

*О.Ю. Шахова*

# **ИНДУСТРИЯ И ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМА**

*Учебно-методическое пособие*



**Издательство  
Нижевартовского  
государственного  
университета  
2014**

**ББК 65.433я73**

**Ш 32**

Печатается по постановлению редакционно-издательского совета  
Нижевартовского государственного университета

Рецензенты:

д-р экон. наук, профессор кафедры организации и управления  
ФГБОУ ВПО «Национальный минерально-сырьевой университет “Горный”»

*Н.Г. Привалов;*

канд. экон. наук, доцент кафедры социально-гуманитарных  
и естественнонаучных дисциплин Нижевартовского филиала  
ФГБОУ ВПО «Омский государственный технический университет»

*А.В. Некрасов*

**Шахова О.Ю.**

**Ш 32** **Индустрия и инфраструктура туризма:** Учебно-методическое  
пособие.— Нижевартовск: Изд-во Нижеварт. гос. ун-та, 2014.—  
136 с.

**ISBN 978–5–00047–187–6**

Учебно-методическое пособие позволяет определить содержание понятий «индустрия туризма» и «инфраструктура туризма»; знакомит с современными подходами к определению их состава и роли в удовлетворении потребностей потребителей туристских услуг; позволяет выявить факторы, условия и признаки рациональной организации обслуживания на предприятиях индустрии и инфраструктуры туризма.

Пособие предназначено для студентов магистратуры, обучающихся по направлению подготовки 100400 — Туризм.

**ББК 65.433я73**

Изд. лиц. ЛР № 020742. Подписано в печать 03.12.2014

Формат 60×84/16. Бумага для множительных аппаратов

Гарнитура Times. Усл. печ. листов 8,5. Тираж 300 экз. Заказ 1578

*Отпечатано в Издательстве Нижевартовского государственного университета*

*628615, Тюменская область, г.Нижевартовск, ул.Дзержинского, 11*

*Тел./факс: (3466) 43-75-73, E-mail: izdatelstvo@nggu.ru*

**ISBN 978–5–00047–187–6**

© Шахова О.Ю., 2014

© Издательство НВГУ, 2014

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Профессиональная деятельность магистров по направлению подготовки 100400 — Туризм предполагает решение профессиональных задач, связанных не только с разработкой и реализацией туристских продуктов, проектированием и управлением туристско-рекреационными зонами и комплексами, но и с организацией комплексного туристского обслуживания в основных секторах туристской индустрии. Профессиональная деятельность магистров, таким образом, направлена на потребителей туристских продуктов, технологические процессы предоставления туристских услуг, а также на объекты, связанные с разработкой и реализацией туристского продукта (т.е. на предприятия, учреждения и организации индустрии и инфраструктуры туризма).

Компетенции, необходимые для решения профессиональных задач в указанных областях, формируются в ходе освоения основной образовательной программы магистратуры. Одно из условий ее реализации — изучение дисциплин, позволяющих студенту получить базовые и углубленные знания и навыки для успешной профессиональной деятельности. В их числе — «Правовое обеспечение деятельности в туристской индустрии», «Теория и методология рекреационной географии», «Организационное проектирование и управление проектами», «Прогнозирование и планирование туристской деятельности» и др. Дисциплина «Индустрия и инфраструктура туризма», в свою очередь, позволяет составить целостное представление о составе и функциях индустрии и инфраструктуры туризма на современном этапе их развития, о содержании и направлениях деятельности соответствующих предприятий, учреждений, организаций и требованиях к ее оптимальной организации.

Дисциплина «Индустрия и инфраструктура туризма», таким образом, направлена на формирование компетенций, необходимых для решения профессиональных задач по удовлетворению потребностей потребителей туристских услуг и туристских продуктов, предоставляемых предприятиями, учреждениями, организациями индустрии и инфраструктуры туризма; по организации комплексного обслуживания потребителей в основных секторах

индустрии и инфраструктуры туризма; по обеспечению эффективной деятельности предприятий, учреждений, организаций индустрии и инфраструктуры туризма.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать содержание понятий «индустрия туризма» и «инфраструктура туризма»; осуществляемые ими виды деятельности и их роль в удовлетворении потребностей потребителей туристских услуг и туристских продуктов; факторы и условия, определяющие требования к рациональной организации основных видов деятельности предприятий, учреждений, организаций индустрии и инфраструктуры туризма;

уметь анализировать деятельность предприятий, учреждений, организаций; определять основные направления деятельности по организации и совершенствованию обслуживания потребителей в основных секторах индустрии и инфраструктуры туризма;

владеть научными понятиями и профессиональной терминологией при анализе основных видов деятельности предприятий, учреждений, организаций индустрии и инфраструктуры туризма; умениями и навыками разработки рекомендаций, оптимизирующих их деятельность по организации комплексного туристского обслуживания потребителей.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Содержание дисциплины «Индустрия и инфраструктура туризма» имеет междисциплинарный характер, поэтому основой ее успешного изучения являются предшествующие знания, полученные студентами в результате освоения общенаучных и профессиональных дисциплин. В частности, это знания в области экономики и экономики туризма, организации туроператорской и турагентской деятельности, менеджмента и маркетинга туризма, правового и информационного обеспечения туристской деятельности, технологий предоставления отдельных видов туристских услуг.

Предлагаемое учебно-методическое пособие обеспечивает преемственность знаний, полученных при изучении предшествующих дисциплин, а также знаний, умений и навыков, формируемых при освоении других разделов основной образовательной программы магистратуры (в том числе практики, научно-исследовательской работы и др.).

Структура учебно-методического пособия обусловлена, во-первых, содержанием, объемом и характером учебного материала по дисциплине «Индустрия и инфраструктура туризма»; во-вторых, требованиями к обеспечению связи теоретического и практического обучения; в-третьих, необходимостью организации самостоятельной работы студентов в ходе освоения дисциплины.

Основная часть учебно-методического пособия включает шесть разделов: разделы 1—5 имеют теоретический характер, раздел 6 — прикладной (практико-ориентированный).

Содержание теоретических разделов направлено на последовательное изучение индустрии и инфраструктуры туризма как институтов экономики, их функций и состава; факторов, условий и признаков рациональной организации обслуживания потребителей туристских услуг и продуктов; основных направлений деятельности по оптимизации обслуживания на предприятиях индустрии и инфраструктуры туризма. Структура и содержание каждого раздела разработаны в соответствии с приемом лекционного (тематического) дозирования учебного материала. Каждая тема включает:

аннотацию, отражающую основные термины, понятия и содержание темы;

план изучения темы;

задание (задания) для самостоятельной работы студента теоретического, исследовательского, аналитического, творческого характера;

список литературы, необходимой для освоения содержания темы.

Раздел 6, включающий программу практикума на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма и методические указания по ее выполнению, позволяет обеспечить непосредственную связь теории и практики в ходе освоения дисциплины.

Выполнение заданий для самостоятельной работы и заданий практикума позволяет и предполагает осуществление активного и интерактивного обучения в рамках реализации компетентностного подхода. Процесс выполнения указанных заданий и его результаты могут быть использованы для организации активных и интерактивных форм проведения занятий: дискуссий, деловых игр, разбора конкретных ситуаций туристской деятельности и т.п., — а также встреч, семинаров, мастер-классов, к работе которых привлекаются исследователи, эксперты и специалисты-практики туристской индустрии.

Основную часть учебно-методического пособия дополняют темы докладов и рефератов, фонд тестовых заданий, словарь терминов и список литературы, включенные в соответствующие разделы.

Освоение дисциплины «Индустрия и инфраструктура туризма» предполагает, в первую очередь, последовательное изучение теории. Самостоятельную работу по каждой теме следует начинать с ознакомления с ее содержанием, изложенным в аннотации. Отбор учебного материала из приведенных в списке литературы источников и дальнейшую подготовку целесообразно осуществлять по плану изучения темы. При необходимости можно обращаться к определениям основных понятий, приведенным в словаре терминов. Для более глубокого и осознанного освоения темы рекомендуется также выполнить задание (задания) для самостоятельной работы в соответствии с изложенными методическими рекомендациями и требованиями.

Самостоятельную работу по выполнению заданий практикума на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма рекомендуется начинать с повторения теоретического материала по приведенному выше алгоритму. Задания, а также отчет по итогам практикума следует выполнять в соответствии с изложенными методическими рекомендациями и требованиями.

Качество и уровень освоения содержания дисциплины «Индустрия и инфраструктура туризма» возможно оценить посредством самоконтроля и самопроверки — для этого следует обратиться к фонду тестовых заданий.

## Раздел 1

# ИНДУСТРИЯ И ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМА КАК ИНСТИТУТЫ ЭКОНОМИКИ

### 1.1. Индустрия туризма: понятие и сущность

#### *Аннотация темы*

Традиционное содержание и соотношение понятий «промышленность» и «индустрия». Промышленность и индустрия как институты экономики. Расширение значения понятия «индустрия» и сфер его применения.

Переход туризма к индустриальной стадии (этапу) функционирования: причины и факторы. Концепт туризма как экономического феномена. Появление понятия «индустрия туризма» и правомерность его применения.

Законодательно закрепленное и альтернативные определения понятия: общее и особенное. Соотношение понятий «индустрия туризма» и «туристская индустрия».

Сущность индустрии туризма: производство продукции, назначение продукции, специфика потребителей продукции, виды осуществляемой деятельности.

Специфические свойства индустрии туризма: ресурсная ориентация в размещении туристских предприятий и организаций; сезонный характер производства; циклический характер производства, высокие требования к уровню развития социальной инфраструктуры; высокие требования к уровню развития производственной инфраструктуры и др.

#### *План изучения темы*

1. Этимология термина «индустрия туризма».
2. Определение и соотношение понятий «индустрия туризма» и «туристская индустрия».
3. Сущность индустрии туризма.
4. Специфические свойства индустрии туризма.



### *Задания для самостоятельной работы*

1. Терминологический словарь «Индустрия туризма».

Из рекомендованных в списке литературы источников выписать определения понятий «индустрия туризма»/«туристская индустрия». Каждое определение должно сопровождаться указанием автора(-ов) и источника. Словарь рекомендуется составлять по хронологическому принципу.

2. «Специфические свойства индустрии туризма».

Последовательность выполнения задания.

- 1) Используя тексты рекомендованных в списке литературы источников, составить подробный перечень специфических свойств индустрии туризма (при его составлении следует избегать дублирования).
- 2) Объяснить, чем вызвано (обусловлено) каждое свойство индустрии туризма. Например, если в качестве свойства выделена ресурсная ориентация в размещении туристских предприятий и организаций, то объяснение должно представлять собой краткий ответ (2—5 предложений) на вопрос: «Почему туристские предприятия и организации размещаются с ориентацией на ресурсы?» и т.д.

### **Литература**

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007. С. 167 (вв. 2—3).
2. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М., 2004. С. 265—266, 293 (в. 1); 83 (вв. 2—3); 84 (в. 4).
3. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М., 2003. С. 35 (в. 1); 34, 154 (вв. 2—3); 35 (в. 4).
4. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. М., 2005. С. 455 (вв. 2—3).
5. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008. С. 60—61 (в. 1); 208 (вв. 2—3); 205, 209 (в. 4).
6. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002. С. 105 (вв. 2—3).
7. Ушаков Д.С. Страноведение. М.; Ростов н/Д, 2007. С. 251 (вв. 2—3); 207 (в. 4).
8. Филиппова И.Г., Погодина В.Л., Лукьянов Е.А. География туризма. СПб., 2007. С. 30, 42 (вв. 2—3).

9. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (действующая редакция) (вв. 2—3).

10. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчевой. М., 2005. С. 164, 169 (в. 4).

## **1.2. Инфраструктура туризма: понятие и сущность**

### *Аннотация темы*

Содержание понятия «инфраструктура». Специфика и сущность инфраструктуры как института экономики: пребывание за технологическими пределами основного производства; соответствие модели инфраструктуры конкретной модели экономики; утилитарный характер деятельности; межотраслевой характер; коллективный характер потребления; капиталоемкость объектов; долговременность возмещения инвестиций и издержек.

Определения и соотношение понятий «инфраструктура туризма» и «туристская инфраструктура», правомерность их применения.

Сущность инфраструктуры туризма: пребывание за технологическими пределами основного туристского производства; утилитарный характер деятельности; назначение продукции; специфика потребителей.

Специфические свойства инфраструктуры туризма.

### *План изучения темы*

1. Инфраструктура как институт экономики.
2. Определения и соотношение понятий «инфраструктура туризма» и «туристская инфраструктура».
3. Сущность инфраструктуры туризма.
4. Специфические свойства инфраструктуры туризма.

### *Задания для самостоятельной работы*

1. Терминологический словарь «Инфраструктура туризма».

Из рекомендованных в списке литературы источников выписать определения понятий «инфраструктура туризма»/«туристская инфраструктура». Каждое определение должно сопровождаться

указанием автора(-ов) и источника. Словарь рекомендуется составлять по хронологическому принципу.

## 2. «Специфические свойства инфраструктуры туризма».

При выполнении задания следует основываться на перечне специфических свойств индустрии туризма (см.: Задание для самостоятельной работе № 2 к теме 1.1 «Индустрия туризма: понятие и сущность»). Для выполнения задания следует определить, обладает ли инфраструктура туризма теми же свойствами, что и индустрия туризма, и почему (2—5 предложений в качестве объяснения каждого свойства).

## Литература

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007. С. 181 (вв. 2—3).
2. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М., 2004. С. 86 (вв. 2—3); 84 (в. 4).
3. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. СПб., 2006. С. 174 (вв. 2—3).
4. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М.: Финансы и статистика, 2003. С. 35 (в. 4).
5. Комаров М.П. Инфраструктура регионов мира. СПб., 2000. С. 20 (в. 1); 21 (вв. 1, 3)
6. Кусков А.С. Туристское ресурсоведение. М., 2008. С. 143, 194, 200 (вв. 2—3).
7. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. 2005. С. 440 (вв. 2—3).
8. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008. С. 205, 209 (в. 4).
9. Носова С.С. Экономическая теория. М., 2007. С. 408 (в. 1); 410 (вв. 1, 3).
10. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002. С. 115 (вв. 2—3).
11. Ушаков Д.С. Страноведение. М.; Ростов н/Д, 2007. С. 207 (в. 4).
12. Федько В.П., Федько Н.Г. Инфраструктура товарного рынка. Ростов н/Д, 2000. С. 23—24, 48, 29, 92 (вв. 1, 3).
13. Филиппова И.Г., Погодина В.Л., Лукьянов Е.А. География туризма. СПб., 2007. С. 42 (вв. 2—3).
14. Чудновский А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. М., 2008. С. 58 (вв. 2—3).
15. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаяева, Е.Л.Драчевой. М., 2005. С. 164, 169 (в. 4).

### 1.3. Продукция индустрии и инфраструктуры туризма

#### *Аннотация темы*

Блага, потребляемые для удовлетворения потребностей: природные блага, духовные блага, продукты труда.

Понятие «товар»: широкий и узкий смысл. Товар как продукт труда. Свойства и особенности товара: материальность (осязаемость), отчужденность от производителя и потребителя, неодновременность производства и потребления, возможность взаимозаменяемости товаров, передача права собственности на товар, стабильность параметров, сохраняемость, возможность транспортировки.

Термин «услуга»: широкий (обыденный) и узкий (профессиональный) смысл. Услуга как продукт труда. Исполнитель и потребитель. Подходы к определению понятия: услуга как действие (деятельность), услуга как продукт деятельности (результат деятельности), услуга как сочетание действия (деятельности) и результата деятельности. Сущность услуги: связь с деятельностью исполнителя, формы воплощения этой деятельности, полезность для потребителя.

Свойства и специфические особенности услуги: нематериальность (неосязаемость), неотделимость от источника, интерактивность процесса оказания, неразрывность (неразделимость) производства и потребления, влияние взаимодействия клиентов на качество услуги, полное отсутствие или ограниченная взаимозаменяемость услуг, невозможность передачи права собственности на услугу, гетерогенность (в т.ч. непостоянство ее качества), несохраняемость, особый характер мобильности услуги (в т.ч. невозможность ее транспортировки), комплексность.

Отечественные и зарубежные классификации услуг. Основания классификации: характер услуги, характер производства услуги, характер распределения и потребления. Виды услуг по их характеру: по степени проявления свойств услуги, по форме проявления, по вкладу в удовлетворение потребности, по функциональному назначению, по характеру воздействия на потребителя (классификация К.Лавлока), по отраслевому признаку (отраслевая классификация услуг согласно Общероссийскому классификатору

услуг населению), по составу (комплексности), по отношению к ним общества. Виды услуг по характеру их производства: по степени контакта исполнителя и потребителя, по степени стандартизации, по значимости личности исполнителя. Виды услуг по характеру их распределения и потребления: по функциональной направленности, по степени регулярности предоставления, по взаимозаменяемости и связи с товарами, по степени массовости потребителя, по удаленности исполнителя и потребителя, по степени взаимного воздействия потребителей в процессе потребления услуги, по способу возмещения издержек на выполнение услуги.

Сервисный продукт: понятие, структура. Услуга и сервисный продукт: сходства и отличия.

#### *План изучения темы*

1. Товар как продукт труда. Свойства и особенности товара.
2. Услуга как продукт труда. Свойства и специфические особенности услуги.
3. Виды услуг по их характеру.
4. Виды услуг по характеру их производства.
5. Виды услуг по характеру их распределения и потребления.
6. Понятие «сервисный продукт».

#### *Задание для самостоятельной работы*

«Основания классификации услуг».

Перед выполнением задания следует уточнить значение слова «характер» (в толковых словарях русского языка). Для выполнения задания ответить на вопросы 1—3.

1. Объяснить значение (смысл) выражения «характер услуги» как основания (признака) классификации.
2. Объяснить значение (смысл) выражения «характер производства услуги» как основания (признака) классификации.
3. Объяснить значение (смысл) выражения «характер распределения и потребления услуги» как основания (признака) классификации.

## Литература

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М., 2006. § 4.4 (вв. 3, 4); 5.1 (вв. 1—2, 6).
2. Балалова Е.И., Каурова О.В. Сервисная деятельность: учет, экономический анализ и контроль. М., 2006. § 1.2 (вв. 1—2).
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007. С. 122—123, 138—140 (вв. 1—2).
4. Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг: экономика. М., 2007. Тема 4 (вв. 1—5).
5. ГОСТ Р 50646—94. Услуги населению. Термины и определения (вв. 2—3).
6. Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность. М., Ростов н/Д, 2006. С. 52—61 (вв. 1—6).
7. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М., 2003. С. 43—45 (в. 3).
8. Лойко О.Т. Сервисная деятельность. М., 2008. Пп. 2.1, 2.2, 2.7 (вв. 1—5).
9. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. М., 1996. С. 21—26, 41—46 (вв. 1—5).
10. Общероссийский классификатор услуг населению (в. 3).
11. Романович Ж.А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность. М., 2006. С. 102—105 (вв. 3—5).
12. Сервисная деятельность / Под ред. В.К.Романович. СПб., 2006. § 3 (вв. 1—5).
13. Третьякова Т.Н. Сервисная деятельность. М., 2008. П. 4.2 (вв. 1—5).
14. Шахова О.Ю. Специфика услуги как объекта распределения и потребления // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции (г.Нижевартовск, 08 февраля 2013 г.) / Отв. ред. А.В.Коричко. Нижневартовск, 2013. С. 144—146 (вв. 1—2).

### **1.4. Туристский товар, туристская услуга, туристский продукт как особые виды продукции**

#### *Аннотация темы*

Понятие «туристские потребности». Обязательные, специфические, дополнительные туристские потребности. Блага,

потребляемые для удовлетворения туристских потребностей: природные блага, духовные блага, продукты труда.

Понятие «туристский товар». Специфические и неспецифические туристские товары.

Понятие «туристская услуга». Туристские услуги по цели путешествия: целевые и инфраструктурные. Туристские услуги по роли в структуре потребления: основные, дополнительные, сопутствующие. Типичные и нетипичные туристские услуги. Возможность и условия перехода услуги в категорию туристских услуг. Особенности оказания туристских услуг.

Ассортимент туристских услуг. Ассортимент туристских услуг согласно нормативным документам (Общероссийский классификатор услуг населению, ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования, ГОСТ Р 53522-2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения).

Понятие «туристский продукт» («турпродукт»). Туристский продукт как комплекс, включающий тур, дополнительные туристско-экскурсионные услуги, товары. Тур как элемент туристского продукта; элементы тура: туристский пакет, комплекс услуг на маршруте. Дополнительные туристско-экскурсионные услуги как элемент туристского продукта. Товары как элемент туристского продукта.

### *План изучения темы*

1. Туристские потребности и средства их удовлетворения.
2. Туристский товар: понятие, виды.
3. Туристская услуга: понятие, виды.
4. Ассортимент туристских услуг.
5. Туристский продукт (турпродукт): понятие, структура.

### *Задания для самостоятельной работы*

«Туристские услуги в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре».

Последовательность выполнения задания.

1. В специализированных журналах по туризму, туристских каталогах, на сайтах туроператоров и т.п. найти туристское

предложение по территории ХМАО–Югры в форме туристского продукта или тура.

2. Привести краткое описание туристского продукта или тура, его содержания, программы; указать источник информации.

3. Определить, какие конкретные услуги включены в состав этого продукта.

4. Определить, какие конкретные услуги в составе этого продукта или тура удовлетворяют все виды потребностей туриста.

5. Определить вид каждой услуги по цели путешествия и по роли в структуре потребления.

Третья, четвертая, пятая части задания могут быть выполнены в форме таблицы или структурно-логической схемы.

«Туристские товары на рынке г. Нижневартовска».

Привести конкретные примеры товаров, представленных на рынке г. Нижневартовска, которые могут быть отнесены к туристским. Примеры должны охватывать все виды и подвиды туристских товаров, сопровождаться указанием места их возможного приобретения (например, название магазина и его адрес).

