Пригоди духу. Релігійна, філософська діяльність. Провидіння, прогнози. Таємниці перероджень, інкарнацій, питання буття. Шаманізм. Духовні практики.

Таблиця 4.1. Складові програми шоп-туру

Показник	Шоп-тури
Транспортування	автобус, авіа
Розміщення	готелі 3*- 4*
Номери	Standart одно, -двохмісні
Екскурсії	оглядова екскурсія обов'язково
Харчування	ВВ
Розваги	за бажанням клієнта
Тривалість	від 2 до 6 днів
Кількість осіб в групі	2-10 осіб
Керівник	не обов'язково
Гід-перекладач	обов'язково для проведення оглядової екскурсії
Страховання	медичне страхування

Пригодницький туризм вимагає від турфірми значно більшої уваги на стадії підготовки, оскільки необхідно вирішити цілий комплекс питань, пов'язаних із організацією безпеки туристів, адже страхування на такий тур коштує значно дорожче.

Участь у пригодницькому турі вимагає від учасників фізичної підготовки і майстерності, швидкості реакції, уміння приймати нестандартні рішення. Пригодницькі маршрути готуються ретельніше з метою звести ризик до мінімуму і зробити умови туру більш комфортабельними за рахунок забезпечення супроводжуючими, проміжними таборами, туристським спорядженням (табл. 4.2).

Таблиця 4.2. Складові програми пригодницького туру

Показник	Пригодницькі тури
Транспортування	в залежності від відстані (авіа, круїзи, автобус та ін.)
Розміщення	готелі 3-4 *
Номери	SNGL, DBL, TRPL
Екскурсії	Оглядові екскурсії під час подорожі
Харчування	ВВ, НВ, FB
Розваги	можливі, під час вільного часу туриста за власним бажанням
Тривалість	6-15 днів
Кількість осіб в групі	від 5 до 15 осіб
Керівник	супровід групи керівником
Гід-перекладач	обов'язково гід під час екскурсій, а також гід-інструктор
Страховання	медичне страхування

Географія і тематика пригодницьких турів досить велика і різноманітна. Здебільшого це групові тури. Специфічною рисою такого туризму є отримання різних ліцензій, що дозволяють полювання, риболовлю, вивіз трофеїв.

Екотуризм - це природно-орієнтований туризм, що включає програми екологічної освіти і здійснюється у відповідності до принципів екологічної

стійкості.

Для обслуговування туристів, які цікавляться природою, можна використовувати екологічні стежки, що розробляються відповідними установами, організовувати походи вихідного дня. Такими заходами можна доповнювати програми перебування рекреантів санаторно-курортного сегменту, залучати до прогулянкових походів відпочиваючих на туристичних базах, у будинках відпочинку. Отож можна стверджувати, що важко відокремити екологічний туризм від інших сегментів. Але при підготовці кадрів, які обслуговують туристів, слід враховувати деякі моменти, а саме: спеціалісти повинні мати відповідну підготовку, добре володіти інформацією про територію, яка відвідується, досконало знати маршрут, володіти певною текстовою інформацією, тобто вмінням проводити екскурсію, чітко знати і вимагати від туристів дотримання правил техніки безпеки, та вміти при необхідності надати першу медичну допомогу. Крім цього, спеціаліст такого роду повинен: володіти знаннями психології, і так організувати групу людей (часто випадкових), щоб не виникало непередбачених психологічних ситуацій, вміти правильно вибрати шлях вирішення проблеми. Екологічний сегмент досить складний за набором видів. В основу визначення останніх пропонуємо покласти відповідні види ландшафтних комплексів. Адже кожному виду ландшафтних комплексів притаманні свої природні умови, а це потребує специфічних заходів з боку обслуговування.

Таблиця 4.4. Складові програми екологічного туру

Показник	Екологічні тури
Транспортування	в залежності від відстані
Розміщення	котеджі, гостьові будинки, наметові будинки
Номери	В залежності від розміщення
Екскурсії	всі екскурсії згідно програми
Харчування	ФВ
Розваги	За бажанням туриста (наприклад: рафтинг, риболовля)
Тривалість	від 7 до 14 днів
Кількість осіб в групі	від 7 до 20 осіб
Керівник	обов'язково супровід групи керівником
Гід-перекладач	гід - інструктор
Страховання	медичне страхування

Хобі-тур - туристська поїздка з метою задоволення людиною певного інтересу, реалізації улюблених занять під час відпочинку.

