*Практичне заняття ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ*

Теоретичні відомості: Індустрія туризму – це комплекс, сполучення галузей та видів діяльності, функціонування яких спрямоване на задоволення потреб людини, яка подорожує, в послугах і товарах специфічного призначення, спрямованих на здійснення мети подорожування. Складовими індустрії туризму є підприємства та установи, мета функціонування яких полягає в задоволенні потреб (мотиваційних, змістовних, комфортності, безпеки тощо) подорожуючої людини – туриста або особи, яка тимчасово перебуває поза межами постійного проживання, мандруючи з рекреаційно-пізнавальною або іншою некомерційною метою. Це потреби в наданні притулку, харчуванні, медичній або іншій допомозі в разі необхідності, у наданні побутових, торгових, інформаційних та інших послуг. Це також потреби в товарах специфічного призначення – спеціальне взуття, одяг, спорядження (рюкзаки, намети, байдарки тощо), у спеціальній інфраструктурі: готелі, турбази та притулки, облаштовані стежки та стоянки, підйомники та інше. Туристична послуга має власні специфічні риси, які вирізняють її на ринку послуг і саме вони є основою формування індустрії туризму: комплексність, оскільки послуга в туризмі, яка сприймається як певна єдність, завжди є комплексом послуг, який обов'язково включає послуги розміщення, харчування, транспортування, екскурсійного обслуговування та ряд інших, що забезпечують реалізацію мети подорожі; мобільність туристичної послуги забезпечується процесом переміщення туриста до місця відпочинку й подальшого обслуговування; ритмічність об’єктивно була закладена сезонністю надання відпусток, яка сприяла формуванню "гарячого" або "пікового" сезону – часу максимального зростання попиту на туристичні подорожі (переважно в теплий період року) та зменшенням попиту в холодний період, але з часом ця риса набрала ринкових ознак регулятора попиту / пропозиції через систему пільгових тарифів у міжсезоння, запроваджених з метою соціалізації туризму. Туристичною послугою може вважатися тільки комплекс послуг з питань задоволення різноманітних потреб туриста: у відпочинку, харчуванні, переміщенні та інших, які сприяють забезпеченню мети подорожі. Туристичні послуги за значенням у процесі подорожування поділяються на: 1) основні, без яких неможливе подорожування (послуги розміщення, харчування, транспортного й екскурсійного забезпечення тощо), 2) додаткові, що сприяють комфортності подорожування (побутові, торговельні, комунікативні, інформаційні, банківсько-фінансові, медичні, спортивнооздоровчі, культурні тощо), 3) супутні, які підвищують ефективність і сприяють повній реалізації мети подорожі (виробництво та реалізація сувенірів і туристичного спорядження, облаштування пляжів, оглядових майданчиків, реставрація пам'яток тощо). Туристичні послуги або послуги, призначені для споживання подорожуючою частиною населення, у процесі споживання доповнюються туристичними товарами спеціального та загального призначення. До товарів спеціального призначення належать сувеніри, поліграфічна продукція інформаційно-довідникового характеру (картосхеми та плани, буклети, листівки, довідники тощо), туристське спорядження та товари для відпочинку тощо. Товари загального призначення включають значну номенклатуру і споживаються залежно від різниці в цінах або наявності на внутрішньому ринку країни постійного проживання.

Ключовою складовою індустрії туризму є кваліфікований персонал. Вимоги, яким має відповідати персонал підприємств індустрії туризму (професійна, психологічна підготовка, вимоги репрезентативного характеру), можуть бути згруповані в такі блоки:

1. Особисті риси: характеру: а) загальні (порядність, такт, витримка, почуття гумору тощо); б) професійно значущі (доброзичливість, емоційна стабільність, комунікативність, відповідальність); зовнішності (фізична форма, культура поведінки та мовна культура, а також міра смаку в одязі, зачіска, макіяж тощо).

2. Мотивація у виборі професії: бажання працювати, задоволення від наданої послуги.

3. Загальна ерудиція: знання літератури, образотворчого мистецтва, фольклору, музики, поточних питань економіки, зовнішньої та внутрішньої політики.

4. Професійна підготовка:

загальна: а) з історії, краєзнавства, народознавства тощо; б) з географії (фізичної, суспільної, туризму, рекреаційної); в) з економіки; г) із права (міжнародного, господарського, цивільного, кримінального); д) з інформатики (статистика, ЕОМ, математичні методи); е) мовна , що передбачає вільне володіння побутово-розмовною лексикою двох-трьох мов; є) із психології, що визначає особливості спілкування з туристами, колегами, колективом фірми;

спеціальна: а) з менеджменту (управління процесом виробництва туристичного продукту, а також керівництво персоналом фірми); б) з маркетингу, реклами; в) з технології обслуговування; г) з економіки туризму; д) із планування обслуговування (розробка турів).

ЗАВДАННЯ 1. Придумайте назву та розробіть логотип й слоган для туристичної фірми, яка щойно відкрилася. Логотип повинен вміщувати в собі символ фірми з використанням не більше чотирьох кольорів та рекламний слоган фірми (не більше семи слів).

2. Складіть бізнес-план роботи туристичної фірми за планом: резюме; надані послуги; оцінка ринку збуту; конкуренція на ринках збуту; організаційний план; план до набору персоналу.

3. Знайдіть в мережі Internet сайти українських операторських компаній (не менше 5) та дослідить запропонований ними асортимент турів. Порівняйте їх пропозиції з тими, що пропонуються в засобах масової інформації Житомирського регіону.