### Литература

1. Асташкина М.В., Козырева О.Н., Кусков А.С., Санинская А.А. География туризма. М., 2008. С. 97 (вв. 2—3).

2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007. С. 167, 194 (вв. 3—4).

3. ГОСТ Р 50690-2000. Туристские услуги. Общие требования (вв. 3—4).

4. ГОСТ Р 53522-2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения (вв. 3—4).

5. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. СПб., 2006. С. 20—24 (вв. 2—3).

6. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М., 2003. С. 37—38 (в. 1); 41—53 (вв. 2—3, 5).

7. Общероссийский классификатор услуг населению (группа 06 — Туристские и экскурсионные услуги, подгруппа 061000 4 — Туристские услуги) (в. 4).

8. Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002. С. 218 (в. 1).



9. Ушаков Д.С. Страноведение. М.; Ростов н/Д, 2007. С. 209—210 (вв. 1, 3).

10. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (действующая редакция) (в. 5).

11. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забасева, Е.Л.Драчевой. М., 2005. С. 167 (вв. 1—2).

## **1.5. Виды деятельности в индустрии и инфраструктуре туризма**

### *Аннотация темы*

Понятия «производственная деятельность», «производство», «производственный процесс». Субъект производственной деятельности — производитель; результат процесса производства — продукция (товары, услуги). Компоненты процесса производства: предмет труда, средства труда, труд. Структура процесса производства: основные (технологические) и вспомогательные (нетехнологические) процессы. Операция как часть основных и вспомогательных процессов: понятие, признаки, виды. Типы производства: массовое, серийное, единичное. Методы организации производства: поточно-операционный, бригадно-операционный, индивидуальный.

Понятие «сервисная деятельность». Сервисная деятельность как специфический вид деятельности. Субъект сервисной деятельности — исполнитель. Категории исполнителей, требования к исполнителю. Объекты сервисной деятельности — потребители, предметы. Потребитель как объект и субъект сервисной деятельности. Цель сервисной деятельности. Средства сервисной деятельности — услуга, сервисный продукт. Результат сервисной деятельности — блага (материальные и нематериальные).

Понятие «обслуживание». Подходы к определению понятия обслуживания: обслуживание как деятельность, обслуживание как процесс. Связь деятельности и процесса. Обслуживание и услуга: обслуживание как комплекс услуг, связанных со сбытом и эксплуатацией изделий и товаров; обслуживание как средство осуществления основной услуги. Совокупность понятий, раскрывающая сущность обслуживания: исполнитель, потребитель,

контакт (взаимодействие), услуга. Понятие «сервис», проблема соотношения понятий «обслуживание» и «сервис». Связь сервисной деятельности и обслуживания.

Понятие «туристская деятельность». Понятия «туроператорская деятельность», «турагентская деятельность». Связь туристской и сервисной деятельности. Связь туристской и производственной деятельности.

Соотношение производственной, сервисной и туристской деятельности в индустрии туризма. Соотношение и специфика производственной, сервисной и туристской деятельности в инфраструктуре туризма.

### *План изучения темы*

1. Производственная деятельность в индустрии и инфраструктуре туризма.
2. Сервисная деятельность в индустрии и инфраструктуре туризма.
3. Связь сервисной деятельности и обслуживания.
4. Туристская деятельность в индустрии и инфраструктуре туризма.
5. Соотношение видов деятельности в индустрии и инфраструктуре туризма.

### **Литература**

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М., 2006. Введение, § 4.1, 5.1, 5.2, 8.4 (вв. 2—3).
2. Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг: экономика. М., 2007. С. 80—81 (в. 3).
3. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. М., 2006. С. 7—10, 82—86 (в. 1).
4. ГОСТ Р 50646-94. Услуги населению. Термины и определения (в. 3).
5. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М., 2004 (в. 4).
6. Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность. М., Ростов н/Д, 2006. С. 3, 16 (в. 2); 6, 53 (в. 3).
7. Лойко О.Т. Сервисная деятельность. М., 2008. С. 7 (в. 2), 42—43 (в. 3).

8. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. М., 1996. С. 41—46, 39—41 (в. 3).
9. Романович Ж.А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность. М., 2006. С. 9 (в. 2); 9, 170 (в. 3).
10. Садохин А.П. Сервисология: человек и его потребности. М., 2009. С. 72, 74 (в. 2); 71—72, 74 (в. 3).
11. Сервисная деятельность / Под ред. В.К.Романович. СПб., 2006. С. 75 (в. 2); 9—10, 75, 85—86 (в. 3).
12. Третьякова Т.Н. Сервисная деятельность. М., 2008. С. 295 (вв. 2—3).
13. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002 (вв. 2, 3, 4).
14. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (действующая редакция) (в. 4).

## **1.6. Производители продукции в индустрии и инфраструктуре туризма**

### *Аннотация темы*

Понятие «предприятие». Предприятие как хозяйственная единица и основное звено любой отрасли народного хозяйства. Производственно-техническое, организационное, социально-экономическое единство предприятия. Юридическая, хозяйственная, отраслевая основы предприятия. Виды предприятий в соответствии с общими классификационными признаками: по форме собственности, по наличию (отсутствию) прав юридического лица, по виду юридического лица (по организационно-правовой форме), по уровню специализации, по мощности, по форме организации, по типу производства. Виды предприятий в соответствии с производимой продукцией: промышленные предприятия и предприятия сферы услуг. Виды предприятий по отраслям и видам производства. Роль предприятий в индустрии и инфраструктуре туризма.

Понятие «организация». Роль организаций в индустрии и инфраструктуре туризма.

Понятие «учреждение». Роль учреждений в индустрии и инфраструктуре туризма.

Предприятия и организации, производящие продукцию (товары, услуги, продукты) для туристов. Организаторы туризма

и поставщики услуг. Поставщики услуг: первичные, вторичные, третичные предприятия.

### *План изучения темы*

1. Предприятие как хозяйственная единица индустрии и инфраструктуры туризма.
2. Организация как единица индустрии и инфраструктуры туризма.
3. Учреждение как единица индустрии и инфраструктуры туризма.
4. Виды предприятий и организаций, производящих продукцию для туристов, по характеру удовлетворения туристских потребностей.

### *Задание для самостоятельной работы*

«Туристский продукт как продукт труда организаторов туризма и поставщиков услуг в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре».

Последовательность выполнения задания.

1. В специализированных журналах по туризму, туристских каталогах, на сайтах туроператоров и т.п. найти туристское предложение по территории ХМАО–Югры в форме туристского продукта или тура.
2. Привести краткое описание туристского продукта или тура, его содержания, программы; указать источник информации.
3. Определить, какие конкретные услуги включены в состав этого продукта.
4. Определить, какие предприятия и организации (организаторы туризма или поставщики услуг; поставщик: первичное, вторичное или третичное предприятие) предоставляют каждую конкретную услугу, включенную в данный продукт или тур.

Третья и четвертая части задания могут быть выполнены в форме таблицы или структурно-логической схемы.

Задание может быть выполнено на примере туристского продукта или тура, описанного при выполнении задания для самостоятельной работы № 1 к теме 1.4 «Туристский товар, туристская услуга, туристский продукт как особые виды продукции».

## Литература

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007. С. 95, 167—194 (в. 4).
2. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. М., 2010. С. 36—38 (в. 1).
3. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. М., 2006. С. 38—43, 57—64 (в. 1).
4. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. СПб., 2006. С. 21—22 (в. 4).
5. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008. С. 269—270 (в. 4); 271—275 (в. 1).
6. Ушаков Д.С. Страноведение. М.; Ростов н/Д, 2007. С. 210—211 (в. 4).
7. Филиппова И.Г., Погодина В.Л., Лукьянов Е.А. География туризма. СПб., 2007. С. 32—33 (в. 4).
8. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчевой. М., 2005. С. 165, 169—175, 257 (в. 4).

### **1.7. Место индустрии и инфраструктуры туризма в системе хозяйства и их соотношение**

#### *Аннотация темы*

Представления о хозяйстве как системе: укрупненные категории отраслей хозяйства. Концепт туризма как экономического феномена и место туризма в системе хозяйства. Виды деятельности в туризме (на примере Стандартной Международной Классификации видов деятельности в туризме (СИКТА)) и дискуссионность вопроса о его статусе: туризм как отрасль хозяйства; туризм как межотраслевой комплекс.

Понятия «производственная инфраструктура», «социальная инфраструктура». Концепт туризма как экономического феномена и его влияние на содержание понятия «инфраструктура туризма». Концепт туризма как формы организации отдыха и проведения досуга и его место в системе хозяйства. Концепт туризма как формы организации отдыха и проведения досуга и его влияние на содержание понятия «инфраструктура туризма».

Проблема определения границ между индустрией и инфраструктурой туризма. Основные подходы к решению проблемы разделения индустрии и инфраструктуры туризма: утилитарность продукции инфраструктуры как основание для разделения индустрии и инфраструктуры туризма; контингент потребителей продукции как основание для разделения индустрии и инфраструктуры туризма; виды оказываемых услуг (по отраслевому признаку, по вкладу в удовлетворение потребности) как основание для разделения индустрии и инфраструктуры туризма.

Дискуссионность вопроса о соотношении производства и инфраструктуры как укрупненных отраслей хозяйства: инфраструктура как фундамент для развития всех отраслей, инфраструктура как самостоятельная сфера (отрасль) экономики, инфраструктура как вспомогательный (обслуживающий) объект. Дискуссионность вопроса о соотношении индустрии и инфраструктуры туризма.

#### *План изучения темы*

1. Концепт туризма как экономического феномена и его место в системе хозяйства.
2. Концепт туризма как формы организации отдыха и проведения досуга и его место в системе хозяйства.
3. Место туризма в системе хозяйства и содержание понятия «инфраструктура туризма».
4. Основные подходы к решению проблемы разделения индустрии и инфраструктуры туризма.
5. Проблема соотношения индустрии и инфраструктуры туризма.

#### *Задания для самостоятельной работы*

«Основные концепты туризма и содержание понятия “инфраструктура туризма”».

Основа для выполнения задания — выводы по вопросу № 3 (план изучения темы) и терминологический словарь «Инфраструктура туризма», составленный при выполнении задания для самостоятельной работы № 1 по теме 1.2 «Инфраструктура туризма: понятие и сущность».

Последовательность выполнения задания.

1. На основе выводов по вопросу № 3 сформулировать основание (признак) для разделения определений понятия «инфраструктура туризма» на 2 группы.

2. Кратко (1—2 предложения) пояснить сущность каждой из двух групп определений (т.е. отразить специфику определений, которые будут включены в каждую группу).

3. Разделить определения понятия «инфраструктура туризма» на 2 группы по выделенному основанию. Для этого следует использовать терминологический словарь «Инфраструктура туризма» и маркировать каждое определение (например, пометками «I группа», «II группа» или римскими цифрами I и II).

4. Сделать вывод о содержании определений понятия «инфраструктура туризма».

Структурно-логическая схема «Проблема соотношения индустрии и инфраструктуры туризма».

Схема составляется на основе содержания рекомендованных в списке литературы источников. Каждый выделенный вариант соотношения должен сопровождаться указанием автора. При выполнении задания следует учитывать, что указания на соотношение индустрии и инфраструктуры туризма в рекомендованных источниках могут быть как прямые (например, посредством использования терминов «индустрия туризма», «инфраструктура туризма»), так и косвенные (например, посредством перечисления структурных компонентов, элементов и т.п.).

### Литература

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. М., 2002. С. 220—224 (в. 1).

2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007. С. 167—194 (в. 5).

3. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М., 2004. С. 265—266 (вв. 1—3), 83—84 (в. 5).

4. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. СПб., 2006. С. 101—102 (в. 1), 21—22 (в. 4), 174 (в. 5).

5. Комаров М.П. Инфраструктура регионов мира. СПб., 2000. С. 21—24, 28—29 (вв. 2—3).

6. Кусков А.С. Туристское ресурсоведение. М., 2008. С. 143—144 (в. 4); 143, 200 (в. 5).
7. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008. С. 60—61 (вв. 1—3).
8. Овчаров А.О. Туристический комплекс России: тенденции, риски, перспективы. М., 2012. С. 6—12 (вв. 1, 5).
9. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. М., 2008. С. 192 (вв. 2—3).
10. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002. С. 115 (в. 5).
11. Ушаков Д.С. Страноведение. М.; Ростов н/Д, 2007. С. 208—209 (в. 1).
12. Федько В.П., Федько Н.Г. Инфраструктура товарного рынка. Ростов н/Д, 2000. С. 62—63 (в. 1); 44—45 (вв. 2—3); 23—24 (в. 4); 42, 62—63, 89 (в. 5).
13. Филиппова И.Г., Погодина В.Л., Лукьянов Е.А. География туризма. СПб., 2007. С. 42 (в. 5).
14. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчевой. М., 2005. С. 165 (в. 4).

## **1.8. Типы и виды индустрии и инфраструктуры туризма**

### *Аннотация темы*

Виды индустрии и инфраструктуры туризма по общим признакам. Уровни хозяйственной деятельности и виды индустрии и инфраструктуры туризма: мировая (международная), национальная, региональная, местная. Уровни хозяйственной деятельности и виды индустрии и инфраструктуры туризма: общее и особенное. Среды пространства и виды индустрии и инфраструктуры туризма: сухопутная, морская и речная, космическая и воздушная.

Виды инфраструктуры туризма по специфическим признакам. Фактор времени (по сравнению с получением туристского продукта) и виды инфраструктуры: опережающая, синхронная, запаздывающая.

Характеристики национальной индустрии туризма и типология национальных индустрий туризма. Первый, второй, третий типы национальных индустрий туризма: факторы их исторического развития и общие характеристики.



### *План изучения темы*

1. Виды индустрии и инфраструктуры туризма по общим признакам.
2. Виды инфраструктуры туризма по специфическим признакам.
3. Типы национальных индустрий туризма.

### *Задание для самостоятельной работы*

«Туристский продукт и виды индустрии и инфраструктуры туризма в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре».

Последовательность выполнения задания.

1. В специализированных журналах по туризму, туристских каталогах, на сайтах туроператоров и т.п. найти туристское предложение по территории ХМАО–Югры в форме туристского продукта или тура.

2. Привести краткое описание туристского продукта или тура, его содержания, программы; указать источник информации.

3. Определить, какие конкретные услуги включены в состав данного продукта.

4. Определить, результатом деятельности каких видов индустрии и инфраструктуры туризма является каждая услуга.

Третья и четвертая части задания могут быть выполнены в форме таблицы или структурно-логической схемы.

Задание может быть выполнено на примере туристского продукта или тура, описанного при выполнении задания для самостоятельной работы № 1 к теме 1.4 «Туристский товар, туристская услуга, туристский продукт как особые виды продукции» или при выполнении задания для самостоятельной работы № 1 к теме 1.6 «Производители продукции в индустрии и инфраструктуре туризма».

### **Литература**

1. Вводный курс по экономической теории / Под общ. ред. Г.П.Журавлевой. М., 1999. С. 7—8 (в. 1).
2. Комаров М.П. Инфраструктура регионов мира. СПб., 2000. С. 21—22, 42—60 (вв. 1—2).
3. Носова С.С. Экономическая теория. М., 2007. С. 33—34, 408—409 (в. 1).

4. Ушаков Д.С. Страноведение. М.; Ростов н/Д, 2007. С. 213—222 (в. 3).
5. Чудновский А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. М., 2008. С. 59 (вв. 1—2).

## **1.9. Функции индустрии и инфраструктуры туризма**

### *Аннотация темы*

Функции промышленности/индустрии как института экономики: комплексно-районообразующая, реализующая, трудоустраивающая, обеспечивающе-снабжающая. Возможность и правомерность наделения индустрии туризма функциями промышленности/индустрии в целом. Функции промышленности/индустрии и функции индустрии туризма: общее и особенное.

Функции инфраструктуры как института экономики: обеспечивающая, интеграционная. Возможность и правомерность наделения инфраструктуры туризма функциями инфраструктуры в целом. Функции инфраструктуры и функции инфраструктуры туризма: общее и особенное.

Индустрия и инфраструктура туризма и туристское производство. Индустрия и инфраструктура туризма и туристские ресурсы. Индустрия и инфраструктура туризма и туристский бизнес. Индустрия и инфраструктура туризма и функции туризма.

### *План изучения темы*

1. Функции индустрии туризма.
2. Функции инфраструктуры туризма.
3. Значение и роль индустрии и инфраструктуры туризма в туризме.

### *Задание для самостоятельной работы*

«Функции индустрии туризма».

Последовательность выполнения задания.

1. Используя тексты рекомендованных в списке литературы источников и структурно-логическую схему «Функции промышленности/индустрии как института экономики», составить подробный перечень функций индустрии туризма. При этом следует

избегать дублирования, в случае несовпадения терминологии можно указать альтернативные названия как синонимичные и привести их в скобках.

2. Объяснить сущность каждой функции (1—4 предложения).

При выполнении задания следует четко разделить функции индустрии туризма и функции туризма (соответственно, не включать функции туризма в перечень и не давать им пояснений).

### Литература

1. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М., 2004. С. 85, 266, 269 (в. 3).
2. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М., 2003. С. 35 (в. 1).
3. Комаров М.П. Инфраструктура регионов мира. СПб., 2000. С. 21 (в. 2).
4. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008. С. 208 (вв. 1, 3); 14—15, 18—28, 67 (в. 3).
5. Кусков А.С. Туристское ресурсоведение. М., 2008. С. 27, 140—145 (вв. 1—3).
6. Мироненко Н.С. Страноведение: Теория и методы. М., 2001. С. 199 (в. 3).
7. Носова С.С. Экономическая теория. М., 2007. С. 409, 412 (в. 3).
8. Ушаков Д.С. Страноведение. М.; Ростов н/Д, 2007. С. 209, 212, 223 (в. 1); 7—25 (в. 3).
9. Федько В.П., Федько Н.Г. Инфраструктура товарного рынка. Ростов н/Д, 2000. С. 20, 41 (в. 2); 29, 54, 79 (в. 3).
10. Филиппова И.Г., Погодина В.Л., Лукьянов Е.А. География туризма. СПб., 2007. С. 84—85 (в. 3).
11. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчевой. М., 2005. С. 377—387 (в. 3).

## Раздел 2

# СОСТАВ ИНДУСТРИИ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА

### 2.1. Подходы к определению состава индустрии и инфраструктуры туризма

#### *Аннотация темы*

Структура экономики как основа иерархии элементов (компонентов) индустрии и инфраструктуры туризма: вид производства, отрасль, укрупненная отрасль, отрасль народного хозяйства. Построение иерархии элементов (компонентов) индустрии и инфраструктуры туризма: проблема терминологии, проблема оснований выделения элементов (компонентов). Проблема определения границ между индустрией и инфраструктурой туризма и подходы к определению их состава. Проблема соотношения индустрии и инфраструктуры туризма и подходы к определению их состава. Целевая направленность в деятельности индустрии и инфраструктуры туризма: турист и/или туризм; целевая направленность в деятельности индустрии и инфраструктуры туризма и подходы к определению их состава.

Подходы к выделению основного элемента (компонента) индустрии и инфраструктуры туризма: объекты как основной элемент (компонент) индустрии и инфраструктуры туризма, субъекты хозяйственной деятельности (предприниматели, предприятия и организации) как основной элемент (компонент) индустрии и инфраструктуры туризма.

Подходы к выделению отраслей или их аналогов (типов предприятий, видов индустрии и т.п.) в составе индустрии туризма. Основания (признаки) выделения отраслей в составе индустрии туризма: виды (сферы) осуществляемой деятельности, виды активности, виды оказываемых услуг, функциональная ориентация и др.

Подходы к выделению укрупненных отраслей или их аналогов (сегментов, секторов, видов индустрии и т.п.) в составе индустрии туризма. Основания (признаки) выделения укрупненных отраслей (или их аналогов) в индустрии туризма: виды (сферы)

осуществляемой деятельности, виды оказываемых услуг, функциональная ориентация и др.

Отечественные и зарубежные подходы к выделению укрупненных отраслей в составе инфраструктуры: материальная (производственная), социальная (социально-бытовая), институциональная, персональная, экологическая инфраструктура. Инфраструктура рыночной формы хозяйства: сущность, состав (понятия «рыночная инфраструктура», «инфраструктура рынка»), основные задачи, функции, роль. Отрасли инфраструктуры в составе укрупненных отраслей. Состав инфраструктуры как института экономики и состав инфраструктуры туризма: общее и особенное.

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: состав индустрии туризма; состав инфраструктуры туризма.

#### *План изучения темы*

1. Теоретические основы определения состава индустрии и инфраструктуры туризма.

2. Подходы к выделению основного элемента (компонента) индустрии и инфраструктуры туризма.

3. Подходы к выделению отраслей и укрупненных отраслей или их аналогов (типов предприятий, видов индустрии и т.п.) в составе индустрии туризма.

4. Подходы к выделению отраслей и укрупненных отраслей или их аналогов (типов предприятий, видов индустрии и т.п.) в составе инфраструктуры туризма.

5. Подход к составу индустрии и инфраструктуры туризма в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

#### *Задания для самостоятельной работы*

Структурно-логическая схема «Состав индустрии туризма».

Основа для выполнения задания — выводы по вопросу № 3 (план изучения темы) и состав индустрии туризма согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Для составления структурно-логической схемы необходимо объединить объекты индустрии туризма,

выделенные в Федеральном законе, в отрасли и укрупненные отрасли (или их аналоги), отраженные в источниках, рекомендованных в списке литературы.

Анализ подхода к составу индустрии туризма.

Последовательность выполнения задания.

1. Ознакомиться с подходом к составу индустрии туризма, отраженным в одном из следующих источников (на выбор):

• Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007. С. 96, 167—194.

• Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М., 2004. С. 83—84.

• Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М., 2003. С. 35, 154—176.

• Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008. С. 212—266.

• Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002. С. 104—106.

2. Воспроизвести состав индустрии туризма, отраженный в выбранном источнике. Состав индустрии туризма может быть воспроизведен в форме развернутой структурно-логической схемы, нумерованного списка, таблицы.