При цьому, цей інтерес не може бути задоволений, а отже мета не може бути досягнута, в рамках традиційного туру, наприклад рекреаційного або екскурсійного. Таким чином, хобі-тури - це безсумнівно нові форми індивідуального туризму, за яким велике майбутнє.

Хобі-туризм - це можливість зайнятися улюбленою справою в середовищі однодумців під час відпочинку або подорожі (автолюбителі, філателісти, гурмани, вболівальники спортивних змагань і т.д.).

Плюсом цього виду туризму є те, що він фактично не схильний до

сезонних коливань.

Головною відмінною рисою хобі - турів є тематична спрямованість програми обслуговування та орієнтування на групу з однорідними інтересами. Інакше кажучи, це можливість зайнятися улюбленою справою в колі таких же захоплених людей під час спільної подорожі під керівництвом і за допомогою справжніх професіоналів.

Для споживачів хобі-турів розробляються спеціальні програми:

для автолюбителів (виставки і змагання),

творчо-ремісничі тури (приватні майстерні або мистецькі навчальні заклади),

для «фанатів» та спортивних уболівальників (спортивні змагання, чемпіонати та олімпіади),

для колекціонерів і любителів («Магія ірису» у США або «Слідами Шерлока Холмса» у Великобританії),

для гурманів («Сирний тур по Швейцарії» або «Півний тур по Чехії») і ін.

Особливості хобі-турів диктують застосування найсучасніших технологій організації та просування туристичного продукту і в багатьох випадках вимагають розробки спеціальних схем взаємодії всіх учасників туристичного ринку.

Таблиця 4.5. Складові програми хобі-туру

Показник	Хобі - тури
Транспортування	в залежності від відстані
Розміщення	хостели, готелі 2-5*
Номери	SNGL, DBL, TRPL або чотирьохмісні номери, котеджи
Екскурсії	декілька екскурсій згідно тематики програми туру (обов'язково оглядова)
Харчування	НВ, FB
Розваги	розваги згідно тематики програми туру
Тривалість	від 1 доби до 14 днів
Кількість осіб в групі	Від 10 до 25 осіб
Керівник	обов'язково супровід керівником
Гід-перекладач	супроводжуючий гід
Страховання	медичне страхування

Весільний туризм — це різновид туризму, метою якого є відвідання місцевості для проведення весільних церемоній.

Сьогодні найпопулярнішими місцевостями весільного туризму є:

— Венеція, Італія.

— Прага, Чехія.

— Бомбей, Індія.

— Париж, Франція.

— Єрусалим, Ізраїль.

В цілому організація весільного туру складається з двох частин: організація туру і власне весілля.

Вартість весільної церемонії включає в себе муніципальний збір, оплату юридичних послуг, витрати зі збору та підготовки документів для весілля, легалізації документів після весілля. Також сюди входить оренда місця проведення церемонії, послуги весільного координатора, перекладача, різного роду додаткові послуги.

Туристична складова включає в себе транспортні послуги (як правило, це авіапереліт), проживання в готелі, харчування, медична страховка, оформлення віз, екскурсійне обслуговування.

На деяких послугах зупинимось докладніше.

Самі весільні церемонії можуть бути офіційними і символічними.

Офіційні одруження проводяться не тільки в муніципалітети міст, а й у найрізноманітніших місцях: на пляжі, в парках, в замках, у значимих історичних місцях країни. Вартість такого одруження варіюється залежно від місця проведення церемонії (Муніципалітет або виїзна реєстрація), складу додаткових послуг (живий музичний супровід, фотосесія і т.д.), дня і години реєстрації шлюбу.

Підводячи підсумки, хочеться відзначити, що вибір місця весільної церемонії, продумування всіх деталей весілля – завдання дуже складне. Підготуватися до весільної церемонії за кордоном без допомоги фахівця часто просто неможливо.

Таблиця 4.6. Складові програми весільного туру

Показник	Весільні тури
Транспортування	- авіа, - круїзні лайнери
Розміщення	Готелі 3* -5* зі всіма зручностями
Номери	двохмісні номери, номери люкс
Екскурсії	додаткові екскурсії і програми для молодят і гостей
Харчування	ВВ, НВ, FB (обов'язково весільна вечеря)
Розваги	за бажанням туристів
Тривалість	від 4 до 7 днів
Кількість осіб в групі	2 особи (молодята) + до 28 осіб (гості)
Керівник	керівник – асистент (допомога із організацією весілля)
Гід-перекладач	російськомовний гід
Страховання	страховка на випадок хвороби і нещасного випадку

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

Тестові завдання по темі

1. На бланку туристичної путівки зазвичай вказують вид харчування туриста. Виберіть то скорочення, яке в міжнародній практиці готельного обслуговування передбачає оплату і надання туристові тільки сніданку:

- а) FB;
- б) НВ;
- в) ВВ;

- г)
- д) ВВ+
- е)

2. Закордонна поїздка , головною метою якої є покупки:

- а) хобі – тур;
- б) екологічний тур;
- в) шоп тур;
- г) весільний тур.

3. Один із виду шоп-туру при якому турист не забов'язаний купувати нічого конкретного, але потрібно відвідати торгові точки за маршрутом:

- а) шоп – тур для самостійних;
- б) шоп – тур без забов'язень;
- в) шоп – тур із забов'язанням;
- г) груповий шоп – тур.

4. Одним із признаков екологічного туризму є:

- а) подорож, в якій природа є головною цінністю;
- б) подорож, основною ціллю якою є відвідування історичних пам'яток;
- в) подорож, при якій ціллю туриста є відвідування магазинів найвідоміших брендів;
- г) подорож, основною метою якої є задоволення людиною певного інтересу, реалізації улюблених занять під час відпочинку.

5. Віза - це ...

- а) офіційний документ, що засвідчує особу туриста;
- б) різновид міжнародного страхового поліса, що дозволяє отримувати і оплачувати страхові послуги в будь-якій країні світу;
- в) спеціальний дозвіл іноземного уряду на в'їзд-виїзд, проживання або транзитний проїзд через територію його держави;
- г) документ, що дозволяє туристу розміститись в обраного готелі.

6. Формат торгового центру, що спеціалізується на продажу брендів одягу із значними знижками:

- а) Outlet Center
- б) Sales Center
- в) Discount Center
- г) Stock Center

7. Чим характеризується шопінг в Домінікані?

- а) тут знаходяться великі хутряні центри;

б) тут краще робити специфічні покупки - начебто чохлів для телефонів з крокодила або ременів із змії і страуса. Вони тут відносно недорогі, і в інших країнах навряд чи буде такий вибір;

в) основна мета придбати шикарні ювелірні прикраси таких ювелірів як Bulgari, Cartier, Chopard;

г) це задоволення на любителя і цінителя заморських рідкостей (купівля фруктів, килимів, чорних коралів).

8. Чим характеризується шопінг в Турції?

а) тут знаходяться великі хутряні центри;

б) тут краще робити специфічні покупки - начебто чохлів для телефонів з крокодила або ременів із змії і страуса. Вони тут відносно недорогі, і в інших країнах навряд чи буде такий вибір;

в) можна придбати оригінальні мозаїчні світильники в східному стилі, мідні луджені турки для заварювання кави і східні солодоші, амулети від пристриту і тарілки з орнаментом;

г) основна мета придбати шикарні ювелірні прикраси таких ювелірів як Bulgari, Cartier, Chopard.

9. Плавання по Амазонці, сафарі на снігоходах в тундрі, джип-сафарі в Африці, піший трекінг в Непалі або експедиція в джунглі Південної Америки, підкорення Кіліманджаро, або спостереження за рожевими фламінго в Кенії, фотополювання на білих ведмедів у Канаді, або поїздка на верблюдах в середньої Азії - складові:

а) Весільного туру

б) Спортивно-оздоровчого туру

в) Пригодницького туру

г) Екологічного туру

10. Добре спорядження, якісне харчування, гігієна і повна безпека учасників - це правило:

а) Спортивно-оздоровчих турів;

б) Пригодницьких турів;

в) Хобі-турів;

г) Шоп – турів.

Практичні завдання

Ситуація «Весілля в Барселоні»

Медовий місяць для нашої країни раніше був чимось екзотичним, а зараз кожна пара задовго до весілля обговорювати можливість весільної подорожі, маршрут і час поїздки. Адже організація весільного туру влітку або в інший час року залежить від багатьох факторів. Так, молода пара запланували провести

своє весілля в колоритній Іспанії, адже це можливість для молодят незабутньо провести день весілля, вінчання і медовий місяць. За допомогою молода пара звернулась до туристичної агенції «Sweet Travel».

Завдання:

1. Заповніть табл. 1 «Складові характеристики програми весільного туру» згідно інформації, наведеної в табл.2- 6.
2. Розрахувати вартість туру.