3. Проанализировать данный подход к составу индустрии туризма.

Анализ должен быть логичным, последовательным; его содержание должно определяться содержанием темы 2.1 «Подходы к определению состава индустрии и инфраструктуры туризма», отразить достоинства и недостатки анализируемого подхода, его соответствие Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

### Литература

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007. С. 96, 167—194 (вв. 1, 3).

2. Вводный курс по экономической теории / Под общ. ред. Г.П.Журавлевой. М., 1999. С. 49 (в. 4).

3. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. М., 2007. С. 11—15 (в. 3).

4. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М., 2004. С. 83—84 (в. 1), 83—84 (вв. 3—4).
5. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. СПб., 2006. С. 21—22, 174 (в. 1).
6. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М., 2003. С. 35, 154—176 (в. 3).
7. Комаров М.П. Инфраструктура регионов мира. СПб., 2000. С. 21—33 (в. 4).
8. Кусков А.С. Туристское ресурсоведение. М., 2008. С. 143—144, 143, 200 (в. 1).
9. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. М., 2005. С. 150—155 (в. 3).
10. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008. С. 201—266, 269—270 (в. 3).
11. Овчаров А.О. Туристический комплекс России: тенденции, риски, перспективы. М., 2012. С. 6—12 (в. 1).
12. Региональная экономика и управление / Под ред. Е.Г.Коваленко. СПб., 2005. С. 64—65 (в. 4).
13. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. М., 2008. С. 192 (в. 4).
14. Селезнев А.З. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России. М., 1999. С. 146, 156—162 (в. 4).
15. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002. С. 115 (в. 1); 104—106 (в. 3).
16. Ушаков Д.С. Страноведение. М.; Ростов н/Д, 2007. С. 207, 210—211 (в. 3).
17. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (действующая редакция) (в. 5).
18. Фedyко В.П., Федько Н.Г. Инфраструктура товарного рынка. Ростов н/Д, 2000. С. 14—16, 23—24, 36, 42, 62—63, 89 (в. 1); 30—33, 44—47 (в. 4).
19. Филиппова И.Г., Погодина В.Л., Лукьянов Е.А. География туризма. СПб., 2007. С. 42 (в. 1); 30—33 (в. 3).
20. Шапкин И.Н., Блинов А.О., Кестер Я.М. Управление региональным хозяйством. М., 2005. С. 215—222 (в. 4).
21. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчевой. М., 2005. С. 165 (в. 1); 164, 169, 171, 175, 196, 202, 221, 251 (в. 3).

## 2.2. Организаторы туризма

### *Аннотация темы*

Каналы сбыта (распределения) туристских услуг: понятие, типы. Прямые каналы сбыта: сущность, преимущества, недостатки. Косвенные каналы сбыта: сущность, преимущества, недостатки. Туроператор как посредник между производителем и потребителем туристских услуг. Турагент как посредник между производителем и потребителем туристских услуг. Роль туроператоров и турагентов как посредников.

Понятие «туроператор». Договор между туроператором и поставщиками услуг — основа их сотрудничества; требования к содержанию договора. Ассортимент услуг туроператора. Направления деятельности и функции туроператора. Понятие «сфера туроператорской деятельности»; виды туроператоров по сфере туроператорской деятельности: по организации международного туризма, по организации внутреннего туризма, по организации международного и внутреннего туризма. Виды туроператоров по видам туроперейтинга: отправляющий / инициативный / аутгоинговый, принимающий / рецептивный / инкаминговый, инсайдинговый. Профиль работы туроператора: понятие, виды; виды туроператоров по профилю работы: монопрофильные, многопрофильные. Вид деятельности туроператора; виды туроператоров по виду деятельности: специализированные, массового рынка. Истинные туроператоры и туроператоры-посредники.

Понятие «турагент». Договор между туроператором и турагентом (агентское соглашение); требования к содержанию. Рисковые и безрисковые формы сотрудничества туроператора и турагента; виды турагентов по формам сотрудничества; понятие «турброкер». Доход турагента; свободный и несвободный турагент. Ассортимент услуг турагента. Направления деятельности и функции турагента. Виды турагентов по функциям: агенты-имитаторы, агенты-новаторы, агенты-разработчики. Зависимость турагента от туроператора; виды турагентов по степени зависимости от туроператора: независимые, частично зависимые, уполномоченные, ритейлинговые. Виды турагентов по полномочиям, предоставляемым туроператором, и ответственности перед



покупателем: агент по продаже, агент-посредник, фирма-тур-организатор.

Связь туроператоров и турагентов как организаторов туризма. Выгоды туроператоров от сотрудничества с турагентами. Выгоды турагентов от сотрудничества с туроператорами.

### *План изучения темы*

1. Туроператоры и турагенты как посредники между производителем и потребителем туристских услуг.
2. Туроператор как организатор туризма.
3. Турагент как организатор туризма.
4. Сотрудничество туроператоров и турагентов.

### *Задание для самостоятельной работы*

«Туры по территории Ханты-Мансийского автономного округа — Югры как профиль работы туроператора».

Последовательность выполнения задания.

1. Используя тексты рекомендованных в списке литературы источников, составьте развернутую структурно-логическую схему «Профиль работы туроператора».

2. На основе составленной схемы опишите туры по территории ХМАО–Югры, предлагаемые каким-либо туроператором (например, «Спутник–Россия»), как профиль его работы.

### **Литература**

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. М., 2002. С. 275—278, 281, 284, 289 (в. 1); 284—287 (в. 2); 277—279 (в. 3); 287—288 (в. 4).
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007. С. 168—169 (в. 1); 169—170 (в. 2); 170—171 (в. 3).
3. ГОСТ Р 50690—2000. Туристские услуги. Общие требования (вв. 1—3).
4. ГОСТ Р 53522-2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения (вв. 2—3).
5. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008. С. 269—270 (в. 1); 276—291, 300—301 (в. 2); 301—306, 308 (в. 3); 307—313 (в. 4).
6. Организация туризма / Под общ. ред. А.П.Дуровича. Минск, 2006. С. 78—80 (в. 1); 80—84 (в. 2); 81—82, 84—87 (в. 3); 87—88 (в. 4).

7. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма. Ростов н/Д, 2010. С. 4—11, 15—19 (в. 2); 152—158 (в. 3); 152 (в. 4).

8. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (действующая редакция) (вв. 1—3).

9. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчевой. М., 2005. С. 169—171, 257 (в. 1), 259—260 (в. 2), 171, 260—263 (в. 3), 262—263 (в. 4).

### **2.3. Сектор транспорта в индустрии и инфраструктуре туризма**

#### *Аннотация темы*

Категории транспорта: транспорт общего пользования, транспорт необщего пользования, личный (индивидуальный) транспорт. Транспорт как отрасль хозяйства: грузовой транспорт (сфера материального производства), пассажирский транспорт (сфера нематериального производства). Виды транспорта по принадлежности к средам пространства: наземный, водный, воздушный; отрасли транспорта. Транспортные средства. Перевозчики и пользователи услугами транспорта. Наличие, уровень развития, состояние транспорта как отрасли хозяйства: значение для туризма. Значение личного транспорта для туризма.

Общественный транспорт — подкатегория транспорта общего пользования. Признаки общественного транспорта. Городской, пригородный, междугородный, международный общественный транспорт. Виды и отрасли общественного транспорта. Городской и пригородный общественный транспорт: типы, виды и отрасли. Наличие, уровень развития, состояние общественного транспорта: значение для туризма. Статус общественного транспорта в системе туризма.

Перевозка как туристская услуга. Виды транспорта и транспортных средств, применяемых для целей туризма. Понятие «перевозчик» в туризме; критерий включения организаций-перевозчиков в состав индустрии туризма; организации-перевозчики в туризме. Основные виды транспортных перевозок в туризме, осуществляемых перевозчиками: туристские перевозки, входящие

в турпакет; трансфер; транспортное обслуживание программных мероприятий.

Способы и формы использования транспортных средств в туризме.

Инфраструктура транспорта: пути сообщения; технические устройства и сооружения на путях сообщения; комплексы зданий и сооружений для обслуживания перевозок. Наличие, уровень развития, состояние инфраструктуры транспорта: значение для туризма.

#### *План изучения темы*

1. Транспорт как отрасль хозяйства и личный транспорт: общая характеристика и значение для туризма.
2. Общественный транспорт: общая характеристика, значение для туризма и статус в системе туризма.
3. Сектор транспорта в индустрии туризма.
4. Способы и формы использования транспортных средств в туризме.
5. Инфраструктура транспорта: общая характеристика и значение для туризма.

#### *Задания для самостоятельной работы*

«Транспортные средства в туризме».

В специализированных источниках по туризму или в СМИ найти описание какого-либо конкретного транспортного средства, которое может быть использовано только в туристских целях. Привести описание в кратком виде, указать источник информации.

«Нестандартное использование транспортных средств в туристских целях: опыт туристской деятельности и потенциал Ханты-Мансийского автономного округа — Югры».

Последовательность выполнения задания.

1. Объяснить, что, на Ваш взгляд, означает «стандартное использование транспортных средств в туристских целях» и «нестандартное использование транспортных средств в туристских целях»; указать признак, по которому можно разграничить

стандартное и нестандартное использование транспортных средств в туристских целях.

2. В специализированных источниках по туризму или в СМИ подобрать конкретный пример использования транспортного средства в туристских целях, который, на Ваш взгляд, можно отнести к нестандартному. Привести краткое описание, указать источник информации.

3. Оценить потенциал ХМАО–Югры с точки зрения возможности нестандартного использования транспортных средств в туристских целях при организации туров по территории ХМАО–Югры.

### Литература

1. Асташкина М.В., Козырева О.Н., Кусков А.С., Санинская А.А. География туризма. М., 2008. С. 109—111 (вв. 3—4).
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007. С. 172—173 (в. 3).
3. ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг (в. 3).
4. ГОСТ Р 53522-2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения (в. 3).
5. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М., 2004. С. 149—151 (вв. 1, 3), 251 (в. 3).
6. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. СПб., 2006. С. 67—77 (в. 3).
7. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М., 2003. С. 156—165 (в. 3).
8. Комаров М.П. Инфраструктура регионов мира. СПб., 2000. С. 25, 29 (в. 1).
9. Кусков А.С. Туристское ресурсоведение. М., 2008. С. 145—154 (вв. 3, 5).
10. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008. С. 212—225 (в. 3).
11. Организация туризма / Под общ. ред. А.П.Дуровича. Минск, 2006. С. 241—268 (вв. 1, 3—5).
12. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002. С. 285, 209 (вв. 1, 3).
13. Чудновский А.Д. и др. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. М., 2008. С. 101—141 (вв. 1, 3—5).

14. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчевой. М., 2005. С. 222—225 (в. 3).

## 2.4. Сектор размещения в индустрии туризма

### *Аннотация темы*

Понятия «размещение», «средство размещения», «средство размещения в туризме». Статус сектора размещения в системе туризма.

Классификация средств размещения ВТО: коллективные средства размещения (гостиницы и аналогичные средства размещения; специализированные), прочие коллективные заведения (жилища, предназначенные для отдыха; площадки для кемпинга; прочие), индивидуальные средства размещения (собственные жилища; арендуемые комнаты в семейных домах; жилища, арендуемые у частных лиц или агентств; размещение у родственников или знакомых); прочее размещение на индивидуальной основе. Классификация средств размещения в Российской Федерации (ГОСТ Р 51185-2008 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования): коллективные средства размещения; индивидуальные средства размещения. Традиционные и нетрадиционные средства размещения.

Гостиница (отель) как традиционное средство размещения в туризме. Виды гостиниц (отелей) по уровню услуг, по разрядам (категориям), по расположению на территории, по емкости номерного фонда, по уровню цен, по продолжительности пребывания клиентов, по продолжительности функционирования, по целевому рынку, по цели путешествия и др.

Понятие «гостиничная цепь». Виды гостиничных цепей: интегрированные цепи, гостиничный консорциум. Категории гостиничных цепей (МГА): корпоративные цепи, цепи независимых предприятий, цепи по оказанию управленческих услуг. Значение гостиничных цепей в туризме.

### *План изучения темы*

1. Сектор размещения: основные понятия, статус в системе туризма.
2. Классификации средств размещения.
3. Гостиница (отель): понятие, признаки, виды.
4. Гостиничные цепи: понятие, виды и категории, значение.

### *Задание для самостоятельной работы*

«Традиционные и нетрадиционные средства размещения туристов в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре».

Последовательность выполнения задания.

1. Ознакомиться с туристским предложением по территории ХМАО–Югры в форме туристских продуктов или туров (например, на ресурсе [www.vizitugra.ru](http://www.vizitugra.ru)).

2. Выписать конкретные средства размещения, которые можно отнести к традиционным; по возможности привести их краткие описания (не исключается использование других ресурсов), указать название каждого тура. Далее следует обосновать выбор традиционных средств размещения в указанных турах. Обоснование представляет собой ответ на вопрос: «Почему в данных турах предлагаются традиционные средства размещения?».

3. Выписать конкретные средства размещения, которые можно отнести к нетрадиционным; по возможности привести их краткие описания (не исключается использование других ресурсов), указать название каждого тура. Далее следует обосновать выбор нетрадиционных средств размещения в указанных турах. Обоснование представляет собой ответ на вопрос: «Почему в данных турах предлагаются нетрадиционные средства размещения?».

### **Литература**

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. М., 2002. С. 237—254 (в. 2); 237—254 (в. 3).
2. Асташкина М.В., Козырева О.Н., Кусков А.С., Санинская А.А. География туризма. М., 2008. С. 101 (в. 2); 101—104 (в. 3).
3. ГОСТ Р 51185-2008. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования (вв. 1—3).

4. ГОСТ Р 53423-2009. Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения (вв. 1, 3).
5. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М., 2004. С. 248 (в. 1); 32—36, 248—250 (в. 2); 37 (в. 3); 320—324 (в. 4).
6. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. СПб., 2006. С. 80 (в. 1); 81—85 (в. 3); 104—111 (в. 4).
7. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008. С. 227—228 (в. 2); 228—231 (в. 3).
8. Организация туризма / Под общ. ред. А.П.Дуровича. Минск, 2006. С. 215 (в. 1); 215, 218—228 (в. 3).
9. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002. С. 317 (в. 4).
10. Чудновский А.Д. и др. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. М., 2008. С. 59 (в. 1); 59—61 (в. 2); 63 (в. 3).
11. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчевой. М., 2005. С. 175—176 (в. 1); 175 (в. 2).

## **2.5. Сектор питания в индустрии и инфраструктуре туризма**

### *Аннотация темы*

Понятия «общественное питание», «услуга общественного питания», «предприятие общественного питания». Виды услуг общественного питания (ГОСТ Р 50764-2009 Услуги общественного питания. Общие требования). Понятие «тип предприятия общественного питания»; типы предприятий общественного питания (ГОСТ Р 50762-2007 Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания). Предприятия общественного питания по характеру их деятельности (ГОСТ Р 50762-2007 Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания). Статус общественного питания в системе туризма.

Питание как туристская услуга. Критерий включения предприятий общественного питания в состав индустрии туризма. Виды туристских предприятий питания по месту расположения.

Варианты организации питания в составе услуги размещения: без питания, гарни, полупансион, полный пансион, все включено, ультра все включено, экстра все включено. Планы питания

в составе услуги размещения: американский, модифицированный американский, континентальный («Постель и завтрак»), европейский, бермудский. Варианты замены при организации питания в составе услуги размещения: «сухой паек» (пикник), «холодный ужин», перенос обеда или ужина на другой день.

### *План изучения темы*

1. Общественное питание: услуги, предприятия, статус в системе туризма.
2. Сектор питания в индустрии туризма.
3. Варианты организации и планы питания в составе услуги размещения.

### *Задание для самостоятельной работы*

«Услуга питания как целевая туристская услуга в составе туристского продукта: опыт туристской деятельности и потенциал Ханты-Мансийского автономного округа — Югры».

Последовательность выполнения задания.

1. В специализированных источниках по туризму или в СМИ найти описание туристского предложения в форме конкретного туристского продукта или тура, в котором услуга питания является одной из целевых по цели путешествия и удовлетворяет туристскую потребность из группы специфических.
2. Привести описание подобранного туристского продукта или тура в кратком виде, обосновать его соответствие требованиям п. 1, указать источник информации.
3. Оценить потенциал ХМАО–Югры с точки зрения возможности организации подобных туров по территории ХМАО–Югры.

### **Литература**

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. М., 2002. С. 260, 262 (вв. 2—3).
2. Асташкина М.В., Козырева О.Н., Кусков А.С., Санинская А.А. География туризма. М., 2008. С. 105 (в. 2); 105—107 (в. 3).
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007. С. 176 (в. 2); 176—177 (в. 3).



4. ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг (в. 2).
5. ГОСТ Р 50762-2007. Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания (в. 1).
6. ГОСТ Р 50764-2009. Услуги общественного питания. Общие требования (в. 1).
7. ГОСТ Р 53522-2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения (в. 2).
8. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М., 2004. С. 83 (в. 2).
9. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М., 2003. С. 35 (в. 2).
10. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008. С. 243, 239 (в. 2); 243—245 (в. 3).
11. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчевой. М., 2005. С. 196, 201—202 (вв. 2—3).

## **2.6. Секторы экскурсионного и информационного обслуживания в индустрии туризма**

### *Аннотация темы*

Сопровождающие на маршруте: экскурсовод, гид, гид-переводчик, инструктор-проводник. Содержание их деятельности, обязанности, требования к знаниям и навыкам, необходимым для выполнения должностных обязанностей.

Содержание информации и обязанности сопровождающих при оказании услуги «встречи-проводы», во время трансфера. Услуги сопровождения туристов на маршруте и путевая информация.

Понятие «экскурсия». Существенные признаки экскурсии. Путевая экскурсионная информация. Два направления экскурсионной деятельности (экскурсионного обслуживания). Признаки экскурсии как туристской услуги.

Понятие «экскурсионные услуги». Номенклатура экскурсионных услуг. Исполнители экскурсионных услуг: туроператоры, автономные экскурсионные организации (фирмы, компании, бюро), соответствующие подразделения учреждений и организаций (музеев и др.).

Понятия «информационная система», «туристская информационная система». Содержание информации, информационные технологии, технические средства как компоненты туристской информационной системы. Информационно-поисковая система (ИПС) и система бронирования и продаж (СБП) туристских услуг. Потребители информации.

Понятие «туристский информационный центр (информационно-туристический центр)». Информация, предоставляемая туристским информационным центром. Потребители услуг туристского информационного центра. Содержание, основные направления деятельности, функции туристского информационного центра. Формы генерирования и предоставления информации туристским информационным центром: печатная, видео-, в сети Интернет. Виды туристских информационных центров по характеристикам функционирования и объектов. Виды туристских информационных центров по форме собственности: городские (муниципальные), частные (коммерческие), общественные организации, принадлежащие ассоциациям предприятий туризма. Виды туристских информационных центров по режиму работы: круглогодичные, сезонные.

#### *План изучения темы*

1. Сопровождающие на маршруте.
2. Информационный компонент услуги «встречи-проводы», трансфера, услуги сопровождения туристов на маршруте.
3. Экскурсия как туристская услуга.
4. Экскурсионные услуги: номенклатура, исполнители.
5. Туристская информационная система и операторы туристских информационных систем как элемент индустрии туризма.
6. Туристский информационный центр как элемент индустрии туризма.

#### *Задание для самостоятельной работы*

«Тематические экскурсии и туры в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре».

Последовательность выполнения задания.

1. Используя тексты рекомендованных в списке литературы источников (№ 4 или № 5), составить таблицу «Виды тематических экскурсий по содержанию». Таблица должна включать виды тематических экскурсий и подгруппы каждого вида. В ней также должен быть предусмотрен столбец для выполнения третьей части задания.

2. Ознакомиться с предложением по территории ХМАО–Югры в форме тематических экскурсий или туров (в каталоге конкретного туроператора, в каталоге нескольких туроператоров, на каком-либо Интернет-ресурсе (например, [www.visitugra.ru](http://www.visitugra.ru))).

3. Определить вид каждой тематической экскурсии (или тура), ее (его) принадлежность к какой-либо подгруппе. Вписать название экскурсии (тура) в соответствующую строку и столбец таблицы.

4. Сделать вывод.

### Литература

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007. С. 96 (в. 4); 189—194 (в. 6).

2. ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг (в. 4).

3. ГОСТ 53522-2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения (вв. 3—4).

4. Емельянов Б.В. Экскурсоведение. М., 2007. С. 30—32, 65—69 (в. 3).

5. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008. С. 265—266 (в. 2); 258—261 (в. 3); 256, 261—263 (в. 4).

6. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002. С. 64, 329 (в. 1); 328 (в. 3).

7. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма. Ростов н/Д, 2010. С. 117—119 (вв. 1—2).

8. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (действующая редакция) (в. 5).

9. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (действующая редакция) (в. 1).

10. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчевой. М., 2005. С. 209—212 (в. 1); 218 (в. 2).

11. [www.vneshmarket.ru/content/document\\_r\\_E54A48E1-D7D3-40E8-8840-0EAE41F8EC0C.html](http://www.vneshmarket.ru/content/document_r_E54A48E1-D7D3-40E8-8840-0EAE41F8EC0C.html) — туристические информационные центры городов России.

## **2.7. Сектор досуга и развлечений в индустрии и инфраструктуре туризма**

### *Аннотация темы*

Понятие «развлечение». Развлечения по степени активности, по степени организованности, по массовости и т.д. Понятие «туристское развлечение». Туристские развлечения по степени активности, по степени организованности, по массовости и т.д. Роль туристских развлечений в программе туристского пребывания.

Понятия «индустрия досуга», «индустрия развлечений», их соотношение. Цель индустрии развлечений. Подходы к определению состава индустрии досуга и развлечений. Предприятия, учреждения, организации досуга и развлечений. Зоны отдыха и рекреации. Статус предприятий и объектов индустрии досуга и развлечений в системе туризма; критерии их включения в состав индустрии туризма, в состав инфраструктуры туризма.