Таблиця 1 - Складові характеристики програми весільного туру

Показник	Описання	Розрахунок
Транспортування		
Розміщення, Номери		
Екскурсії		
Харчування		
Тривалість		
Кількість осіб в групі		
Гід-перекладач		
Страховання		
Вартість туру:		

Таблиця 2 - Транспортування

Рейс	Пункт відправлення	Пункт прибуття	Час відправлення	Час прибуття	Авіакомпанія	Пересадка
SU123	Київ	Барселона	17:50	23:20	Lufthansa	1
SU346	Барселона	Київ	14:05	22:35	Lufthansa	1
Вартість враховуючи збір в UAH 9320UAH (за 2 пасажирів)						

Таблиця 3 - Розміщення

GRAN HOTEL BALNEARIO BLANCAFORT *****			
Деталі кімнати	Кількість гостей	План харчування	У середньому/доба
Апартаменти «Джуніор», 1 двоспальне ліжко	2 Дорослих	сніданок	UAH 2,057.85
Deluxe double room – half board+spa	2 Дорослих	Напівпансіон	UAH 2,173.83
Deluxe double room, terrace – half board+spa	2 Дорослих	Напівпансіон	UAH 2,502.68
Junior suite, 1 double bed-half board+spa	2 Дорослих	Напівпансіон	UAH 2,831.53

Таблиця 4 - Страхування

Кількість осіб - 1			
ПРОГРАМИ СТРАХУВАННЯ	B	C	D
Лікування в умовах стаціонару			
Страхування від нещасних випадків			
Медичні перевезення			
Репатріація			
Ритуальні послуги			
Лікування в амбулаторних умовах			
Стоматологічна допомога			
Проживання та супровід			
Надання послуг адвоката			
Візит одного з близьких родичів			
Дострокове повернення дітей			
Дострокове повернення			
Передача термінових повідомлень			
Відновлення або повернення документів			
Проїзд представника підприємства з метою заміни			
Внесення застави в суді			
Витрати пов'язані з затримкою авіарейсу			
Ваш вибір: (сума вказана в USD)	335.76	568.00	840.24

Таблиця 5 - Групові екскурсії по Барселоні

Назва екскурсії	Тривалість	Вартість за 1 особу
Оглядова екскурсія	4 години	35 євро
Інша Барселона	4 години	40 євро
Готичний Квартал і Рамблас	1,5-2 години	20 євро
Вечеря в Іспанській деревні та Чарівний Фонтан	4 години	45 євро
Автобус Гурме	3 години	105 євро

Таблиця 6 - Програми церемоній

Назва церемоній	Опис церемонії	Вартість
Стандарт	• весільний павільйон прикрашений квітами, традиційними парасолями і іспанським прапором • живі квіти при вході в павільйон букет для нареченої • 2 склянки коктейлю • священик • сертифікат та подарунок молодят від готелю	1000 євро

Продовження таблиці 6

<i>Люкс</i>	• весільний павільйон прикрашений квітами, парасольками • живі квіти при вході в павільйон • букет для нареченої • весільний торт в один шар • 150 фото + CD і 36 ексклюзивних професійних фото з весілля в фотоальбомі • 4 келиха коктейлю • священик • 2 іспанських музиканта • сертифікат та подарунок молодят від готелю	1800 євро
<i>Де люкс</i>	• весільний павільйон прикрашений квітами, парасольками • живі квіти при вході в павільйон • букет для нареченої • пляшка місцевого шампанського • весільний торт в один шар • 150 фото + CD і ексклюзивних 36 професійних фото з весілля в фотоальбомі DVD весілля • 4 світка в традиційних костюмах • 4 келиха тропічного коктейлю • священик • 3 іспанських музиканта • сертифікат та подарунок молодят від готелю	2450 євро

Примітка:

В вартість туру включається:

Розміщення+транспортування+харчування+страхування

Додаткові послуги:

1. Оформлення візи (315 грн. + к/збір (35€)
3. Послуги гіда- перекладача- 90 EURO/ година
2. Послуги стиліста - від 190 EURO;
 - автомобіль S-класу - від 490 EURO/ 4 години;
 - ретро-автомобіль - від 873 EURO/ 4 години;
 - лімузин - від 782 EURO/ 4 години.
3. Церемонія (табл.6)

Ситуація «Нові туристичні кордони»

У процесі підготовки нового туру до Оману, менеджерами особлива увага приділялася обстеженню та аналізу наявних і потенційних туристичних визначних пам'яток. Це пояснюється тим фактом, що поставлено завдання покласти в основу розробки туристської програми притаманну цій країні

природне і культурне середовище і залучати ті типи туристів з загальними і спеціальними інтересами, які цінують такі пам'ятки.

Обстеження і аналіз природних і культурно-історичних пам'яток необхідні також і тому, що таких пам'яток безліч і вони досить різні. У розробку туру не включено створення таких специфічних пам'яток, як тематичні парки і казино. Концепція створення туру також не стимулює розвиток прибережних туризму (масовий туризм типу «сонце, море і пісок»). Обстеження і аналіз, зроблені в плані, носять ретельний і систематичний характер.

Пам'ятки, включені в план туристської програми, обстежуються та аналізуються в контексті загальної географії Оману і його культур та історичного розвитку. Завдяки цьому як менеджери, так й користувачі туру зможуть краще розуміти пам'ятки та здатні більш ефективно їх аналізувати. Серйозним туристам, які в'їжджають в цю країну, також необхідно підготуватися до поїздки і знати її географію, історію і культуру.

Після обстеження і аналізу пам'яток наступним кроком у процесі планування з'явився відбір достоїнства тих пам'яток, які будуть включені у план і програму туру. Тут враховуються і такі міркування, як транспортна доступність та розташування на туристичних маршрутах, а також наявність засобів розміщення. Одним із важливих факторів є врахування потреб в галузі охорони навколишнього середовища та історичних пам'яток. Слід зазначити, що уряд Оману розробило досить прогресивну програму охорони навколишнього середовища, вже визначивши декілька природних заповідників. Дане обстеження і аналіз природних і культурних визначних пам'яток, а також їх важлива роль у розвитку туризму можуть стати стимулом для продовження і нарощування діяльності, пов'язаної з охороною оточуючого середовища.

Завдання.

1. Проаналізуйте результати діяльності менеджерів та вирішіть до якого виду туризму належить концепція розробки нової туристської програми.

2. Складіть туристську програму туру, враховуючи наступні особливості:

2.1. Переліт можливий з Донецька з однією пересадкою.

2.2. Готель 3-4*

2.3. Туристичне страхування вартістю 66 USD

2.4. Головні визначні пам'ятки Маската (Оман): форти Джалалі і Мирани (XVIст.), Велика мечеть султана Кабуса, третя за величиною мечеть на планеті (вхід у Велику Мечеть Султана Кабуса іноземцям дозволено щодня, крім четверга та п'ятниці), королівський палац Каср-аль-Алам, він же діюча резиденція султана Омана. Дві цікавих фабрики відкрито для відвідування: з виробництва халви і парфумерний завод Amouage, музеї Маската: Байт-аз-Зубайр, присвячений історії країни, Національний музей (тут виставлена велика колекція срібла), художня галерея Байт-Музна.

Дати відпочинок ногам і «освіжити голову» можна в тінистих доглянутих парках Маската: Куруме з чудовими рожевими садами і Рийям.

Музей Омана, де знаходиться експозиція охоплює всю історію країни.

Можна піднятися на оглядовий майданчик на сході від міста, щоб оглянути околиці. В Музеї Природної історії - зібрана практично вся флора і фауна країни.

Примітка: складаючи туристську програму скористуйтеся Internet – ресурсом: <http://www.onetwotrip.com/ua/>, <http://vuso.ua/>

Тема 6. Особливості формування святкових турів

АНОТАЦІЯ:

Тема присвячується визначенню особливостей формування турів під час свят.

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ:

визначити особливості організації туру під час свят;
визначити особливості організації новорічних та різдвяних турів;
визначити особливості організації весняних турів;
визначити особливості організації релігійних турів.

ФОРМИ КОНТРОЛЮ:

- усне опитування,
- тестування
- розв'язання ситуацій.

Особливої уваги набувають тури які приходяться на святкові дня. Як правило, якщо свята припадають напередодні вихідних люди воліють виїхати за межі свого постійного місця перебування. Це можуть бути виїзди «на шашлик» не далеко від дому, а також і більш далекі поїздки на які люди можуть витратити досить великі кошти.

Як правило напередодні свят у туристичних операторів роботи стає більше, через активне бронювання турів. З іншого боку підготовча робота розпочинається заздалегідь.

На святкові дні туроператори виставляють дещо вищі ціни ніж в інший період. Як правило, їх рівень дорівнює цінам високого сезону.

Формування турів розпочинається з визначення святкових днів, при цьому для закордонних турів до уваги беруться і святкові дні дестинації.

Всі туроператори заздалегідь , місяця за 3 , якщо це такі свята як 23 лютого, 8 березня, Масниця, Новий рік публікують перелік святкових екскурсійних турів. **Найчастіше це тури з регулярною програмою, але з обов'язковим акцентом на те, яке свято відзначається.** Так, якщо це святковий тур на 8 березня, то жінок чекають приємні сюрпризи у вигляді святкової вечері або невеликих приємних презентів, а також тематичні екскурсії, присвячені жінкам (наприклад, екскурсія в Санкт -Петербург -

«Петербург - жіночий погляд»).