Понятие «анимация». Субъекты и объекты анимационной деятельности. Цель и значение анимации. Типологии анимации. Понятие «туристская анимация». Цель и значение туристской анимации. Типы (виды) туристской анимации.

### *План изучения темы*

1. Туристские развлечения: понятие и роль в программе туристского пребывания.
2. Сектор досуга и развлечений в составе индустрии и инфраструктуры туризма.
3. Туристская анимация: понятие и роль в программе туристского пребывания.

### *Задание для самостоятельной работы*

«Индустрия досуга и развлечений в г.Нижневартовске».

Последовательность выполнения задания.

1. Используя тексты рекомендованных в списке литературы источников, составить таблицу «Состав индустрии досуга и развлечений». Таблица должна отразить состав индустрии досуга и развлечений в наиболее полном виде. В ней также должны быть предусмотрены столбцы для выполнения третьей и четвертой частей задания.

2. Выяснить наличие/отсутствие предприятий (учреждений, организаций) и объектов индустрии досуга и развлечений в г.Нижевартовске (используя соответствующие справочники, справочно-информационные системы).

3. Вписать названия предприятий (учреждений, организаций) и объектов индустрии досуга и развлечений г.Нижевартовска в соответствующую строку и столбец таблицы. Отсутствие следует отметить знаком «←».

4. Определить статус каждого предприятия (учреждения, организации) и объекта: возможность его включения в состав индустрии туризма обозначить меткой «ИнтТ», возможность его включения в состав инфраструктуры туризма обозначить меткой «ИфтТ»; если он является только элементом социально-бытовой инфраструктуры г.Нижевартовска, следует поставить метку «С-Биф».

5. Под таблицей написать критерии (признаки), на основании которых определялся статус этих предприятий и объектов.

6. Сделать вывод.

### Литература

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. М., 2002. С. 263—275 (вв. 1—2).

2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007. С. 179 (в. 1); 251—255 (в. 2); 508—532 (в. 3).

3. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М., 2003. С. 173, 175 (в. 1); 173—176 (вв. 2—3).

4. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. М., 2005. С. 155 (в. 2).

5. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008. С. 246—247 (вв. 1—2); 250—256 (в. 3).

6. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002. С. 232 (в. 1); 104 (в. 2).

7. Чудновский А.Д. и др. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. М., 2008. С. 84 (в. 1); 83, 85—95 (в. 2).

8. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчевой. М., 2005. С. 253 (в. 2).

## **2.8. Секторы производителей туристских товаров и исполнители иных обязательных и дополнительных туристских услуг**

### *Аннотация темы*

Номенклатура специфических туристских товаров. Возможная номенклатура неспецифических туристских товаров. Промышленность, народные промыслы, ремесла как сферы производства туристских товаров. Производители туристских товаров: предприятия, артели, ремесленники и т.д. Отрасли и виды производства, производящие туристские товары. Статус производителей специфических туристских товаров в системе туризма. Статус производителей неспецифических туристских товаров в системе туризма.

Услуга проката как бытовая услуга. Ассортимент услуг проката в туризме. Исполнители услуг проката, их статус в системе туризма.

Понятие «страхование». Страхование в туризме. Добровольное и обязательное страхование в туризме. Виды страхования в туризме: личное, имущественное, гражданской ответственности и на случай вынужденной отмены поездки. Программы страхования. Понятие «страховая услуга». Исполнители страховых услуг, их статус в системе туризма.

Финансовые услуги и банковские услуги в туризме. Исполнители финансовых услуг и банковских услуг, их статус в системе туризма.

### *План изучения темы*

1. Производители туристских товаров, их статус в системе туризма.
2. Услуги проката в туризме, статус их исполнителей в системе туризма.

3. Страхование услуги в туризме, статус их исполнителей в системе туризма.

4. Финансовые услуги и банковские услуги в туризме, статус их исполнителей в системе туризма.

### *Задание для самостоятельной работы*

Таблица «Производители туристских товаров и исполнители иных туристских услуг».

Таблица должна включать четыре столбца. Последовательность выполнения задания.

1. В первом столбце таблицы перечислить товары и услуги, включенные в содержание темы. Туристские товары следует разделить на виды и подвиды.

2. Ознакомиться с содержанием источников, включенных в список литературы; выделить производителей товаров, исполнителей услуг.

3. Внести производителей товаров, исполнителей услуг во второй столбец таблицы.

4. В третьем столбце отметить статус каждого производителя и исполнителя: возможность его включения в состав индустрии туризма обозначить меткой «ИнТ», возможность его включения в состав инфраструктуры туризма обозначить меткой «ИфТ».

5. В четвертом столбце напротив каждой метки («ИнТ» или «ИфТ») написать критерий (признак), на основании которых определялся статус этих производителей и исполнителей.

### **Литература**

1. Асташкина М.В., Козырева О.Н., Кусков А.С., Санинская А.А. География туризма. М., 2008. С. 97 (в. 1).

2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007. С. 181—183 (в. 3); 185 (в. 4); 167—194 (вв. 3—4).

3. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М., 2004. С. 83—84 (в. 1); 253—255 (в. 3).

4. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. СПб., 2006. С. 24 (в. 1).

5. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М., 2003. С. 35, 52—53 (в. 1); 154—176 (в. 2).

6. Общероссийский классификатор услуг населению (группа 01 — Бытовые услуги, подгруппа 019000 7 — Услуги бань и душевых,

парикмахерских. Услуги предприятий по прокату. Ритуальные, обрядовые услуги) (в. 2).

3. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002. С. 105—106, 274 (в. 1); 271, 272 (в. 3).

4. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма. Ростов н/Д, 2010. С. 120—127 (в. 3).

5. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (действующая редакция) (в. 3).

6. Чудновский А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. М., 2008. С. 95—97 (в. 1).

7. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчевой. М., 2005. С. 167 (в. 1).

## **2.9. Иные виды производственной и социально-бытовой инфраструктуры туризма**

### *Аннотация темы*

Понятие «производственная инфраструктура». Виды (инфраструктура общего назначения и специализированная) и отрасли производственной инфраструктуры, функции производственной инфраструктуры. Необходимость производственной инфраструктуры в туризме. Производственная инфраструктура и производственная инфраструктура в туризме: общее и особенное.

Понятие «социально-бытовая инфраструктура». Отрасли социально-бытовой инфраструктуры, функции социально-бытовой инфраструктуры. Роль и значение отраслей социально-бытовой инфраструктуры для туризма.

Образование как отрасль социально-бытовой инфраструктуры. Структура кадров сферы туризма: профессионально-квалификационные группы, основания их выделения. Подготовка кадров для сферы туризма: среднее профессиональное образование, высшее профессиональное образование, послевузовское профессиональное образование. Переподготовка кадров для сферы туризма. Учреждения, осуществляющие подготовку и переподготовку кадров для сферы туризма как элемент инфраструктуры туризма.

Наука: фундаментальные и прикладные исследования туризма. Научные, научно-технические организации, вузы — учреждения,



ведущие фундаментальные и прикладные научные исследования в сфере туризма. Учреждения, ведущие фундаментальные и прикладные научные исследования в сфере туризма, как элемент инфраструктуры туризма.

#### *План изучения темы*

1. Производственная инфраструктура в туризме.
2. Социально-бытовая инфраструктура, ее роль и значение для туризма.
3. Учреждения, осуществляющие подготовку и переподготовку кадров для сферы туризма, как элемент инфраструктуры туризма.
4. Учреждения, ведущие фундаментальные и прикладные научные исследования в сфере туризма, как элемент инфраструктуры туризма.

#### *Задание для самостоятельной работы*

«Инфраструктура предприятия индустрии туризма Ханты-Мансийского автономного округа — Югры».

Задание целесообразно выполнять на примере крупной гостиницы (отеля) или крупного ресторана. Последовательность выполнения задания.

1. В справочнике, информационной системе, каталоге, на Интернет-ресурсе (например, сайте) найти описание конкретного предприятия индустрии туризма ХМАО–Югры.

2. На основе данного материала выделить элементы производственной инфраструктуры данного предприятия: общего назначения (обязательно) и специализированной (по возможности). Для примера см. № 2 в списке литературы к теме.

3. На основе данного материала выделить элементы, которые можно отнести к социально-бытовой инфраструктуре данного предприятия.

Вторая и третья части задания могут быть выполнены в форме таблицы или структурно-логической схемы.

#### **Литература**

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007. С. 95—96 (в. 2).

2. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. М., 2006. С. 189—191 (в. 1).
3. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М., 2004. С. 255—258 (в. 3); 83—84 (вв. 1, 3—4).
4. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М., 2003. С. 35 (в. 3).
5. Комаров М.П. Инфраструктура регионов мира. СПб., 2000. С. 21—33 (вв. 1—3).
6. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008. С. 201 (в. 2); 57—58, 60—64 (в. 4).
7. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. М., 2008. С. 192 (вв. 1—3).
8. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002. С. 105—106 (в. 3).
9. Федько В.П., Федько Н.Г. Инфраструктура товарного рынка. Ростов н/Д, 2000. С. 44—45 (вв. 1—3).

## **2.10. Инфраструктура рыночной формы хозяйства в туризме**

### *Аннотация темы*

Рыночная форма как форма организации общественного хозяйства. Существенные черты и характеристики рыночной экономики. Рыночная экономика как внешняя среда функционирования отрасли (межотраслевого комплекса) туризма. Понятие «рынок» (узкий и широкий смысл). Понятие «туристский рынок (рынок туристских услуг)». Содержание деятельности субъектов рыночной экономики. Необходимость инфраструктуры рыночной формы хозяйства. Функции инфраструктуры рыночной формы хозяйства. Классификация инфраструктуры рыночной формы хозяйства: виды инфраструктуры по признаку обслуживания: общерыночная (универсальная), обслуживающая несколько различных рынков, обслуживающая отдельные рынки. Соотношение понятий «инфраструктура рыночного хозяйства», «рыночная инфраструктура», «инфраструктура рынка».

Понятие «рыночная инфраструктура». Виды и состав рыночной инфраструктуры в соответствии с функциональным признаком. Торгово-посредническая инфраструктура: роль, элементы. Финансово-кредитная инфраструктура: роль, элементы. Информационная

инфраструктура: роль, элементы. Правовая инфраструктура: роль, элементы. Внешнеэкономическая инфраструктура: роль, элементы. Рыночная инфраструктура в туризме: общее и особенное.

Понятие «инфраструктура рынка». Виды и состав инфраструктуры рынка в соответствии с видами рынка (по объектам обмена). Инфраструктура рынка товаров и услуг: роль, элементы. Инфраструктура рынка капиталов: роль, элементы. Инфраструктура рынка труда: роль, элементы. Инфраструктура рынка в туризме: общее и особенное.

#### *План изучения темы*

1. Инфраструктура рыночной формы хозяйства в туризме: понятие, роль, функции.
2. Рыночная инфраструктура в туризме: виды и состав.
3. Инфраструктура рынка в туризме: виды и состав.

#### *Задание для самостоятельной работы*

Библиография по теме «Инфраструктура рыночной формы хозяйства в туризме».

Библиография может включать печатные и электронные издания, Интернет-ресурсы. Содержание источников, включенных в библиографию, должно быть связано с элементами рыночной инфраструктуры и инфраструктуры рынка в туризме. Выходные данные должны быть указаны обязательно и в соответствии с действующим ГОСТом. После каждого источника, включенного в библиографию, должны быть указаны ключевые слова (в качестве ключевых слов следует использовать конкретные элементы инфраструктуры).

#### **Литература**

1. Боголюбов В.С. Экономика туризма. М., 2007. С. 32—36 (в. 1).
2. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристский бизнес. Ростов н/Д, 2008. С. 417—419 (в. 1).
3. Зубко Н.М., Каллаур А.Н. Основы экономической теории. Минск, 2006. С. 85—86 (в. 1); 85 (вв. 1, 3).
4. Региональная экономика и управление / Под ред. Е.Г.Коваленко. СПб., 2005. С. 64—65 (вв. 1—2).

5. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. М., 2008. С. 192 (вв. 1—2).
6. Селезнев А.З. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России. М., 1999. С. 146 (в. 1); 156—162 (в. 2).
7. Федько В.П., Федько Н.Г. Инфраструктура товарного рынка. Ростов н/Д, 2000. С. 16, 36 (в. 1); 14 (вв. 1—2); 16 (вв. 1, 3); 14—15 (в. 3).
8. Шапкин И.Н., Блинов А.О., Кестер Я.М. Управление региональным хозяйством. М., 2005. С. 215 (в. 1); 215—222 (в. 2).
9. Энциклопедический словарь. Современная рыночная экономика. Государственное регулирование экономических процессов / Под общ. ред. В.И.Кушлина, В.П.Чичканова. М., 2004. С. 227—228 (в. 1).

## 2.11. Институциональная инфраструктура туризма

### *Аннотация темы*

Понятия «институт» (социол.), «институциональная инфраструктура». Функции институциональной инфраструктуры. Соотношение институциональной инфраструктуры и организаций, учреждений законодательной, исполнительной и судебной власти. Необходимость регулирования и управления отраслью (межотраслевым комплексом) туризма и туристской деятельностью. Необходимость в институциональной инфраструктуре туризма.

Законодательная власть Российской Федерации: Федеральное Собрание Российской Федерации (Совет Федерации и Государственная Дума) и Законодательные Собрания субъектов Российской Федерации. Исполнительная власть Российской Федерации: министерства, ведомства и др. Министерство культуры Российской Федерации. Департамент туризма и региональной политики в составе Министерства культуры Российской Федерации: структура, функции, задачи, компетенция. Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) — организация, подведомственная Министерству культуры Российской Федерации: структура; координационные и совещательные органы при Ростуризме.

Органы внешних сношений государств: внутригосударственные (глава государства, парламент, правительство, министерство иностранных дел и др.), зарубежные (дипломатические и консульские представительства и др.). Министерство иностранных дел Российской Федерации. Федеральная миграционная служба.

Министерство внутренних дел Российской Федерации.

Министерство Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий.

Законодательный орган Ханты-Мансийского округа — Югры: Дума ХМАО–Югры. Исполнительные органы Ханты-Мансийского округа — Югры: Правительство, департаменты и службы. Департамент природных ресурсов и несырьевого сектора экономики ХМАО–Югры (Депприродресурс и несырьевого сектора экономики Югры): полномочия, структура. Управление туризма в составе Департамента природных ресурсов и несырьевого сектора экономики ХМАО–Югры: структура, цель, функции, задачи.

Объединения туроператоров и турагентов. Цели объединения туроператоров и турагентов. Объединение туроператоров в сфере выездного туризма: цели, функции.

Понятие «горячая линия» в туризме. Содержание и основные направления деятельности «горячей линии». Формы обращения в службу.

Элементы институциональной инфраструктуры туризма.

### *План изучения темы*

1. Понятие «институциональная инфраструктура». Необходимость институциональной инфраструктуры туризма.

2. Органы законодательной и исполнительной власти Российской Федерации.

3. Органы внешних сношений государств: внутригосударственные, зарубежные. Министерство иностранных дел Российской Федерации. Федеральная миграционная служба.

4. Министерство внутренних дел Российской Федерации.

5. Министерство Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий.

6. Органы законодательной и исполнительной власти Ханты-Мансийского округа — Югры.

7. Объединения туроператоров и турагентов.

8. Понятие «горячая линия» в туризме.

9. Элементы институциональной инфраструктуры туризма.

### *Задание для самостоятельной работы*

Таблица «Элементы институциональной инфраструктуры туризма».

Таблица должна включать два столбца. Последовательность выполнения задания.

1. В первом столбце таблицы перечислить институты, включенные в содержание темы (кроме «горячей линии»).

2. Ознакомиться с содержанием источников к вопросу № 9, включенных в список литературы; выделить элементы, которые относятся (или которые можно отнести) к элементам институциональной инфраструктуры туризма.

3. Во второй столбец внести элементы институциональной инфраструктуры туризма (напротив соответствующего института из первого столбца).

4. В случае отсутствия подходящего элемента институциональной инфраструктуры туризма подобрать пример самостоятельно.

### **Литература**

1. ГОСТ Р 50644-2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов (в. 9).

2. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М., 2004. С. 83—84 (в. 9).

3. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М., 2003. С. 154—155 (в. 9).

4. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008. С. 205, 207 (в. 9).

5. Международное право / Под ред. А.А.Ковалева, С.В.Черниченко. М., 2011. С. 587—592, 611—612 (в. 3).

6. Носова С.С. Экономическая теория. М., 2007. С. 409 (в. 1).

7. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002. С. 105—106 (в. 9).

8. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (действующая редакция) (вв. 7, 9).

9. Федько В.П., Федько Н.Г. Инфраструктура товарного рынка. Ростов н/Д, 2000. С. 46—47 (в. 1).

10. [www.dumahmeao.ru](http://www.dumahmeao.ru) — сайт Думы ХМАО–Югры (в. 6).

11. [www.fms.gov.ru](http://www.fms.gov.ru) — сайт Федеральной миграционной службы (в. 3).

12. [www.gov.ru](http://www.gov.ru) — сервер органов государственной власти Российской Федерации (вв. 2—5).

13. [www.mchs.gov.ru](http://www.mchs.gov.ru) — сайт Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий (в. 5).

14. [www.mid.ru](http://www.mid.ru) — сайт Министерства иностранных дел Российской Федерации (в. 3).

15. [www.mkrf.ru](http://www.mkrf.ru) — сайт Министерства культуры Российской Федерации (в. 2).

16. [www.mvd.ru](http://www.mvd.ru) — сайт Министерства внутренних дел Российской Федерации (в. 4).

17. [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru) — сайт Федерального агентства по туризму (Ростуризма) (в. 2).

18. [www.ugrales.ru](http://www.ugrales.ru) — сайт Департамента природных ресурсов и несырьевого сектора экономики ХМАО–Югры (Депприродресурс и несырьевого сектора экономики Югры) (в. 6).

## Раздел 3

# РАЦИОНАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА: ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ

### 3.1. Понятие «организация обслуживания»

#### *Аннотация темы*

Понятие «организация»: определение, основные значения.

Предметная часть организации: взаиморасположение и взаимосвязь элементов. Упорядоченность и направленность как аспекты организации. Предметная часть организации обслуживания.

Функциональная часть организации: действия и взаимодействия элементов. Функциональная часть организации обслуживания.

Организация как совокупность процессов и действий, ведущих к образованию и совершенствованию связей между элементами.

Понятие «организация обслуживания» как многозначное понятие, его теоретические и практические аспекты.

#### *План изучения темы*

1. Понятие «организация»: определение, основные значения.
2. Предметная часть организации обслуживания.
3. Функциональная часть организации обслуживания.

#### *Задания для самостоятельной работы*

Словарь «Значения слова и понятия “организация”».

Из рекомендованных в списке литературы словарей и энциклопедий выписать те значения слова и понятия «организация» («организовать»), которые можно соотнести с понятием «обслуживание»; указать источник.

«Организация обслуживания: понятие и сущность».

Письменно ответить на вопросы:

1. Организация обслуживания имеет предметную часть. В связи с этим, какие стороны, свойства, характеристики обслуживания нужно изучать?



2. Организация обслуживания имеет функциональную часть. В связи с этим, какие стороны, свойства, характеристики обслуживания нужно изучать?

3. Аспектом организации обслуживания является упорядоченность. В связи с этим, какие стороны, свойства, характеристики обслуживания нужно изучать?

4. Аспектом организации обслуживания является направленность. В связи с этим, какие его стороны, свойства, характеристики обслуживания нужно изучать?

5. Организацию можно рассматривать как совокупность процессов и действий, ведущих к образованию и совершенствованию связей между элементами. В связи с этим, какие стороны, свойства, характеристики обслуживания нужно изучать?

«Организация обслуживания на предприятиях индустрии и инфраструктуры туризма: понятийно-терминологический аппарат».

Письменно ответить на вопросы (при необходимости можно воспользоваться учебниками по курсу «Сервисная деятельность»):

1. Есть ли связь между обслуживанием и услугой? Если есть, в чем она заключается, как проявляется?

2. Есть ли связь между услугой и сервисной деятельностью? Если есть, в чем она заключается, как проявляется?

3. Есть ли связь между сервисной деятельностью и обслуживанием? Если есть, в чем она заключается, как проявляется?

4. Основываясь на содержании ответов на вопросы 1—3, перечислить понятия, которые составляют понятийно-терминологический аппарат организации обслуживания на предприятиях индустрии и инфраструктуры туризма курса.

### Литература

1. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н.Ушакова. М., 1994.
2. Философская энциклопедия: В 5 т. / Под ред. Ф.В.Константинова. М., 1960—1970.
3. Философский энциклопедический словарь / Гл. ред. Л.Ф.Ильичев. М., 1983.

### **3.2. Процесс оказания услуги на предприятиях индустрии и инфраструктуры туризма**

#### *Аннотация темы*

Связь обслуживания и его организации с процессом оказания услуги. Этапы процесса оказания услуги.

Процесс выполнения (производства) услуги как этап процесса оказания услуги. Компоненты процесса производства услуги: предмет труда (объект услуги), средства труда, труд. Структура процесса производства услуги: основные (технологические) и вспомогательные (нетехнологические) процессы. Операция как часть основных и вспомогательных процессов: понятие, признаки, виды. Типы производства услуг: массовое, серийное, единичное. Методы организации производства услуг: поточно-операционный, бригадно-операционный, индивидуальный. Технология производства услуг: понятие, особенности.

Процесс обслуживания потребителя как этап процесса оказания услуги. Общая структура процесса обслуживания потребителя.

Характеристики процесса оказания услуги, влияющие на организацию обслуживания: отсутствие посредника, взаимосвязь и взаимообусловленность процессов выполнения услуги и обслуживания потребителя, обусловленность характера и содержания процесса оказания конкретной услуги видом услуги, особенности временной, пространственной и субъектной организации процессов выполнения услуги и обслуживания потребителя.

Временной параметр как характеристика процесса оказания услуги. Основные показатели временного параметра процесса оказания услуги: срок оказания услуги, время обслуживания потребителя, время на производство услуги.

Влияние свойств и специфических особенностей услуги (неосвязаемость, нераздельность производства и потребления, неспособность к хранению, непостоянство качества, отсутствие передачи прав собственности, невозможность транспортировки, отсутствие или меньшая взаимозаменяемость, гетерогенность, потребитель как «часть» услуги) на процесс оказания услуги. Недобства для производителей и потребителей в процессе оказания услуги, обусловленные специфическими особенностями услуги.

### *План изучения темы*

1. Этапы процесса оказания услуги.
2. Характеристики процесса оказания услуги, влияющие на организацию обслуживания.
3. Временной параметр процесса оказания услуги.
4. Свойства услуги как факторы, влияющие на процесс ее оказания.

### *Задание для самостоятельной работы*

«Процесс оказания услуги на предприятиях индустрии и инфраструктуры туризма и его характеристики».

Задание представляет собой поэтапное описание процесса оказания двух конкретных услуг (без фиксации отдельных операций) и выполняется на основе личного опыта потребления услуг. Поэтапное описание процесса оказания услуг следует выполнить на примере услуг, разных по характеру; наиболее целесообразными объектами описания являются услуги материальные–нематериальные или материальные — социально-культурные.

Последовательность выполнения задания.

1. Определить, на основе какой классификации услуг будет выполняться задание (материальные–нематериальные услуги или материальные — социально-культурные услуги).

2. Подобрать в качестве примера две конкретные услуги, определить вид каждой согласно классификации услуг, положенной в основу ответа.

3. Выполнить поэтапное описание процесса оказания первой услуги, определить компоненты производственного процесса, содержание основных производственных процессов, тип производства, метод его организации.

4. Выполнить поэтапное описание процесса оказания второй услуги, определить компоненты производственного процесса, содержание основных производственных процессов, тип производства, метод его организации.

5. Сравнить два описанных процесса оказания услуг: совпадают или не совпадают во времени процесс выполнения услуги и процесс обслуживания.

6. Сравнить два описанных процесса оказания услуг: разделены или не разделены в пространстве процесс выполнения услуги и процесс обслуживания.

7. Определить, кем осуществляются процессы выполнения услуг и обслуживания: одним и тем же исполнителем или разными.

8. Сделать вывод о наличии или отсутствии связи между видом услуги и процессом ее оказания.

### **Литература**

1. Балалова Е.И., Каурова О.В. Сервисная деятельность: учет, экономический анализ и контроль. М., 2006. С. 7—8 (в. 1).

2. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. М., 2006. С. 7—10, 15—16, 24—27, 82—86, 123 (вв. 1—3).

3. Лойко О.Т. Сервисная деятельность. М., 2008. Пп. 2.1, 2.2 (в. 4).

4. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. М., 1996. С. 11—21 (в. 4).

5. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт. М., 2003. С. 31—38 (в. 4).

### **3.3. Потребитель как объект и субъект сервисной деятельности предприятий индустрии и инфраструктуры туризма**

#### *Аннотация темы*

Понятие «потребитель». Характеристики потребителя как объекта и субъекта сервисной деятельности.

Характеристика потребителя с точки зрения потребностей. Понятие «потребность». Многообразие потребностей человека и проблема классификации потребностей. Категория «общественные потребности». Классификации личных потребностей в зависимости от характера (природы) возникновения, от сферы жизнедеятельности человека, от степени конкретизации, от количественной определенности и возможностей удовлетворения, по степени рациональности; первичные и вторичные потребности. Иерархические теории потребностей. Иерархическая теория

потребностей-мотивов А.Маслоу: иерархия потребностей, предпосылки иерархии, принцип иерархии.

Индивидуальные характеристики потребителя: социально-культурные, социально-демографические, социально-психологические, личностно-психологические, личностные особенности.

Характеристика потребителя с точки зрения массовости: индивид, коллектив (группа), корпорация (корпоративный клиент).

Понятие «поведение потребителя» («потребительское поведение»). Факторы, обуславливающие потребительское поведение.

#### *План изучения темы*

1. Характеристики потребителя как объекта и субъекта сервисной деятельности.
2. Характеристика потребителя с точки зрения потребностей.
3. Индивидуальные характеристики потребителя.
4. Характеристика потребителя с точки зрения массовости.
5. Понятие «поведение потребителя» («потребительское поведение»).

#### *Задание для самостоятельной работы*

«Потребитель как объект и субъект сервисной деятельности».

Материал для выполнения задания — содержание литературы, рекомендованной к данной теме. Для выполнения задания следует выделить те характеристики потребителя, которые значимы для исполнителя и оказывают влияние на его деятельность, и определить, в чем заключается их значимость и каким образом они оказывают влияние на деятельность исполнителя по оказанию услуг. Характеристик потребителя должно быть не менее пяти; они не должны быть детально конкретизированы (например, не следует отдельно выделять субкультуру, возраст, темперамент и т.п.). Результаты оформить в форме таблицы.

Характеристика потребителя	Значение и влияние на деятельность исполнителя

## Литература

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М., 2006. § 4.1, 5.3 (вв. 1, 2).
2. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. М., 2010. С. 64—74 (вв. 1—3, 5).
3. ГОСТ Р 50646-94. Услуги населению. Термины и определения (в. 1).
4. Садохин А.П. Сервисология: человек и его потребности. М., 2009. Т. 2, 3 (вв. 1, 2).
5. Сервисная деятельность / Под ред. В.К.Романович. СПб., 2006. § 2 (вв. 1, 2).
6. Третьякова Т.Н. Сервисная деятельность. М., 2008. С. 188—189 (вв. 1, 2).
7. Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002.

### 3.4. Взаимодействие исполнителя и потребителя

#### *Аннотация темы*

Понятия «взаимодействие потребителя и исполнителя», «сервисное взаимодействие». Существенные признаки и характеристики взаимодействия исполнителя и потребителя. Взаимодействие потребителя и исполнителя на разных этапах процесса оказания услуги. Параметры взаимодействия: уровень взаимодействия, степень вовлеченности во взаимодействие. Пространство для осуществления взаимодействия исполнителя и потребителя, обусловленность пространства взаимодействия. Характер взаимодействия исполнителя и потребителя: опосредованное и непосредственное взаимодействие, обусловленность характера взаимодействия. Средства осуществления опосредованного взаимодействия.

Понятие «уровень взаимодействия исполнителя и потребителя». Уровни взаимодействия исполнителя и потребителя: примитивный, манипулятивный, стандартизированный, конвенциональный, деловой, духовный.

Понятие «степень вовлеченности во взаимодействие». Психологические механизмы, характеризующие степень взаимодействия:

идентификация, проекция, социальная перцепция, эмпатия, аттракция, стереотипизация, каузальная атрибуция, интуиция, инсайт.

Понятие «контакт исполнителя и потребителя». Существенные признаки и характеристики контакта как формы взаимодействия исполнителя и потребителя. Характер контакта исполнителя и потребителя: непосредственный и опосредованный, обусловленность характера контакта.

#### *План изучения темы*

1. Взаимодействие исполнителя и потребителя как аспект процесса оказания услуги.
2. Уровень взаимодействия исполнителя и потребителя.
3. Степень вовлеченности во взаимодействие.
4. Контакт исполнителя и потребителя как форма взаимодействия.

#### *Задания для самостоятельной работы*

«Взаимодействие и контакт исполнителя и потребителя в процессе оказания услуги».

Содержание выполненного задания представляет собой ответ на следующий вопрос: «Верно ли утверждение: “Оказание любой услуги требует взаимодействия исполнителя и потребителя, но контакт между ними не всегда обязателен”»? Ответ должен быть обоснован и аргументирован; для обоснования и аргументации может быть использован как теоретический материал, так и конкретные примеры.

Анализ уровня взаимодействия исполнителя и потребителя (по выбору).

Анализ степени вовлеченности во взаимодействие (по выбору).

Студент выполняет одно из заданий: или задание 2, или задание 3. Для выполнения задания следует подобрать фрагмент художественного произведения, художественного фильма, публикации в СМИ или специализированном журнале и т.п.

Содержание фрагмента — взаимодействие исполнителя услуги и потребителя.

Последовательность выполнения задания.

1. Кратко описать ситуацию взаимодействия и указать источник (название произведения, фильма и т.п.).
2. Определить уровень взаимодействия или психологический механизм, характеризующий степень взаимодействия (в зависимости от выбора задания).
3. Указать признаки, на основании которых сделан вывод об уровне взаимодействия или психологическом механизме, характеризующем степень взаимодействия.

### **Литература**

1. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. М., 2010. С. 83—84, 98—104 (вв. 1—4).
2. Романович Ж.А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность. М., 2006. С. 12—13 (вв. 1—4).
3. Толковый словарь русского языка (любое издание). Значения слов «взаимодействие», «контакт», «непосредственный», «опосредствованный» (вв. 1, 4).

### **3.5. Исполнитель как субъект сервисной деятельности**

#### *Аннотация темы*

Понятие «исполнитель». Понятие «персонал». Характеристики исполнителя как субъекта сервисной деятельности.

Производство услуг на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма. Цели деятельности предприятия индустрии и инфраструктуры туризма, осуществляющего сервисную деятельность, в условиях рынка и их соотношение. Процесс, лежащий в основе деятельности предприятия индустрии и инфраструктуры туризма, осуществляющего сервисную деятельность.

Особенности предприятия, оказывающего услуги, как производственной единицы. Уровень специализации предприятия: понятие, виды предприятий по уровню специализации. Мощность предприятия: понятие, виды предприятий по мощности. Производственная структура и форма организации предприятия: понятия,



виды предприятий по форме организации. Тип производства: понятие, виды предприятий по типу производства. Виды предприятий по порядку сбора и реализации заказов, по времени действия, по методу обслуживания потребителя, по качеству (классности) предоставляемых услуг. Виды предприятий по отраслевому принципу.

Процесс оказания услуги и особенности организации предприятия индустрии и инфраструктуры туризма, осуществляющего сервисную деятельность. Понятие «контактная зона». Модели предприятия, отражающие особенности организации предприятия.

Процесс оказания услуги и особенности труда на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма, осуществляющем сервисную деятельность. Виды деятельности персонала предприятия. Структура персонала предприятия.

#### *План изучения темы*

1. Характеристики исполнителя как субъекта сервисной деятельности.
2. Предприятие индустрии и инфраструктуры туризма, осуществляющее сервисную деятельность: цели деятельности и процесс, лежащий в основе деятельности.
3. Особенности предприятия, оказывающего услуги, как производственной единицы.
4. Особенности организации предприятия индустрии и инфраструктуры туризма, осуществляющего сервисную деятельность.
5. Особенности деятельности и структуры персонала предприятия индустрии и инфраструктуры туризма, осуществляющего сервисную деятельность.

#### *Задание для самостоятельной работы*

Составить план анализа предприятия индустрии и инфраструктуры туризма, оказывающего услуги, как субъекта сервисной деятельности.

Материал для выполнения задания — содержание темы 3.5 «Исполнитель как субъект сервисной деятельности» и литературы, рекомендованной к данной теме. Выполненное задание

представляет собой развернутый план, на основе которого можно составить описание предприятия индустрии и инфраструктуры туризма, оказывающего услуги, и его деятельности как субъекта сервисной деятельности. Пункты плана должны отразить все особенности предприятия.

### Литература

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М., 2006. § 4.1 (в. 1); 8.4, 11.3 (в. 4); 12.2 (в. 5).
2. Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг: экономика. М., 2007. Т. 13 (в. 5).
3. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. М., 2010. С. 51—53 (вв. 1, 5); 36 (в. 2).
4. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. М., 2006. С. 6, 32—38, 57—66 (вв. 2, 3, 5).
5. ГОСТ Р 50646-94. Услуги населению. Термины и определения (в. 1).
6. ГОСТ Р 50935-2007. Услуги общественного питания. Требования к персоналу (в. 5).
7. Лойко О.Т. Сервисная деятельность. М., 2008. С. 37—38 (в. 4).
8. Романович Ж.А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность. М., 2006. С. 39 (в. 4).
9. Садохин А.П. Сервисология: человек и его потребности. М., 2009. П. 5.10 (в. 4).
10. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002.
11. Федцов В.Г. Культура сервиса. М., 2000. С. 3, 97 (в. 2).

### 3.6. Требования к услугам и обслуживанию

#### *Аннотация темы*

Понятия «удовлетворенность потребителя», «неудовлетворенность потребителя». Требования потребителя к услугам и обслуживанию.

Федеральные законы, регулирующие сервисную деятельность предприятий индустрии и инфраструктуры туризма: требования

к услугам и обслуживанию («О защите прав потребителей», «О лицензировании отдельных видов деятельности», «О стандартизации», «О сертификации продукции и услуг», «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

Государственные стандарты Российской Федерации как нормативные документы: требования к услугам и обслуживанию (ГОСТ Р 50691-94. Модель обеспечения качества услуг, ГОСТ Р 53522-2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения, ГОСТ Р 50690-2000. Туристские услуги. Общие требования, ГОСТ Р 50644-2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов, ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг, ГОСТ Р 53997-2010. Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования, ГОСТ Р 51185-2008. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования, ГОСТ Р 50764-2009. Услуги общественного питания. Общие требования).

Правила предоставления и оказания отдельных видов услуг как нормативные документы: требования к услугам и обслуживанию (Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации, Правила оказания услуг общественного питания, Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, Правила оказания услуг по реализации туристского продукта).

#### *План изучения темы*

1. Требования потребителя к услугам и обслуживанию.
2. Требования к услугам и обслуживанию в федеральных законах, регулирующих сервисную деятельность предприятий индустрии и инфраструктуры туризма.
3. Требования к услугам и обслуживанию в государственных стандартах Российской Федерации.
4. Требования к услугам и обслуживанию в Правилах предоставления и оказания отдельных видов услуг.

#### *Задание для самостоятельной работы*

Выполнение задания для самостоятельной работы возможно в трех вариантах.

Вариант I. «Требования к услугам и обслуживанию в федеральных законах, регулирующих сервисную деятельность».

Задание выполняется в форме таблицы и заканчивается выводом.

Требования к услугам и обслуживанию	Предъявляет ли это требование потребитель?	Отражено ли это требование в тексте федерального закона?

Последовательность выполнения задания.

1. Ознакомиться с содержанием федеральных законов, рекомендованных в списке литературы к данной теме; выделить требования к услугам и обслуживанию, отраженные в тексте законов.

2. Ознакомиться с содержанием учебной литературы, рекомендованной в списке литературы к данной теме; выделить требования потребителя к услугам и обслуживанию.

3. Выделенные требования занести в первый столбец таблицы (при этом следует избегать дублирования).

4. Заполнить второй и третий столбцы: утверждение обозначить знаком «+», отрицание — знаком «-»; в третьем столбце утверждение сопроводить указанием на закон, в котором отражено данное требование.

5. Сравнить результаты и сделать вывод.

Вариант II. «Требования к услугам и обслуживанию в государственных стандартах Российской Федерации».

Задание выполняется в форме таблицы и заканчивается выводом.

Требования к услугам и обслуживанию	Предъявляет ли это требование потребитель?	Отражено ли это требование в государственных стандартах РФ?

Последовательность выполнения задания аналогична варианту I; первый и четвертый этапы — на основе содержания государственных стандартов, рекомендованных в списке литературы к данной теме.

Вариант III. «Требования к услугам и обслуживанию в Правилах предоставления и оказания отдельных видов услуг».

Задание выполняется в форме таблицы и заканчивается выводом.

Требования к услугам и обслуживанию	Предъявляет ли это требование потребитель?	Отражено ли это требование в Правилах предоставления и оказания отдельных видов услуг?

Последовательность выполнения задания аналогична варианту I; первый и четвертый этапы — на основе содержания Правил предоставления и оказания отдельных видов услуг, рекомендованных в списке литературы к данной теме.

### Литература

1. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. М., 2010. С. 104—107, 108—109 (в. 1).
2. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. М., 2006. С. 110—111, 124—126, 128 (в. 1).
3. ГОСТ Р 50644-2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов (в. 3).
4. ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг (в. 3).
5. ГОСТ Р 50690-2000. Туристские услуги. Общие требования (в. 3).
6. ГОСТ Р 50691-94. Модель обеспечения качества услуг (в. 3).
7. ГОСТ Р 50764-2009. Услуги общественного питания. Общие требования (в. 3).
8. ГОСТ Р 51185-2008. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования (в. 3).
9. ГОСТ Р 53522-2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения (в. 3).
10. ГОСТ Р 53997-2010. Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования (в. 3).
11. Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации (действующая редакция) (в. 4).
12. Правила оказания услуг общественного питания (действующая редакция) (в. 4).
13. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта (действующая редакция) (в. 4).

14. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации (действующая редакция) (в. 4).
15. Сервисная деятельность / Под ред. В.К.Романович. СПб., 2006. С. 90—91 (в. 1).
16. Федеральный закон «О защите прав потребителей» (действующая редакция) (в. 2).
17. Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» (действующая редакция) (в. 2).
18. Федеральный закон «О сертификации продукции и услуг» (действующая редакция) (в. 2).
19. Федеральный закон «О стандартизации» (действующая редакция) (в. 2).
20. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (действующая редакция) (в. 2).

## Раздел 4

# ПРЕДМЕТНЫЙ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА

### 4.1. Составляющие процесса обслуживания

#### *Аннотация темы*

Этапы как составляющие процесса обслуживания. Действия исполнителя как составляющие процесса обслуживания. Связь этапов обслуживания и действий исполнителя.

Прием заказа как этап процесса обслуживания: содержание; персонал, взаимодействующий с потребителем; действия исполнителя.

Обслуживание потребителя в ходе выполнения услуги как этап процесса обслуживания: содержание; персонал, взаимодействующий с потребителем; действия исполнителя.

Выдача заказа как этап процесса обслуживания: содержание; персонал, взаимодействующий с потребителем; действия исполнителя.

Последующий контакт с потребителем как этап процесса обслуживания: содержание; персонал, взаимодействующий с потребителем; действия исполнителя.

Особенности этапов процесса обслуживания и их содержания при оказании материальных и нематериальных услуг. Особенности этапов процесса обслуживания при оказании услуг разных отраслевых групп (на примере гостиничного, ресторанного, туристского обслуживания). Личная продажа: понятие, место и роль в процессе оказания услуги, этапы.

Временной параметр как характеристика процесса обслуживания. Основные показатели временного параметра процесса обслуживания.

### *План изучения темы*

1. Составляющие процесса обслуживания: этапы и действия исполнителя.
2. Прием заказа как этап процесса обслуживания.
3. Обслуживание потребителя в ходе выполнения услуги как этап процесса обслуживания.
4. Выдача заказа как этап процесса обслуживания.
5. Последующий контакт с потребителем как этап процесса обслуживания.
6. Особенности этапов процесса обслуживания и их содержания при оказании услуг разных видов.
7. Временной параметр как характеристика процесса обслуживания.

### *Задание для самостоятельной работы*

Выполнение задания для самостоятельной работы возможно в трех вариантах.

Вариант I. «Особенности этапов процесса обслуживания при оказании гостиничных услуг».

Вариант II. «Особенности этапов процесса обслуживания при оказании услуг общественного питания на примере ресторана».

Вариант III. «Особенности этапов процесса обслуживания при оказании туристских услуг».

Задание (независимо от варианта) выполняется в форме таблицы.

Этап	Содержание этапа	Персонал, взаимодействующий с потребителем	Действия исполнителя
Прием заказа			
Обслуживание потребителя в ходе выполнения услуги			
Выдача заказа			
Последующий контакт с потребителем			



## Литература

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М., 2006. § 8.4 (вв. 1—6).
2. Балалова Е.И., Каурова О.В. Сервисная деятельность: учет, экономический анализ и контроль. М., 2006. С. 7 (вв. 1—6).
3. Бутко И.И. Туристический бизнес: основы организации. Ростов н/Д, 2007. С. 152—153, 157—160, 308—309 (в. 6).
4. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. М., 2010. С. 66 (в. 2); 83—98 (вв. 1—2, 4—6); 109 (вв. 5—6).
5. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. М., 2006. С. 16 (вв. 1—4, 6), 27 (в. 7).
6. Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания. Ростов н/Д, 2005 (вв. 2—6).
7. Лойко О.Т. Сервисная деятельность. М., 2008. П. 2.5 (вв. 1—4).
8. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. М., 1996. С. 41—46 (вв. 1—5).
9. Оробейко Е.С., Шредер Н.Г. Организация обслуживания: рестораны и бары. М., 2006. Гл. 7 (в. 6).
10. Романович Ж.А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность. М., 2006. С. 12, 39 (вв. 1—5).
11. Федцов В.Г. Культура сервиса. М., 2000. С. 27—31, 97 (вв. 1—4).

## 4.2. Виды и уровни обслуживания

### *Аннотация темы*

Совокупность понятий, раскрывающая сущность обслуживания: исполнитель, потребитель, контакт (взаимодействие), услуга — и основания для выделения видов обслуживания.

Обслуживание как предоставление услуги, средство осуществления основной услуги. Отраслевые виды услуг и виды обслуживания по содержанию (характеру): туристское обслуживание, транспортное обслуживание, экскурсионное обслуживание, гостиничное обслуживание, ресторанное обслуживание, бытовое обслуживание и т.д. Комплексное обслуживание.

Характеристика потребителя с точки зрения массовости: индивид, коллектив (группа), корпорация (корпоративный клиент) — и виды обслуживания. Понятия «массовое обслуживание»

и «индивидуальное обслуживание». Роль индивидуального обслуживания на современном этапе развития сервисной деятельности; факторы, этому способствующие. Соотношение массового и индивидуального обслуживания. Индивидуальное обслуживание и его элементы как свойства качественного обслуживания. Обслуживание корпоративных клиентов. Социальное обслуживание как предоставление базовых социальных услуг.