Якщо говорити про новорічні і травневі свята, які тривають тиждень, то підготовка до них починається ще за півроку.

Державними святами (неробочими днями) України є:

1 січня	Новий рік
7 січня	Різдво Христове
8 березня	Міжнародний жіночий день
1 і 2 травня	День міжнародної солідарності трудящих
Великдень	(дата змінюється з березня по травень)
9 травня	День Перемоги
23 червня	Трійця
28 червня	День Конституції України
24 серпня	День Незалежності України

Святкові дати встановлюються як правило за 3-4 дні до і після свята.

Новорічні свята є більш тривалими – з 20 грудня по 19 січня.

Особливості резервування (продажу) святкових турів

1. Чим раніше купується тур, тим більше вигідна вартість.

Наприклад, продаж новорічних турів починається з початку липня. На початку вересня поставлені останні чартерні ланцюжки. Тому вересень - ідеальний час для резервування новорічних турів і за цінами, і за асортиментом.

2. Високий сезон», тобто у цей період в готелях підвищена добова вартість проживання і вище вартість перевезення.

3. Багато готелів організовують святкові вечери напередодні свят, бронювання яких, як правило, обов'язкове.

4. Ануляція туру, заброньованого на святкові дати, як правило, ускладнюється високими штрафними санкціями з боку готелів і авіакомпаній. Тому, при бронюванні дат «високого сезону» рекомендуємо оформляти страховку від невіїзду.

5. Ряд партнерів при бронюванні турів на свята вимагають 100% оплату турів.

6. Гарячих турів на практично немає. Як правило за місяць до свята вже майже все заброньовано, проблематично знайти місця на рейсі і в готелі. Буває перепродаж так званих «відмовних» турів, але їх вартість, як правило, не сильно знижена.

Новорічні та різдвяні програми є дуже різними. Як екзотичними так і традиційними.

Тури Україною на різдвяні свята дешевші, ніж на новорічні.

Бронювати новорічні тури починають вже у серпні. Проте, завжди є такі, хто "чекають першого снігу в Україні, аби зрозуміти, що вже час спланувати відпочинок на Новий рік".

До весняних свят належать:

міжнародний жіночий день – святкується на теренах СНД 8 березня;

День перемоги – 9 травня, святкується в більшості Європейських країн;

Першотравень – 1 травня;

День солідарності робітників – 2 травня.

Як правило, екскурсійні тури є дуже популярними саме на весні через природно-кліматичні умови, а також наявність вільного часу у зв'язку зі світами.

Ці світа організуються з урахуванням їх специфіки.

Багато 8 травня організувати святкову вечерю, тематичну екскурсію або виставу.

День перемоги обов'язково має бути відзначений хвилиною мовчання та відвідуванням відповідних пам'яток, музеїв, тематичних екскурсій.

Першотравень в європейських країнах розглядається як Свято весни. Тому актуальним буде відвідування парків, скверів. Якщо маршрутом заплановано, можна виїхати за місто.

Транспортування може бути різним в залежності від побажань клієнтів.

Проживання за бажанням клієнта. В залежності від свята варто уникати готелів де проживають певні народності (наприклад, на 9 травня співмешкання з німцями).

Харчування за бажанням. Проте в святковий день варто запропонувати щось неординарне та незвичне.

Екскурсійна програма типова, але з урахуванням святкових особливостей.

Розваги типові, на період свята з урахуванням святкових особливостей.

Особливість організації турів під час **релігійні свята** (Великдень, Трійця, Різдво) – одяг, поведінка під час свят.

Транспортування може бути різним в залежності від побажань клієнтів.

Проживання за бажанням клієнта. В залежності від свята варто уникати готелів де проживають певні народності (наприклад, на 9 травня співмешкання з німцями). Особливість – безкоштовне проживання в межах Храмового комплексу, монастиря тощо.

Харчування за бажанням. Проте в святковий день варто запропонувати щось неординарне та незвичне. Можливо також в межах комплексу.

Екскурсійна програма обмежена, з урахуванням святкових особливостей. Або тільки відвідування святих місць.

Розваги типові, на період свята з урахуванням святкових особливостей.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ:

Тестові завдання по темі

1. Головною особливістю святкових турів є:

- а) Мають сезонний характер;
- б) Діють протягом року;
- в) Не мають екскурсійних програм;

г) Всі відповіді вірні.