Обслуживание как контакт исполнителя и потребителя и виды обслуживания в зависимости от количества контактов исполнителя и потребителя: единовременное и периодическое.

Понятие «уровень обслуживания». Виды услуг по классности, по вкладу в удовлетворение потребности; категории потребителей и уровень обслуживания. Уровни обслуживания на примере туристского обслуживания: класс «люкс» (VIP-обслуживание), первый класс, туристский класс, экономический класс. Уровни обслуживания на примере обслуживания воздушным транспортом: VIP, бизнес-класс, экономический класс.

#### *План изучения темы*

1. Отраслевые виды услуг и виды обслуживания.
2. Характеристика потребителя с точки зрения массовости и виды обслуживания.
3. Обслуживание как контакт исполнителя и потребителя и виды обслуживания.
4. Понятие «уровень обслуживания».

#### *Задание для самостоятельной работы*

«Виды и уровни туристского обслуживания в турах по Ханты-Мансийскому автономному округу — Югре».

Последовательность выполнения задания.

1. В специализированных журналах по туризму, туристских каталогах, на сайтах туроператоров и т.п. найти туристское предложение по территории ХМАО–Югры в форме туристского продукта или тура.

2. Привести краткое описание туристского продукта или тура, его содержания, программы; указать источник информации.

3. Определить, какие виды обслуживания по содержанию (характеру) предполагает описанный тур или турпродукт; указать признаки, позволившие сделать такое заключение.

4. Определить вид обслуживания по туру (турпродукту) по массовости потребителя; указать признаки, позволившие сделать такое заключение.

5. Определить уровень обслуживания по туру (турпродукту); указать признаки, позволившие сделать такое заключение.

Задание может быть выполнено на примере туристского продукта или тура, описанного при выполнении заданий для самостоятельной работы из Раздела 1.

### **Литература**

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М., 2006. § 8.4 (в. 3); 8.5 (в. 2).

2. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. М., 2008. С. 40—41 (в. 4).

3. Лойко О.Т. Сервисная деятельность. М., 2008. С. 43—44 (в. 2).

4. Общероссийский классификатор услуг населению (в. 1).

5. Осипова О.Я. Транспортное обслуживание туристов. М., 2004. С. 77—82 (в. 4).

6. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002.

### **4.3. Формы обслуживания**

#### *Аннотация темы*

Понятие «форма обслуживания». Виды форм обслуживания по затратам времени и степени удобства для потребителя (традиционные и прогрессивные формы обслуживания), по стратегии обслуживания (полное осуществление функций исполнителем и самообслуживание), по наличию контакта исполнителя и потребителя (физические и дистанционные формы обслуживания).

Формы обслуживания по месту оказания услуги, по способу приема заказа, по срокам исполнения заказа, по методу организации взаимодействия с потребителем, по способу расчета.

Специфика форм обслуживания при оказании услуг разных отраслевых групп.

### *План изучения темы*

1. Форма обслуживания: понятие, виды.
2. Классификация форм обслуживания.
3. Специфика форм обслуживания при оказании услуг разных отраслевых групп.

### *Задание для самостоятельной работы*

«Специфика форм обслуживания при оказании услуг общественного питания».

Материал для выполнения задания — содержание учебной или специализированной литературы, специализированных журналов, сайтов и т.п. Выполненное задание представляет собой описание конкретной формы обслуживания на предприятии общественного питания, особенности которой обусловлены спецификой оказываемых услуг (услуги общественного питания). Ссылка на источник информации обязательна.

### **Литература**

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М., 2006. § 8.5 (вв. 1, 2).
2. Оробейко Е.С., Шредер Н.Г. Организация обслуживания: рестораны и бары. М., 2006 (в. 3).
3. Федцов В.Г. Культура сервиса. М., 2000. С. 106—108 (вв. 1, 2).

## **4.4. Обслуживание и удовлетворение потребностей потребителя**

### *Аннотация темы*

Потребность как мотивирующий фактор. Характеристики потребностей: сила, периодичность возникновения, способ удовлетворения, предметное содержание, их значение для исполнителя

услуг. Сопряженность потребностей, ее значение для исполнителя услуг.

Услуга (сервисный продукт) как средство сервисной деятельности и средство удовлетворения потребностей. Потребность и ценность услуги. Взаимодействие сферы услуг и сферы обслуживания с другими сферами с целью удовлетворения потребностей. Способность услуги удовлетворить личные потребности потребителя независимо от их вида и места в иерархии. Роль обслуживания в процессе удовлетворения потребностей.

Компоненты в потребности (объективное и субъективное), варианты их соотношения. Значение объективного и субъективного в потребности для организации обслуживания.

Удовлетворение потребностей потребителя и типология элементов обслуживания Е.Кедотта и Н.Терджена. Удовлетворение потребностей потребителя и типология характеристик услуги и обслуживания А.Юданова и Н.Коно.

Потребности потребителя и его потребительское поведение. Модель потребления товаров и услуг Д.Мида: импульс, перцепция, манипуляция, консумация.

#### *План изучения темы*

1. Потребность как мотивирующий фактор.
2. Роль обслуживания в процессе удовлетворения потребностей.
3. Компоненты в потребности, их значение для организации обслуживания.
4. Удовлетворение потребностей потребителя и типология элементов и характеристик услуги и обслуживания.
5. Потребности потребителя и его потребительское поведение.

#### *Задание для самостоятельной работы*

«Роль обслуживания в процессе удовлетворения потребностей потребителя».

Задание выполняется на основе содержания фрагмента художественного фильма, художественного произведения, отзыва потребителя (в СМИ, на форумах и т.п.), личных наблюдений

студента (по выбору). Содержание фрагмента — описание процесса обслуживания на предприятии.

Последовательность выполнения задания.

1. Укажите источник информации, кратко опишите процесс обслуживания.

2. Проанализируйте ситуацию, используя содержание и терминологию темы 4.4 «Обслуживание и удовлетворение потребностей потребителя».

3. Определите, удовлетворен или не удовлетворен потребитель; объясните этот результат, используя содержание и терминологию темы 4.4 «Обслуживание и удовлетворение потребностей потребителя».

### Литература

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М., 2006. § 5.3 (в. 2).

2. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. М., 2010. С. 107—108 (в. 4).

3. Еремеева Н.В., Калачев С.Л. Конкурентоспособность товаров и услуг. М., 2006. § 2.5 (в. 5).

4. Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность. М., Ростов н/Д, 2006. С. 85—87 (в. 4).

5. Романович Ж.А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность. М., 2006. С. 43—44 (в. 5).

6. Садохин А.П. Сервисология: человек и его потребности. М., 2009. С. 73 (в. 2).

7. Сервисная деятельность / Под ред. В.К.Романович. СПб., 2006. § 2 (вв. 1—3).

## Раздел 5

# ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОПТИМИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА

### 5.1. Основные направления оптимизации процесса оказания услуги

#### *Аннотация темы*

Значение совершенствования процесса оказания услуги для улучшения обслуживания. Рациональные формы организации производства: концентрация, специализация, кооперирование. Принципы рациональной организации производства: параллельность, непрерывность, пропорциональность, прямооточность, ритмичность. Способы повышения производительности труда. Тенденции развития технологии производства услуг: индустриализация производства услуг, расширение полномочий исполнителей.

Значение сокращения срока оказания услуги для улучшения обслуживания. Возможность и целесообразность сокращения срока оказания услуги при организации разных видов обслуживания. Способы сокращения срока оказания услуги.

Учет свойств и специфических особенностей услуги (неосязаемость, нераздельность производства и потребления, неспособность к хранению, непостоянство качества, отсутствие передачи прав собственности, невозможность транспортировки, отсутствие или меньшая взаимозаменяемость, гетерогенность, потребитель как «часть» услуги) в процессе оказания услуги. Меры по преодолению неудобств для производителей и потребителей в процессе оказания услуги.

#### *План изучения темы*

1. Совершенствование процесса производства услуги.
2. Сокращение срока оказания услуги.

3. Организация процесса оказания услуги с учетом свойств и специфических особенностей услуги.

#### *Задание для самостоятельной работы*

«Опыт предприятия индустрии и инфраструктуры туризма по реализации основных направлений оптимизации процесса оказания услуги».

Материал для выполнения задания — содержание специализированной литературы, специализированных журналов, сайтов, публикаций в СМИ и т.п. Выполненное задание представляет собой описание опыта конкретного предприятия по реализации основных направлений оптимизации процесса оказания услуги. Опыт может быть связан с реализацией направления, не отраженного в содержании темы, охватывать одно или несколько направлений. Ссылка на источник информации обязательна.

#### **Литература**

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М., 2006. § 11.3 (в. 1).
2. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. М., 2006. С. 10—13 (в. 1); 26—27 (в. 2).
3. Лойко О.Т. Сервисная деятельность. М., 2008. Пп. 2.1, 2.2 (в. 3).
4. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. М., 1996. С. 11—21 (в. 3).
5. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт. М., 2003. С. 31—38 (в. 3).

### **5.2. Основные направления оптимизации деятельности по удовлетворению потребностей потребителя**

#### *Аннотация темы*

Необходимость изучения потребителя как объекта сервисной деятельности. Роль маркетинга и маркетинговых исследований в изучении индивидуальных характеристик, потребностей, мотивов, поведения потребителя.



Необходимость учета факторов, оказывающих влияние на удовлетворение потребностей потребителя посредством услуг (принципа иерархии потребностей А. Маслоу, конфликта потребностей, сопряженности потребностей, закона возвышения потребностей, наличия неудовлетворенных потребностей). Расширение ассортимента услуг как направление оптимизации деятельности по удовлетворению потребностей потребителя.

Необходимость учета индивидуальных характеристик потребителя при удовлетворении его потребностей в ходе обслуживания. Индивидуализация услуг и обслуживания как тенденция развития современного сервиса. Понятие «кастомизация». Прямой (индивидуализированный) маркетинг.

Необходимость организации массового обслуживания при предоставлении отдельных видов услуг. Теория массового обслуживания как теоретическая основа решения вопросов эффективности конструирования и эксплуатации систем массового обслуживания. Цель, предмет, понятийно-терминологический аппарат теории массового обслуживания.

#### *План изучения темы*

1. Изучение потребителя как объекта сервисной деятельности.
2. Оптимизация деятельности по удовлетворению потребностей потребителя посредством услуг.
3. Индивидуализация услуг и обслуживания.
4. Организация массового обслуживания.

#### *Задание для самостоятельной работы*

Выполнение задания для самостоятельной работы возможно в двух вариантах.

Вариант I. «Опыт предприятия индустрии и инфраструктуры туризма в оптимизации деятельности по удовлетворению потребностей потребителя посредством услуг».

Вариант II. «Опыт предприятия индустрии и инфраструктуры туризма по индивидуализации услуг и обслуживания».

Материал для выполнения задания (независимо от варианта) — содержание специализированной литературы, специализированных журналов, сайтов, публикаций в СМИ и т.п. Выполненное

задание (независимо от варианта) представляет собой описание опыта конкретного предприятия (в зависимости от варианта). Опыт может быть связан с реализацией направления, не отраженного в содержании темы, охватывать одно или несколько направлений. Ссылка на источник информации обязательна.

### Литература

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М., 2006. § 12.3 (в. 3); 13.1 (в. 1).
2. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. М., 2010. С. 150—151 (в. 3); 36—37 (в. 4).
3. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства. М., 2005. С. 45 (в. 3).
4. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. СПб., 2008. Гл. 9 (в. 1).
5. Лабскер Л.Г., Бабешко Л.О. Теория массового обслуживания в экономической сфере. М., 1998 (в. 4).

### **5.3. Основные направления оптимизации деятельности по улучшению обслуживания на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма**

#### *Аннотация темы*

Значение регулярной работы с потребителем для предприятия индустрии и инфраструктуры туризма, оказывающего услуги. Цели работы предприятия с потребителем. Факторы, влияющие на ее организацию и содержание: противоречия между интересами предприятий и потребителей; наличие причин, препятствующих обращению потребителей; отношение к работе с потребителем; различие субъективных требований потребителя к качеству услуг и обслуживания; возможности предприятия.

Необходимость обеспечения доступности услуг предприятия индустрии и инфраструктуры туризма для потребителя. Местоположение предприятия; факторы, определяющие выбор местоположения предприятия сервиса (транспортная доступность, ассортимент услуг, цена на услугу). Рациональное размещение

отдельных предприятий: признаки, показатели. Режим работы предприятия: понятие, требования.

Необходимость обеспечения условий для контакта исполнителя и потребителя. Организация пространственной среды контактной зоны предприятия индустрии и инфраструктуры туризма (интерьер помещения, микроклиматические условия, звуковое сопровождение). Общие требования к организации контактной зоны. Особенности организации контактной зоны предприятия в зависимости от вида предоставляемых услуг. Безопасность контактной зоны.

Необходимость обеспечения соответствия персонала особенностям труда на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма. Требования к персоналу предприятия. Требования к работнику (сотруднику) контактной зоны: требования к опыту личности (к знаниям, умениям, навыкам), к устойчивым особенностям психических процессов (к восприятию, вниманию, памяти, мышлению), к биологически обусловленным особенностям личности (к способностям, темпераменту, характеру) работника контактной зоны. Роль физической выносливости, подвижности нервной системы, эмпатии, находчивости и чувства юмора в профессиональной деятельности работника контактной зоны. Требования к профессиональному поведению работника контактной зоны. Основные направления работы с персоналом на предприятии.

#### *План изучения темы*

1. Организация работы с потребителем на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма.
2. Обеспечение доступности услуг предприятия индустрии и инфраструктуры туризма.
3. Обеспечение условий для контакта исполнителя и потребителя.
4. Обеспечение соответствия персонала особенностям труда на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма.

### *Задание для самостоятельной работы*

Выполнение задания для самостоятельной работы возможно в двух вариантах.

Вариант I. «Доступность услуг предприятия индустрии и инфраструктуры туризма».

Вариант II. «Условия для контакта исполнителя и потребителя на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма».

Задание (независимо от варианта) выполняется на примере любого конкретного предприятия г. Нижневартовска, которое можно отнести (реально или потенциально) к элементам индустрии или инфраструктуры туризма.

Последовательность выполнения задания.

1. Ознакомиться с содержанием учебного материала (в соответствии с вариантом задания).

2. На основе учебного материала составить план описания предприятия, его местоположения, особенности организации и пр.

3. Описать предприятие, его местоположение, особенности организации и пр. по составленному плану.

4. Сделать вывод о доступности услуг предприятия или обеспечении условий для контакта исполнителя и потребителя на предприятии (в соответствии с вариантом задания).

### **Литература**

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М., 2006. § 8.4 (в. 3); 12.2 (в. 4).

2. Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг: экономика. М., 2007. Т. 13 (в. 4).

3. Бутко И.И. Туристический бизнес: основы организации. Ростов н/Д, 2007. С. 318—331 (вв. 3, 4).

4. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. М., 2010. С. 54—60 (в. 4).

5. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. М., 2006. С. 122—130 (вв. 1, 2).

6. Лойко О.Т. Сервисная деятельность. М., 2008. С. 44—47 (вв. 3, 4).

7. Романович Ж.А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность. М., 2006. С. 39—42 (в. 3, 4).

8. Садохин А.П. Сервисология: человек и его потребности. М., 2009. П. 5.10 (в. 3).
9. Федцов В.Г. Культура сервиса. М., 2000. С. 14—21, 44—56 (в. 4).

#### **5.4. Основные направления деятельности по выполнению требований к услугам и обслуживанию**

##### *Аннотация темы*

Необходимость обеспечения качества услуг и обслуживания. Понятия «качество услуги», «качество обслуживания», «свойства услуги», «свойства обслуживания», «показатель качества». Производственные, функциональные, потребительские свойства услуги и оценка качества услуги и обслуживания. Показатели качества услуги. Показатели качества обслуживания. Факторы, формирующие качество услуг и обслуживания. Виды контроля за качеством услуг. Государственная деятельность по регулированию, управлению и надзору за качеством услуг (стандартизация, сертификация, лицензирование).

Необходимость обеспечения безопасности услуг и обслуживания. Сущность безопасности в сфере сервиса. Виды безопасности. Источники опасности и угроз. ГОСТ Р 50644-2009 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов»: факторы, влияющие на безопасность, источники опасности и рисков, способы снижения рисков, меры по обеспечению безопасности.

Необходимость обеспечения высокой культуры обслуживания. Культура сервисной деятельности: понятие, компоненты. Культура деятельности персонала как многокомпонентное понятие. Понятие «культура обслуживания (сервиса)». Этика обслуживания как компонент культуры обслуживания. Профессиональная этика и профессиональное поведение сотрудника предприятия сервиса. Эстетика обслуживания как компонент культуры обслуживания.

Необходимость обеспечения доступности услуг и обслуживания для всех категорий потребителей. Возможности ограничения в предоставлении услуг и обслуживании отдельных категорий потребителей. Возможность отказа в предоставлении услуг и обслуживании.

Необходимость следования принципам и соблюдения норм современного сервиса. Нормы современного сервиса, их значение для организации обслуживания. Принципы современного сервиса, их значение для организации обслуживания.

#### *План изучения темы*

1. Обеспечение качества услуг и обслуживания.
2. Обеспечение безопасности услуг и обслуживания.
3. Обеспечение высокой культуры обслуживания.
4. Обеспечение доступности услуг и обслуживания для всех категорий потребителей.
5. Организация деятельности исполнителя на основе принципов и норм современного сервиса.

#### *Задание для самостоятельной работы*

«Опыт предприятия индустрии и инфраструктуры туризма по реализации основных направлений деятельности по выполнению требований к услугам и обслуживанию».

Материал для выполнения задания — содержание специализированной литературы, специализированных журналов, сайтов, публикаций в СМИ и т.п. Выполненное задание представляет собой описание опыта конкретного предприятия по реализации основных направлений деятельности по выполнению требований к услугам и обслуживанию. Опыт может быть связан с реализацией направления, не отраженного в содержании темы, охватывать одно или несколько направлений. Ссылка на источник информации обязательна.

#### **Литература**

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М., 2006. § 9.1, 9.2 (вв. 1, 2); 9.3, 9.4 (в. 3).
2. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. М., 2010. С. 14—15, 60—64 (в. 3); 19—20 (в. 5).
3. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. М., 2006. С. 107—117 (в. 1).

4. ГОСТ 15467-79. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения (в. 1).
5. ГОСТ Р 50644-2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов (в. 2).
6. ГОСТ Р 50691-94. Модель обеспечения качества услуг (в. 1).
7. Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность. М., Ростов н/Д, 2006. С. 32—40 (в. 3).
8. Осипова О.Я. Транспортное обслуживание туристов. М., 2004. С. 83—90 (в. 4).
9. Романович Ж.А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность. М., 2006. С. 54—76 (вв. 1, 2).
10. Садохин А.П. Сервисология: человек и его потребности. М., 2009. С. 73 (в. 5).
11. Сервисная деятельность / Под ред. В.К.Романович. СПб., 2006. С. 76—77 (в. 5).
12. Федцов В.Г. Культура сервиса. М., 2000. Гл. 2, 3 (в. 3).

## Раздел 6

# ПРАКТИКУМ НА ПРЕДПРИЯТИИ ИНДУСТРИИ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА

### 6.1. Цели и задачи практикума

#### *Цели практикума*

Практикум направлен на формирование общего представления о предприятии (учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма как объекте будущей профессиональной деятельности, о направлениях его работы по удовлетворению потребностей клиентов посредством производства услуг и обслуживания, о характере его взаимодействия с потребителем услуг; о месте и роли студента как будущего сотрудника в структуре объекта практикума.

#### *Задачи практикума*

1. Формирование общего представления о предприятии (учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма как субъекте сервисной деятельности.
2. Ознакомление с процессом оказания услуг как основным направлением деятельности предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма, его спецификой и структурой.
3. Установление связи между процессом оказания услуги и особенностями организации предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма, особенностями деятельности и структуры его персонала.
4. Анализ организации обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма.
5. Анализ эффективности обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма.
6. Формирование компетенций, необходимых для осуществления основных видов профессиональной деятельности (проектной, производственно-технологической, организационно-управленческой, сервисной и научно-исследовательской).



## *Виды деятельности студентов*

1. Сбор информации о предприятии (учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма (посредством методов наблюдения, беседы, анализа документов и пр.).

2. Составление характеристики предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма как субъекта сервисной деятельности.

3. Описание, анализ специфики и структуры процесса оказания услуг как основы деятельности предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма.

4. Анализ видов и форм обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма.

5. Оценка эффективности обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма.

6. Составление отчета по итогам практикума.

## **6.2. Программа практикума**

### ***Тема 1. Общая характеристика предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма***

**Задание 1.** Общая характеристика предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма:

1. Полное название;
2. Год основания;
3. Осуществляемый вид деятельности;
4. Уровень специализации;
5. Мощность (критерий — численность персонала);
6. Оценка деятельности независимыми экспертами (дипломы, грамоты, иные награды).

Выполненное задание представляет собой связное описание предприятия (учреждения) по приведенному плану (пп. 1—6).

**Задание 2.** Услуги предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма:

1. Номенклатура (ассортимент) оказываемых услуг;
2. Характеристика оказываемых услуг.

Последовательность выполнения задания.

1. Перечислить все услуги, оказываемые предприятием (учреждением) индустрии и инфраструктуры туризма.

2. Составить характеристику двух услуг (по выбору студента), оказываемых предприятием (учреждением). Для составления характеристики необходимо заполнить таблицу на основе содержания темы 1.3 «Продукция индустрии и инфраструктуры туризма»; определить вид каждой услуги в зависимости от классификационного признака и отразить это в таблице. В четвертом столбце таблицы вместо слова «Услуга» следует написать, какая конкретно услуга характеризуется; далее поставить любой знак (V, +, X и т.п.) напротив того вида услуги, к которому ее следует отнести. Аналогичным образом составляется характеристика второй услуги.