2. Святковий тур - це:

а) Це подорожі у період новорічних і різдвяних канікул, а також подорожі під час свят у різних країнах, які зазначають місцеві жителі країни відвідування;

б) Найчастіше це тури з регулярною програмою, але з обов'язковим акцентом на те, яке свято відзначається;

в) Подорожі, під час яких проходять художні фольклорні, гастрономічні фестивалі, історичні реконструкції;

г) Всі відповіді вірні.

3. Відмова Турагента (Туроператора) від заброньованого підтвердженого туру або від частини послуг, що входять до складу туру незалежно від етапу його оплати, це...

а) Неможливість оплати туру;

б) Ануляція туру;

в) Заміна туру;

г) Всі відповіді вірні.

4. Період найбільш високих тарифів на туристські послуги:

а) Найкращий сезон

б) Високий сезон

в) Низький сезон

г) Стабільний сезон

5. Види туризму, найбільш схильні до сезонності:

а) Плєжний і гірськолижний;

б) Екскурсійно – пізнавальний та оздоровчий;

в) Паломницький та релігійний;

г) Всі види туризму схильні до сезонності.

6. Під час Новорічних Свят та Різдвяних найбільшою популярністю серед туристів на території України користуються такі регіони:

а) Львівщина, Тернопільщина, Волинь

б) Харківщина, Чернігівщина, Київщина

в) Вінниччина, Одещина

г) Донеччина, Луганщина

7. Для катання на лижах під час святкових Новорічних турів українці обирають:

а) Болгарію, Туреччину, Грецію

б) Італію, Францію, Румунію

- в) Карпати, Словаччину, Польщу та Болгарію
- г) Грецію, Румунію, Чехію.

8. Особливість святкового туру на 8 Березня:

- а) Поїздка в країну з надзвичайно багатою історією та унікальною культурою.
- б) Поїздка на гірськолижні курорти, лижні походи з рюкзаком і радіальні піші виходи в гори з проживанням в готелі;
- в) Екскурсійний тур або активний зимового тур: взяти участь в сафарі на снігоході, спробувати себе в якості каюра на собачих упряжках, пройтися на лижах по зимовому лісі;
- г) Двох і триденні пропозиції, які відрізняються цікавою інтерактивною програмою, яка пов'язана з жінками - наприклад, ви можете взяти участь у справжньому балу з одягом і танцями 19-го століття.

9. Відвідування християнських центрів світового значення є складовою:

- а) Оздоровчо – лікувального туру
- б) Навчального туру
- в) Релігійного туру
- г) Пригодницького туру

10. Більше всього на Великдень прочани вирушають до:

- а) Йорданії
- б) Туреччини
- в) Ізраїлю
- г) Єгипту

Практичні завдання

Ситуація «Різдво у Львові»

Зустріч Нового року, а особливо Різдва на Західній Україні справить на кожного туриста незабутні враження. Австрійська архітектура, європейський дух та українські традиції - все це чекає вас в галицькому місті. Так, компанія друзів з 4 осіб вирішили відсвяткувати празник саме у Львові, та звернулись до туристичної компанії «Золота Підкова», яка пропонує тури до Львова із різних куточків України.

Завдання:

1. Заповніть табл.1 «Складові характеристики програми туру» згідно табл. 3- 6.

2. Розрахувати вартість туру.

3. Складіть програму туру (табл.2), використовуючи інформацію з табл. 3-6, і табл. 1 «Складові характеристики програми туру».

Таблиця 1 - Складові характеристики програми туру

Показник	Описання	Розрахунок
Транспортування		
Розміщення, Номери		
Екскурсії		
Харчування		
Тривалість		
Кількість осіб в групі		
Гід-перекладач		
Страховання		
Вартість туру:		

Таблиця 2 - Програма туру

Назва	
День	Описання

Таблиця 3 - Транспортування

По-їзд	Формування	Слідування	Час відправлення	Час у дорозі	Прибуття	Ціна, грн..		
						Люкс	Купе	Платкарт
070Д	Маріуполь	Львів	13:39	23:42	13.21	744.55	176	153.15
070Л	Львів	Донецьк	17:48	22:35	16:23	744.55	176	153.15

Таблиця 4- Розміщення

HOTEL PLAZMA ***			
Деталі кімнати	Кількість гостей	План харчування	У середньому/доба
Стандартний номер	4 Дорослих	Сніданок+вечеря	UAN 1000