Основание классификации услуг	Классификационный признак	Виды услуг	Услуга

**Задание 3.** Потребители услуг предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма:

1. Потребители услуг предприятия (учреждения) с точки зрения их потребностей;

2. Потребители услуг предприятия (учреждения) с точки зрения их социально-культурных и социально-демографических характеристик;

3. Потребители услуг предприятия (учреждения) с точки зрения их массовости.

Последовательность выполнения задания.

1. Перечислить потребности потребителей, удовлетворяемые посредством услуг данного предприятия (учреждения). Удобнее всего взять за основу классификацию потребностей на первичные и вторичные.

2. Охарактеризовать потребителей услуг предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма в целом с точки зрения их социально-культурных (субкультура, образование, образ и стиль жизни) и социально-демографических (социальное положение, возраст, пол, семейное положение) характеристик. Характеристика должна носить общий характер, основываться на результатах личных наблюдений студента и его бесед с сотрудниками

предприятия (учреждения), не включать сведения, представляющие коммерческую тайну или нарушающие требования Федерального закона о персональных данных.

3. Охарактеризовать потребителей услуг предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма в целом с точки зрения их массовости. Характеристика должна показать, есть ли среди потребителей услуг данного предприятия (учреждения) индивиды, коллективы (группы), корпорации (корпоративные клиенты). Характеристика должна носить общий характер, основываться на результатах личных наблюдений студента и его бесед с сотрудниками предприятия (учреждения), не включать сведения, представляющие коммерческую тайну или нарушающие требования Федерального закона о персональных данных.

После выполнения заданий 1—3 следует сделать вывод. Вывод следует отразить в Отчете по итогам практикума. Требования к содержанию вывода установить самостоятельно на основе формулировки темы 1 «Общая характеристика предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма».

## ***Тема 2. Процесс оказания услуги на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма***

Задания по данной теме выполняются на примере процесса оказания одной из услуг, охарактеризованных в задании 2 (п. 2) темы 1. Материал для раскрытия темы — результаты наблюдения студента за процессом оказания этой услуги.

**Задание 1.** Этапы процесса оказания услуги.

Выполненное задание представляет собой поэтапное описание процесса оказания услуги. Описание должно быть кратким (без лишних подробностей), фиксировать этапы процесса оказания услуги и отражать правильную последовательность этих этапов. Описание может быть представлено в форме текста, таблицы, структурно-логической схемы.

**Задание 2.** Срок оказания услуги.

Срок оказания услуги определяется по формуле:

$$T_{\text{усл.}} = T_{\text{пр.}} + T_{\text{н.п.}} + T_{\text{выд.}}$$

где  $T_{пр.}$  — длительность приема заказа;

$T_{п.л.}$  — длительность процесса выполнения (производства) услуги;

$T_{выд.}$  — длительность выдачи заказа.

**Задание 3.** Процесс выполнения (производства) услуги:

1. Компоненты производственного процесса (предмет труда (объект услуги), средства труда, труд);
2. Структура производственного процесса (содержание основных (технологических) и вспомогательных (нетехнологических) производственных процессов);
3. Тип производства;
4. Метод организации производства.

Выполненное задание представляет собой связное описание процесса выполнения (производства) услуги по приведенному плану (пп. 1—4).

**Задание 4.** Процесс обслуживания потребителя:

1. Прием заказа;
2. Обслуживание потребителя в ходе выполнения услуги;
3. Выдача заказа.

Выполненное задание представляет собой связное описание процесса обслуживания потребителя при оказании услуги по приведенному плану (пп. 1—3).

После выполнения заданий 1—4 следует сделать вывод. Вывод следует отразить в Отчете по итогам практикума. Он должен содержать ответы на вопросы:

1. Совпадают или не совпадают во времени процесс выполнения данной услуги и процесс обслуживания;
2. Разделены или не разделены в пространстве процесс выполнения данной услуги и процесс обслуживания;
3. Кем осуществляются процессы выполнения данной услуги и обслуживания: одним и тем же исполнителем или разными;
4. Есть ли особенности в определении срока оказания данной услуги;
5. Есть ли особенности процесса выполнения (производства) данной услуги; если есть, то какие;
6. Есть ли особенности в процессе обслуживания потребителя при предоставлении данной услуги; если есть, то какие;
7. Есть ли связь между видом услуги и процессом ее оказания (включая срок); если есть, то в чем она выражается.

### **Тема 3. Процесс оказания услуги и особенности предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма**

**Задание 1.** Особенности организации предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма.

Для выполнения задания следует построить графическую модель предприятия (учреждения). За ее основу следует взять модели, воспроизведенные Аванесовой Г.А. (см.: Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М.: Аспект Пресс, 2006. П. 11.3, рис. 10) или Лойко О.Т. (см.: Лойко О.Т. Сервисная деятельность. М.: ИЦ «Академия», 2008. П. 2.1, рис. 2.2). Модель, построенная студентом, должна быть конкретизирована (в соответствии с характеристиками предприятия (учреждения)) и отразить особенности организации предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма.

**Задание 2.** Особенности деятельности и структуры персонала предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма.

Особенности деятельности персонала предприятия (учреждения) раскрываются посредством выделения и описания трех ее компонентов: управленческого, технологического и «человеческого» (Велединский В.Г.).

Особенности структуры персонала раскрываются в двух таблицах.

#### **Структура персонала (1)**

Функции персонала	Категории	Должности
Производственный персонал	Основной персонал	
	Вспомогательный персонал	
Управленческий персонал	Руководители	
	Специалисты	
	Технические исполнители	

#### **Структура персонала (2)**

Функции персонала	Должности
Front-office	
Back-office	

После выполнения заданий 1—2 следует сделать вывод. Вывод следует отразить в Отчете по итогам практикума. Вывод должен содержать ответы на вопросы:

1. Каковы особенности организации предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма;

2. Обусловлены ли особенности организации предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма спецификой процесса оказания услуг; если да, то как эта обусловленность проявляется;

3. Каковы особенности деятельности персонала предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма;

4. Обусловлены ли особенности деятельности персонала предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма спецификой процесса оказания услуг; если да, то как эта обусловленность проявляется;

5. Каковы особенности структуры персонала предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма;

6. Обусловлены ли особенности структуры персонала предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма спецификой процесса оказания услуг; если да, то как эта обусловленность проявляется.

#### ***Тема 4. Организация обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма***

**Задание 1.** Виды обслуживания при оказании услуг предприятия (учреждения):

1. Виды обслуживания по содержанию (характеру);

2. Виды обслуживания в зависимости от массовости потребителя;

3. Виды обслуживания в зависимости от количества контактов исполнителя и потребителя.

Для выполнения задания следует выделить и описать виды обслуживания на предприятии (в учреждении) по приведенному плану (пп. 1—3).

**Задание 2.** Уровни обслуживания при оказании услуг предприятия (учреждения):

1. Виды услуг предприятия (учреждения) по классности и уровни обслуживания;

2. Виды услуг предприятия (учреждения) по вкладу в удовлетворение потребности и уровни обслуживания;

3. Категории потребителей услуг предприятия (учреждения) и уровни обслуживания.

Для выполнения задания следует выделить и описать уровни обслуживания на предприятии (в учреждении) по приведенному плану (пп. 1—3).

**Задание 3.** Формы обслуживания на предприятии (в учреждении):

1. Формы обслуживания по затратам времени и степени удобства для потребителя, по стратегии обслуживания, по наличию контакта исполнителя и потребителя;

2. Формы обслуживания по месту оказания услуги, по способу приема заказа, по срокам исполнения заказа, по методу организации взаимодействия с потребителем, по способу расчета.

Для выполнения задания следует выделить и описать формы обслуживания на предприятии (в учреждении) по приведенному плану (пп. 1—2).

**Задание 4.** Особенности этапов процесса обслуживания при оказании услуги на предприятии (в учреждении).

Для выполнения задания следует заполнить таблицу на примере процесса обслуживания при предоставлении одной из услуг, охарактеризованных в задании 2 (п. 2) темы 1. Услуга по вкладу в удовлетворение потребности должна быть основной. Материал для выполнения задания — результаты наблюдения студента за процессом обслуживания.

Этап	Содержание этапа	Персонал, взаимодействующий с потребителем	Действия исполнителя
Прием заказа			
Обслуживание потребителя в ходе выполнения услуги			
Выдача заказа			
Последующий контакт с потребителем			

После выполнения заданий 1—4 следует сделать вывод. Вывод следует отразить в Отчете по итогам практикума. Вывод должен содержать ответы на вопросы:

1. Почему на данном предприятии (в учреждении) обслуживание осуществляется именно в таких формах по затратам времени и степени удобства для потребителя, по стратегии обслуживания, по наличию контакта исполнителя и потребителя;

2. Почему на данном предприятии (в учреждении) обслуживание осуществляется именно в таких формах по месту оказания услуги, по способу приема заказа, по срокам исполнения заказа, по методу организации взаимодействия с потребителем, по способу расчета;

3. Чем обусловлены особенности этапов процесса обслуживания на данном предприятии (в учреждении).

### ***Тема 5. Эффективность обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма***

**Задание 1.** Оптимальность процесса оказания услуги:

1. Сокращение срока оказания услуги;
2. Учет свойств и специфических особенностей услуги в организации процесса оказания услуги.

Выполненное задание представляет собой описание опыта предприятия (учреждения) по приведенному плану (пп. 1—2) в форме двух таблиц.

#### **Сокращение срока оказания услуг (1)**

Услуга	Возможность и целесообразность сокращения срока оказания данной услуги	Способы сокращения срока оказания данной услуги

В первом столбце следует перечислить услуги, оказываемые предприятием (учреждением). Если ассортимент услуг широкий, следует перечислить только основные услуги. Возможность и целесообразность сокращения срока оказания услуги во втором столбце обозначить знаком «+» или «-». В случае возможности и целесообразности сокращения срока в третьем столбце перечислить способы сокращения срока, применяемые на предприятии (в учреждении) или указать их отсутствие.



**Учет свойств и специфических особенностей услуги  
в организации процесса оказания услуги (2)**

Свойство услуги	Меры по преодолению неудобств для производителей в процессе оказания услуги	Меры по преодолению неудобств для потребителей в процессе оказания услуги
неосвязаемость		
нераздельность производства и потребления		
неспособность к хранению		
непостоянство качества		
потребитель как «часть» услуги		

Таблицу целесообразно разместить на развороте листа. Во втором и третьем столбцах следует перечислить конкретные меры, предпринимаемые на предприятии (в учреждении).

**Задание 2.** Деятельность по удовлетворению потребностей потребителя:

1. Изучение потребителя услуг предприятия (учреждения) как объекта сервисной деятельности;
2. Ассортимент услуг;
3. Учет индивидуальных характеристик потребителя при удовлетворении его потребностей в ходе обслуживания.

Последовательность выполнения задания.

1. Перечислить и описать маркетинговые и иные исследования потребителей, проводимые (проводившиеся) непосредственно персоналом предприятия (учреждения) или по их заказу. Описание не должно включать сведения, представляющие коммерческую тайну или нарушающие требования федерального закона о персональных данных.

2. Перечислить те услуги предприятия (учреждения) из ассортимента, составленного для выполнения задания 2 темы 1, которые стали оказываться на предприятии (в учреждении) в последнее время; указать (по возможности) причины их включения в ассортимент.

3. Описать процесс оказания услуги конкретному потребителю с точки зрения учета его индивидуальных характеристик; при этом обязательно указать, какая именно индивидуальная характеристика учитывается. Описание можно отразить в форме текста или таблицы.

**Задание 3.** Деятельность по организации обслуживания потребителей:

1. Основные направления работы с потребителем.
2. Доступность услуг предприятия (учреждения) для потребителя.
3. Условия для контакта исполнителя и потребителя: организация пространственной среды контактной зоны.

Последовательность выполнения задания.

1. Заполнить таблицу.

Направление работы с потребителем	Формы, способы реализации
Привлечение потребителя	
Обеспечение положительного сотрудничества с потребителем	
Закрепление потребителя в качестве постоянного	
Использование потребителя как носителя положительной информации об объекте туристской индустрии	

Во втором столбце перечисляются конкретные меры, мероприятия и пр., которые осуществляются персоналом предприятия для реализации каждого направления работы с потребителем. Таким образом, информация в этом столбце представляет собой ответы на вопросы: «Что делают на предприятии, чтобы привлечь потребителя?», «Что делают на предприятии, чтобы сотрудничество с потребителем было положительным (т.е. результативным и взаимовыгодным)?», «Что делают на предприятии, чтобы потребитель обратился на предприятие снова?», «Что делают на предприятии, чтобы потребитель остался доволен качеством услуг и обслуживания, распространял положительную информацию о предприятии?».

2. Связное описание предприятия (учреждения) по плану:

1) степень близости предприятия (учреждения) к потребителю: местоположение по отношению к торговым, культурным, спортивным и иным объектам, транспортным магистралям;

2) ценовая доступность услуг предприятия (учреждения) для потребителя;

3) режим работы предприятия (учреждения). Оценка режима работы с точки зрения сотрудников предприятия. Оценка режима работы с точки зрения потребителя;

4) система коммуникации между предприятием (учреждением) и потребителем (наличие / отсутствие, суть, целесообразность).

3. Связное описание контактной зоны по плану:

3.1. Интерьер помещения:

3.1.1. Архитектура помещения;

3.1.2. Цветовое решение;

3.1.3. Приемы освещения;

3.1.4. Декоративные элементы;

3.1.5. Рабочие места персонала;

3.1.6. Мебель для обслуживаемых посетителей;

3.1.7. Мебель для ожидающих посетителей;

3.1.8. Форма представления информации для потребителей, ее доступность;

3.1.9. Вспомогательные приспособления (при наличии), их целесообразность.

3.2. Микроклиматические условия в помещении (оптимальность температурного режима, влажности воздуха, уровня шума);

3.3. Звуковое сопровождение (наличие/отсутствие, при наличии — его целесообразность);

3.4. Единый стиль контактной зоны (наличие/отсутствие), как он проявляется;

3.5. Форменная одежда сотрудников или ее отдельные элементы, аксессуары (наличие/отсутствие);

3.6. Безопасность помещения;

3.7. Соответствие контактной зоны профилю предприятия (учреждения), содержанию его деятельности. Индивидуальный стиль (наличие/отсутствие; при наличии — чем обусловлен).

Описание контактной зоны сопровождается ее планом (схемой) или фотографиями с необходимыми пояснениями, заголовками, легендами и пр.

**Задание 4.** Культура обслуживания на предприятии (учреждении).

Задание выполняется на основе наблюдения за ходом процесса обслуживания конкретного потребителя. Результаты наблюдения следует отразить в двух таблицах.

#### **Ключевые компетенции сотрудника (1)**

Ключевая компетенция сотрудника	Проявления в поведении, поступках сотрудника	Проявления в речи сотрудника
Клиентоориентированность		
Инициатива в установлении контакта		
Навыки презентации услуги		
Умение установить продуктивные отношения с потребителем		
Умение аргументировать и убеждать		
Стрессоустойчивость		

Информация в столбцах 2 и 3 представляет собой ответы на вопросы: «Как в поведении сотрудника проявляется клиентоориентированность? Как в речи сотрудника при его общении с потребителем проявляется клиентоориентированность?», «Как в поведении сотрудника проявляется инициатива в установлении контакта с потребителем? Как она проявляется в речи сотрудника при его общении с потребителем?» и т.д.

#### **Профессиональное поведение сотрудника (2)**

Требования к профессиональному поведению сотрудника	Проявления в поведении, поступках сотрудника	Проявления в речи сотрудника
Доброжелательность		
Приветливость, вежливость		
Любезность		
Сдержанность		

Тактичность		
Эрудированность		
Забота о чести предприятия		
Профессиональное мастерство		

Информация в столбцах 2 и 3 представляет собой ответы на вопросы: «Как в поведении сотрудника проявляется доброжелательность? Как в речи сотрудника при его общении с потребителем проявляется доброжелательность?», «Как в поведении сотрудника проявляются приветливость, вежливость? Как они проявляются в речи сотрудника при его общении с потребителем?» и т.д.

После выполнения заданий 1—4 следует сделать вывод. Вывод следует отразить в Отчете по итогам практикума. Вывод должен содержать ответы на вопросы:

1. Как влияет сокращение срока оказания услуг на эффективность обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма;

2. Как влияет учет свойств и специфических особенностей услуги в организации процесса оказания услуги на эффективность обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма;

3. Как влияет изучение потребителя услуг предприятия (учреждения) как объекта сервисной деятельности на эффективность обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма;

4. Как влияет ассортимент услуг и его расширение на эффективность обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма;

5. Как влияет учет индивидуальных характеристик потребителя при удовлетворении его потребностей в ходе обслуживания на эффективность обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма;

6. Как влияет работа предприятия (учреждения) с потребителем на эффективность обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма;

7. Как влияет доступность услуг предприятия (учреждения) для потребителя на эффективность обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма;

8. Как влияет организация пространственной среды контактной зоны на эффективность обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма;

9. Как влияют ключевые компетенции и профессиональное поведение сотрудника на эффективность обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма.

### **6.3. Методические рекомендации по составлению и оформлению отчета по итогам практикума**

#### **1. Общие требования.**

1. Отчет является индивидуальной формой отчетности и составляется после выполнения всех заданий практикума.

2. Отчет оформляется от руки на листах формата А4; листы нумеруются и сшиваются.

3. Стил ь изложения — научный.

4. Структура отчета должна соответствовать приведенным ниже требованиям.

5. Отчет сдается в установленные сроки.

#### **2. Структура отчета.**

1. Заголовок (текст по центру листа).

Отчет студента (ки) \_\_ курса  
факультета культуры и сервиса

отделения социальных технологий и сервисной деятельности  
(направление подготовки 100400.68 — «Туризм»)

Нижевартовского государственного университета

Фамилия, имя, отчество (в родительном падеже)

о прохождении практикума

2. Организационная часть.

Место прохождения практикума: (полное название предприятия (учреждения)).

Руководитель предприятия (учреждения): ...

Сотрудник предприятия (специалист-наставник): ...

3. Основная часть.

3.1. Общий вывод по теме 1 «Общая характеристика предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма как субъекта сервисной деятельности» из программы практикума.

3.2. Общий вывод по теме 2 «Процесс оказания услуги на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма» из программы практикума.

3.3. Общий вывод по теме 3 «Процесс оказания услуги и особенности предприятия (учреждения) индустрии и инфраструктуры туризма» из программы практикума.

3.4. Общий вывод по теме 4 «Организация обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма» из программы практикума.

3.5. Общий вывод по теме 5 «Эффективность обслуживания на предприятии (в учреждении) индустрии и инфраструктуры туризма» из программы практикума.

3.6. Оценка уровня своей теоретической подготовки: какие знания были необходимы для выполнения заданий практикума, какие знания из приобретенных в ходе изучения учебных дисциплин оказались востребованными для выполнения заданий практикума, какие знания были закреплены или приобретены в ходе выполнения заданий практикума, какими знаниями студент еще не обладает.

3.7. Оценка своих практических умений и навыков: какие практические умения и навыки были необходимы для выполнения заданий практикума, какие умения и навыки из сформированных на учебных занятиях оказались востребованными в ходе выполнения заданий практикума, какие умения и навыки были закреплены или сформированы в ходе выполнения заданий практикума, какие умения и навыки еще не сформированы.

## ТЕМЫ ДОКЛАДОВ И РЕФЕРАТОВ

1. Индустрия туризма как институт экономики.
2. Инфраструктура туризма как институт экономики.
3. Услуга как продукт труда индустрии и инфраструктуры туризма.
4. Туристские потребности и средства их удовлетворения.
5. Роль индустрии и инфраструктуры туризма в удовлетворении туристских потребностей.
6. Основные виды деятельности в индустрии и инфраструктуре туризма.
7. Предприятие, организация, учреждение как единицы индустрии и инфраструктуры туризма.
8. Место туризма в системе хозяйства.
9. Основные подходы к решению проблемы разделения индустрии и инфраструктуры туризма.
10. Проблема соотношения индустрии и инфраструктуры туризма.
11. Виды индустрии и инфраструктуры туризма.
12. Типы национальных индустрий туризма.
13. Значение и роль индустрии и инфраструктуры туризма.
14. Подходы к определению состава индустрии и инфраструктуры туризма.
15. Туроператоры и турагенты в индустрии туризма.
16. Сектор транспорта в индустрии туризма.
17. Инфраструктура транспорта: общая характеристика и значение для туризма.
18. Сектор размещения в системе туризма.
19. Статус предприятий общественного питания в системе туризма.
20. Туристский информационный центр как элемент индустрии туризма.
21. Сектор досуга и развлечений в системе туризма.
22. Производители туристских товаров, их статус в системе туризма.
23. Услуги проката в туризме, статус их исполнителей в системе туризма.



24. Страхование услуги в туризме, статус их исполнителей в системе туризма.
25. Финансовые и банковские услуги в туризме, статус их исполнителей в системе туризма.
26. Производственная инфраструктура в туризме.
27. Учреждения, осуществляющие подготовку и переподготовку кадров для сферы туризма и их статус в системе туризма.
28. Учреждения, ведущие фундаментальные и прикладные научные исследования в сфере туризма, и их статус в системе туризма.
29. Рыночная инфраструктура в туризме.
30. Институциональная инфраструктура туризма.
31. Процесс оказания услуги и его влияние на организацию обслуживания.
32. Свойства услуги и их влияние на процесс оказания услуги.
33. Потребитель как объект и субъект сервисной деятельности предприятия индустрии и инфраструктуры туризма.
34. Потребительское поведение и его значение для исполнителя услуг.
35. Индивидуальные характеристики потребителя и их значение для исполнителя услуг.
36. Взаимодействие исполнителя и потребителя услуги.
37. Исполнитель как субъект сервисной деятельности.
38. Особенности предприятия индустрии и инфраструктуры туризма как производственной единицы.
39. Особенности организации предприятия индустрии и инфраструктуры туризма.
40. Особенности деятельности и структуры персонала предприятия индустрии и инфраструктуры туризма.
41. Требования к услугам и обслуживанию на предприятиях индустрии и инфраструктуры туризма.
42. Основные подходы к определению составляющих процесса обслуживания на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма.
43. Этапы обслуживания при оказании услуг разных видов.
44. Виды обслуживания на предприятиях индустрии и инфраструктуры туризма.