Таблиця 5 - Страховання

Вид мандрівки	Дорослі	Діти
Екскурсії по території України	1,00 грн./доба	0,50 грн./доба

Таблиця 6 - Екскурсії по Львову

Назва екскурсії	Ціна, грн.				
	1 особа	2 особи	2-4 особи	5-6 осіб	7-9 осіб
Середньовічний Львів	180	110	75	55	40
Сім чудес Львову	190	120	80	60	45
Австрійський Львів	180	110	75	55	40
Княжий Львів	180	110	75	55	40

Примітка:

У вартість входить: трансфер готель вокзал - в перший день; проживання в обраному готелі; екскурсійне обслуговування по програмі "Вулицями середньовічного Львова", "Львів Австрійський", страхування для резидентів України

У вартість не входить: різдвяна вечеря (300грн./особа); вхідні квитки по програмі(100грн./особа); факультативні заходи та екскурсії; особисті витрати.

Ситуація «Святкові тури по Україні. Екскурсійні тури по Україні»

Весна, як прекрасна пора року після затяжної зими сама по собі свято. Але в кожній країні є особливості святкування весняних свят. Відпочинок на травневих святах, подорож на День Св. Валентина та інші тури є популярними, замовити при цьому провести свята можливо як за кордоном так і на батьківщині.

Завдання:

1. Запропонуйте тури на свята в найцікавіших куточках Європи та України.
2. Складіть календар святкових турів за наступним прикладом (див. табл.7)

Таблиця 7 – Календар святкових турів

Куди поїхати	Дати турів	Регіон туру	Тур на свято	Транспорт	Розміщення
Львів	08.03-10.03	Замки Львівської області	Автобусний тур на 8 березня «Свято для коханої на 8 березня»	Автобус з Києва	Готель 3*

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Базова

1. Закон України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм” від 18 листопада 2003 р. № 1282 // Урядовий кур’єр. – 2003. – 25 груд. (№ 244) – С. 15-19.
2. Панасюк, К. А. Туроперейтинг [Електронний ресурс] : метод. реком. для практич. та самост. роботи для студ. ден. і заоч. форм навчання напряму підготов. «Туризм» / К. А. Панасюк ; М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського, Каф. туризму . — Донецьк : [ДонНУЕТ], 2013.– 424
3. Модернизация туризма: учеб. пособие/ А.П. Дурович, Г.А. Бондаренко, Т.М. Сергеева и др.; под общ. Ред. А.П. Дуровича. – 2-е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2005. – 640 с.
4. Основы туристской деятельности: Учебник / Г.И. Зорина, Е.Н. Ильина, Е.В. Мошняга и др.. – М.: Совет. спорт, 2000. – 200 с.
5. Сокол Т.Г. Основы туристичної діяльності: підручник / Т.Г. Сокол; за ред. В.Ф. Орлова. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.
6. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку". - Тернопіль, "Терно-граф". - 2008 - 976 с.
7. Холловой Дж. К., Тейлор Н. Туристический бизнес: Пер. с 7-го англ. изд. — К.: Знания, 2007. — 798 с.

Допоміжна

1. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. / Л.П. Дядечко. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – 224 с.
2. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / Укл.: В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух. – К.: Вид. Дім «Слово», 2006. – 372 с.
3. Жукова М.А. Менеджмент в туристическом бизнесе: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2005. -192 с.
4. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 368 с.
5. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
6. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей: Навч. посіб. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 156 с.
7. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма: Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во РДЛ, 2004. – 376 с.

13. Інформаційні ресурси

1. Глобальный этический кодекс туризма ВТО // http://www.world-ecotourism.org/ruso/declarations/dec_quebec.htm
2. Квебекская декларация по экологическому туризму 22 мая 2002 г. // http://www.world-ecotourism.org/ruso/global_globalcodeethicscode documents

3. Міністерство курортів і туризму АР Крим – www.mintourism.crimea-portal.gov.ua
4. Музейний простір України – www.ukrmuseum.org.ua
5. Офіційний Інтернет-сайт Криму “Крим туристичний” – www.tourism.crimea.ua
6. Офіційний сайт Всеукраїнського проекту «7 чудес України» www.7chudes.in.ua
7. Офіційний сайт Державного Комітету статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. Офіційний статистичний сайт Державного агентства по туризму і курортам – <http://www.tourism.gov.ua>
9. Сайт номер 1 у світі для бронювання помешкань - сайт номер 1 у світі для бронювання помешкань
10. Офіційний сайт «Страхова компанія «ВУСО» - <http://vuso.ua/>