45. Уровни обслуживания на предприятиях индустрии и инфраструктуры туризма.

46. Формы обслуживания на предприятиях индустрии и инфраструктуры туризма.

47. Обслуживание и удовлетворение потребностей потребителя услуг индустрии и инфраструктуры туризма.

48. Оптимизация процесса оказания услуг на предприятиях индустрии и инфраструктуры туризма.

49. Индивидуализация услуг и обслуживания на предприятиях индустрии и инфраструктуры туризма.

50. Работа с потребителем на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма.

51. Доступность услуг предприятия индустрии и инфраструктуры туризма и ее обеспечение.

52. Условия для контакта исполнителя и потребителя услуг индустрии и инфраструктуры туризма.

53. Качество услуг и обслуживания на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма и его обеспечение.

54. Безопасность услуг и обслуживания на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма и ее обеспечение.

55. Культура обслуживания на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма.

56. Организация деятельности предприятия индустрии и инфраструктуры туризма на основе принципов и норм современного сервиса.

## ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Исходной целью предприятия индустрии и инфраструктуры туризма является:

- а) извлечение прибыли;
- б) обслуживание населения;
- в) производство услуг населению;
- г) удовлетворение потребностей населения.

Процесс, лежащий в основе деятельности предприятия индустрии и инфраструктуры туризма как производственной единицы, —

- а) извлечение прибыли;
- б) обслуживание населения;
- в) производство услуг населению;
- г) оказание услуг населению;
- д) удовлетворение потребностей населения.

Деление предприятий индустрии и инфраструктуры туризма на предприятия с цеховой структурой и предприятия с бесцеховой структурой — это их классификация:

- а) по мощности;
- б) по производственной структуре и форме организации;
- в) по типу производства;
- г) по порядку сбора и реализации заказов;
- д) по методу обслуживания потребителя;
- е) по отраслевому принципу.

Особенность организации предприятия индустрии и инфраструктуры туризма —

- а) наличие производственных площадей;
- б) наличие back-office (бэк-офиса);
- в) наличие front-office (фронт-офиса);
- г) наличие производственной структуры;
- д) наличие персонала.

Особенность структуры персонала предприятия индустрии и инфраструктуры туризма —

- а) наличие производственного персонала;
- б) наличие back-office (бэк-офис) персонала;
- в) наличие front-office (фронт-офис) персонала;

- г) наличие управленческого персонала;
- д) наличие вспомогательного персонала.

Свойство услуги, заключающееся в уникальности каждой услуги, — это

- а) неосязаемость услуги;
- б) нераздельность производства и потребления услуги;
- в) неспособность услуги к хранению;
- г) отсутствие передачи потребителю прав собственности на услугу;
- д) гетерогенность услуги.

Свойство услуги, заключающееся в использовании потребителем в течение определенного времени труда производителя или какого-либо материального объекта, — это

- а) неосязаемость услуги;
- б) нераздельность производства и потребления услуги;
- в) неспособность услуги к хранению;
- г) непостоянство качества услуги;
- д) отсутствие передачи потребителю прав собственности на услугу.

Выделение видов услуг по степени проявления свойств услуги, по вкладу в удовлетворение потребности, по функциональному назначению, по отраслевому признаку — это классификация услуг:

- а) по характеру услуги;
- б) по характеру производства услуги;
- в) по характеру распределения и потребления услуги.

Результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя — это ... .

Выделение видов услуг по функциональной направленности, по взаимозаменяемости и связи с товарами, по степени массовости потребителя, по удаленности исполнителя и потребителя — это классификация услуг:

- а) по характеру услуги;
- б) по характеру производства услуги;
- в) по характеру распределения и потребления услуги.

Деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги — это ... .

В совокупность понятий, раскрывающую сущность обслуживания, не включается:

- а) понятие «исполнитель»;
- б) понятие «потребитель»;
- в) понятие «взаимодействие»;
- г) понятие «услуга»;
- д) понятие «сервис».

Этапом процесса оказания услуги не является:

- а) труд производителя;
- б) процесс выполнения услуги;
- в) прием заказа;
- г) выдача заказа;
- д) обслуживание потребителя в ходе выполнения услуги.

В структуру процесса оказания услуги не включается(-ются):

- а) труд производителя;
- б) основные (технологические) процессы;
- в) вспомогательные (нетехнологические) процессы;
- г) ручные операции;
- д) автоматизированные операции.

Процесс выполнения услуги и процесс обслуживания потребителя:

- а) всегда совпадают во времени;
- б) никогда не совпадают во времени;
- в) могут совпадать или не совпадать во времени.

Процесс выполнения услуги и процесс обслуживания потребителя:

- а) всегда разделены в пространстве;
- б) никогда не разделены в пространстве;
- в) могут быть разделены или не разделены в пространстве.

Наиболее существенной характеристикой потребителя, оказывающей влияние на организацию обслуживания, является:

- а) наличие образования;
- б) наличие потребностей;

- в) возраст;
- г) пол;
- д) скорость принятия решений при заказе услуги.

Социально-демографической характеристикой потребителя, оказывающей влияние на организацию обслуживания, является:

- а) наличие образования;
- б) наличие потребностей;
- в) семейное положение;
- г) темперамент;
- д) скорость принятия решений при заказе услуги.

Личностно-психологической характеристикой потребителя, оказывающей влияние на организацию обслуживания, является:

- а) наличие образования;
- б) наличие потребностей;
- в) семейное положение;
- г) темперамент;
- д) скорость принятия решений при заказе услуги.

Верная классификация услуг по степени массовости потребителя:

- а) индивидуальные и коллективные услуги;
- б) индивидуальные и групповые услуги;
- в) корпоративные и индивидуальные услуги;
- г) индивидуальные, коллективные, корпоративные услуги;
- д) индивидуальные, коллективные, корпоративные, социальные услуги.

Верная классификация потребителя по степени массовости:

- а) индивид и коллектив;
- б) индивид и группа;
- в) корпорация и индивид;
- г) индивид, коллектив, корпорация;
- д) индивид, коллектив, корпорация, общество (социум) в целом.

Обязательным условием процесса обслуживания потребителя является:

- а) наличие взаимодействия потребителя и производителя;

- б) наличие контакта потребителя и производителя;
- в) наличие места для контакта потребителя и производителя.

Опосредованный контакт потребителя и исполнителя осуществляется:

- а) через посредников из числа персонала;
- б) производителем услуги;
- в) посредством телефона, факса, через Интернет.

Сервисное взаимодействие в форме «контакта масок» при минимуме усилий и включенности потребителя и производителя, дистантность потребителя и производителя характерны для:

- а) примитивного уровня взаимодействия потребителя и производителя;
- б) манипулятивного уровня взаимодействия потребителя и производителя;
- в) стандартизированного уровня взаимодействия потребителя и производителя;
- г) конвенционального уровня взаимодействия потребителя и производителя;
- д) делового уровня взаимодействия потребителя и производителя.

Организованная система активности взаимодействующих индивидов, направленная на целесообразное осуществление процесса обслуживания, — это... .

Психологический механизм, характеризующий степень вовлеченности во взаимодействие, заключающийся в перенесении исполнителем собственных свойств, представлений, состояний, поведения на потребителя, — это

- а) идентификация;
- б) проекция;
- в) социальная перцепция;
- г) эмпатия;
- д) аттракция;
- е) стереотипизация.

Нормативными документами, определяющими требования к услугам, обслуживанию и к организации обслуживания являются:

а) федеральные законы, регулирующие сервисную и туристскую деятельность, и государственные стандарты, отражающие требования к услугам и обслуживанию;

б) государственные стандарты, отражающие требования к услугам и обслуживанию, и правила предоставления отдельных видов услуг;

в) государственные стандарты, отражающие требования к услугам и обслуживанию; правила предоставления отдельных видов услуг; книги жалоб и предложений потребителей;

г) федеральные законы, регулирующие сервисную и туристскую деятельность; государственные стандарты, отражающие требования к услугам и обслуживанию; правила предоставления отдельных видов услуг; книги жалоб и предложений потребителей.

Составляющими процесса обслуживания являются:

а) действия исполнителя, разбитые на этапы;

б) виды обслуживания;

в) уровни обслуживания;

г) формы обслуживания;

д) методы обслуживания.

Анализ заказа потребителя; разработка проекта оказания услуги; согласование, оформление и доведение услуги до потребителя, реализация сопутствующих товаров и услуг — это

а) составляющие процесса обслуживания;

б) виды обслуживания;

в) уровни обслуживания;

г) формы обслуживания;

д) методы обслуживания.

Время обслуживания потребителя при оказании ему материальной услуги включает:

а) время на прием заказа, время на выдачу заказа, время на реализацию сопутствующих товаров и услуг, время на производство услуги;



б) время на прием заказа, время на выдачу заказа, время на реализацию сопутствующих товаров и услуг, время на производство услуги, время на обслуживание в ходе выполнения услуги;

в) время на прием заказа, время на выдачу заказа, время на реализацию сопутствующих товаров и услуг.

Время обслуживания потребителя при оказании ему нематериальной услуги включает:

а) время на прием заказа, время на выдачу заказа;

б) время на прием заказа, время на выдачу заказа, время на производство услуги, время на реализацию сопутствующих товаров и услуг;

в) время на прием заказа, время на выдачу заказа, время на реализацию сопутствующих товаров и услуг.

Обслуживание, связанное с предоставлением услуг, удовлетворяющих интересы всего населения независимо от социально-демографических характеристик, —

а) массовое;

б) индивидуальное;

в) периодическое;

г) традиционное;

д) социальное.

Затраты времени — это основание для деления форм обслуживания на

а) традиционные и прогрессивные формы обслуживания;

б) формы обслуживания с полным осуществлением функций исполнителем и самообслуживание;

в) физические и дистанционные формы обслуживания.

Характер и форма взаимодействия потребителя и производителя — это основание для деления форм обслуживания на

а) традиционные и прогрессивные формы обслуживания;

б) формы обслуживания с полным осуществлением функций исполнителем и самообслуживание;

в) физические и дистанционные формы обслуживания.

Выездное обслуживание — это форма обслуживания, выделяемая:

- а) по месту оказания услуги;
- б) по способу приема заказа;
- в) по срокам исполнения заказа;
- г) по методу организации взаимодействия с потребителем;
- д) по способу расчета.

Совокупность объектов, с помощью которых конкретная потребность может быть удовлетворена, — это

- а) сила потребности;
- б) способ удовлетворения потребности;
- в) предметное содержание потребности;
- г) объективное в потребности;
- д) субъективное в потребности.

Товары и услуги являются:

- а) способом удовлетворения потребности;
- б) предметным содержанием потребности;
- в) объективным в потребности;
- г) субъективным в потребности.

Первой обычно удовлетворяется та потребность, которая более физиологична; удовлетворение одних потребностей ведет к формированию других, более сложных. Это

- а) принцип иерархии потребностей;
- б) конфликт потребностей;
- в) сопряженность потребностей;
- г) сила потребности;
- д) периодичность возникновения потребности.

Влияние уже удовлетворенной потребности на зарождение новой, самостоятельной — это

- а) принцип иерархии потребностей;
- б) конфликт потребностей;
- в) сопряженность потребностей;
- г) сила потребности;
- д) периодичность возникновения потребности.

Соответствие между услугой и группой потребностей:	
ремонт бытовой техники	а) рекреационные потребности
услуги ресторанов	б) духовные потребности
медицинские услуги	в) потребность в пище
услуги химчистки	г) потребность в жилище
культурный туризм	д) потребность в признании окружающих
	е) потребность в одежде

Если в процессе обслуживания контакты между конкретным производителем и одним и тем же потребителем происходят в течение длительного времени и через равные промежутки времени, такое обслуживание является ... .

Если в процессе обслуживания между конкретным производителем и потребителем имеет место контакт длительностью от нескольких минут до нескольких дней, месяцев, такое обслуживание является ... .

Роль и функция обслуживания —

- а) совершение производителем услуги системы трудовых операций и полезных для потребителя действий;
- б) непосредственное и опосредованное взаимодействие производителя услуги и потребителя;
- в) соединение производителя услуги с индивидуально конкретным потребителем;
- г) предоставление услуги потребителю;
- д) удовлетворение потребностей потребителя.

Рациональной формой организации производства услуг является:

- а) параллельность;
- б) непрерывность;
- в) пропорциональность;
- г) концентрация;
- д) прямоточность;
- е) ритмичность.

Принципом рациональной организации производства услуг является:

- а) концентрация;

- б) специализация;
- в) кооперирование;
- г) непрерывность.

Сокращение срока производства услуги для оптимизации обслуживания целесообразно при оказании:

- а) транспортных услуг;
- б) экскурсионных услуг;
- в) образовательных услуг;
- г) медицинских услуг.

Сокращение срока производства услуги для оптимизации обслуживания нецелесообразно при оказании:

- а) транспортных услуг;
- б) услуг прачечной;
- в) образовательных услуг;
- г) услуг торговли.

Наиболее существенные результаты для изучения потребителя как объекта сервисной деятельности дает проведение:

- а) маркетинговых исследований;
- б) психологических исследований;
- в) социологических исследований;
- г) теоретических исследований.

Удовлетворять потребности потребителя в услугах наиболее полно и дифференцированно позволяет:

- а) индивидуализация обслуживания;
- б) стандартизация обслуживания;
- в) индивидуальное обслуживание;
- г) личное обслуживание;
- д) одновременное обслуживание.

Отказ производителя выполнять невыгодный, на его взгляд, заказ на услугу — это действие следующего фактора:

- а) противоречие между интересами предприятий и потребителей;
- б) наличие причин, препятствующих обращению потребителей на предприятие;
- в) отношение к работе с потребителем;

- г) различие субъективных требований потребителя к качеству услуг и обслуживания;
- д) возможности предприятия.

Сотруднику-меланхолику контактной зоны следует развивать у себя чувство уверенности и умение не впадать в панику по любому поводу. Это требование

- а) к опыту личности сотрудника контактной зоны;
- б) к устойчивым особенностям психических процессов сотрудника контактной зоны;
- в) к биологически обусловленным особенностям личности сотрудника контактной зоны;
- г) к подвижности нервной системы сотрудника контактной зоны;
- д) эмпатии от сотрудника контактной зоны.

Для обеспечения условий для непосредственного взаимодействия производителя и потребителя на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма необходимо организовать пространственную среду, которая называется . . . .

Совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять потребности потребителя, — это

- а) качество услуги;
- б) качество обслуживания;
- в) полезное свойство услуги;
- г) показатель качества услуги;
- д) показатель качества обслуживания.

Количественная характеристика одного или нескольких свойств услуги, составляющих ее качество, — это

- а) качество услуги;
- б) качество обслуживания;
- в) полезное свойство услуги;
- г) показатель качества услуги;
- д) показатель качества обслуживания.

Система предоставления государственными органами разрешения на осуществление какого-либо вида деятельности в течение определенного срока при обязательном соблюдении установленных требований и условий — это

- а) лицензирование;
- б) нормирование;
- в) сертификация;
- г) стандартизация;
- д) верификация.

Процедура подтверждения соответствия, посредством которой независимая от исполнителя и потребителя организация удостоверяет в письменной форме, что продукт соответствует установленным требованиям, — это

- а) лицензирование;
- б) нормирование;
- в) сертификация;
- г) стандартизация;
- д) верификация.

## СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

**Ассортимент туроператора** — перечень всех предлагаемых им туров с указанием всех необходимых покупателю данных.

**Ассортимент услуг** — набор услуг и других сервисных продуктов разного вида, назначения и наименования.

**Безопасность в сфере услуг** — разновидность социальной безопасности, связанная с эффективным функционированием сферы обслуживания, с отсутствием в ее рамках разного рода угроз или ущерба как для клиентов, так и для работников отрасли.

**Гид-переводчик** — профессионально подготовленное лицо, свободно владеющее иностранным языком, знание которого необходимо для перевода и осуществления деятельности по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания.

**Заказчик туристского продукта** — турист или иное лицо, заказывающее туристский продукт от имени туриста, в т.ч. законный представитель несовершеннолетнего туриста.

**Индустрия** — промышленность, в особенности крупная, тяжеляя.

**Индустрия досуга** — совокупность современных отраслей, производственных подразделений, учреждений и фирм, назначение которых сводится к созданию товаров, предоставлению продукции и услуг для использования их человеком в свободное время.

**Индустрия сферы услуг** — совокупность отраслей производства, видов деятельности, масштабных корпораций, конкретных учреждений и фирм, функциональное назначение которых направлено на оказание различных услуг населению, на удовлетворение многообразных социальных потребностей и духовных запросов населения.

**Инструктор-проводник** — профессионально подготовленное лицо, сопровождающее туристов и обеспечивающее их безопасность при прохождении туристских маршрутов.

**Информационная система** — совокупность содержащейся в базах данных информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий и технических средств.

**Информация в туриндустрии** — данные о туристских ресурсах, турпродуктах, услугах, событиях, природных явлениях, объектах и организациях туристской индустрии.

**Инфраструктура** — совокупность материально-технических систем (объектов), обеспечивающих выполнение основных функций в различных сферах и отраслях деятельности.

**Инфраструктура** — совокупность отраслей, объектов, сооружений, обеспечивающих общие условия производства, необходимые для эффективного развития экономики в целом и повседневного проживания людей на любой территории.

**Инфраструктура производственная** — совокупность отраслей и подотраслей, материально-технических систем, основными функциями которых являются производственные услуги и обеспечение движения ресурсов и товаров в ходе производства (промышленного и с/х).

**Инфраструктура рынка** — 1) совокупность институтов, предприятий, систем и служб, обеспечивающих нормальное функционирование рынка; 2) совокупность вспомогательных подотраслей и средств, организационно и материально обеспечивающих основные рыночные процессы, а также хозяйственно-экономическую и финансовую деятельность рыночных структур; 3) взаимосвязанная система институтов, организаций, действующих в пределах особых рынков и выполняющих определенные функции.

**Инфраструктура рыночная** — совокупность рыночных институтов, обслуживающих рыночный механизм хозяйствования.

**Инфраструктура социально-бытовая** — совокупность отраслей и подотраслей, обеспечивающих воспроизводство рабочей силы, материальные, культурно-бытовые условия для размещения и нормальной повседневной жизнедеятельности населения.

**Инфраструктура сферы услуг** — совокупность производств, центров и учреждений, включенных в различные виды обслуживания населения и сервисной деятельности, а также поддерживающие их активность энергетические, транспортные, коммуникативные системы.

**Исполнитель** — предприятие, организация или предприниматель, оказывающие услуги потребителю.



**Источник опасности** — основная причина возникновения ущерба, явление или процесс, свойство или развитие которого может стать причиной вреда.

**Качество услуги** — совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя.

**Качество обслуживания** — совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя.

**Классификация услуг** — упорядочение множества услуг на основе их качественных и функциональных характеристик, выделение определенных классов услуг, типологически отличающихся друг от друга.

**Контактная зона** — пространственная среда, в которой находятся специалист по сервису и потребитель; место предоставления услуг, где работник взаимодействует с клиентами или оказывает им те или иные услуги.

**Контроль качества услуги (обслуживания)** — совокупность операций, включающая проведение измерений, испытаний, оценки одной или нескольких характеристик услуги (обслуживания) и сравнения полученных результатов с установленными требованиями.

**Культура обслуживания** — система ценностей, норм профессионального поведения, поддерживаемых предприятием сферы обслуживания; комплекс определенных качеств коллектива конкретного учреждения сервиса или персонала фирмы, не только нацеленных на достижение высоких экономических показателей, но стимулирующих организационно-нормативную, эмоционально-психологическую, осмысленную активность работников.

**Лицензирование** — предоставление, выдача официального разрешения — лицензии; юридическое право на осуществление какой-либо деятельности.

**Лицензия** — разрешение, выдаваемое государственным органом юридическому или физическому лицу на осуществление определенного вида деятельности в течение определенного срока при соблюдении ряда соответствующих условий.

**Необходимая информация в туристической индустрии** — информация, без которой затруднено (невозможно) осуществление компетентного выбора и использование турпродукта/туруслуги.

**Обслуживание** — предоставление услуг; деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.

**Организация** (филос.) — 1. *внутр.* Упорядоченность, согласованность взаимодействия более или менее дифференцированных и автономных частей целого, обусловленная его строением. 2. Совокупность процессов или действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого. <...>

**Организация** (филос.) — 1. Упорядочение, налаживание, приведение в систему некоторого материального или духовного объекта. 2. Расположение, соотношение частей к-л. целого, его строение, взаимосвязь. <...>

**Организация** — 1. Действие по глаголу **организовать**. 2. Строение, устройство, структура ч.-л.

**Организовать** *кого-что* — <...> 2. Подготовить, наладить, устроить. <...> 4. Упорядочить ч.-н., придать ч.-н. закономерность.

**Отрасль экономики** — совокупность предприятий и организаций, для которых характерна общность выпускаемой продукции, технологии производства основных фондов и профессиональных навыков работающих.

**Перевозчик** — организация или индивидуальный предприниматель, предоставляющие услуги по перевозке туристов пассажирским транспортом различных видов.

**Показатель качества услуги (обслуживания)** — количественная характеристика одного или нескольких свойств услуги (обслуживания), составляющих ее (его) качество.

**Потребитель** — гражданин, получающий, заказывающий либо имеющий намерение получить или заказать услуги для личных нужд.

**Потребности общественные** — совокупность потребностей, наличествующих в обществе, которые помимо личных потребностей граждан включают в себя также потребности, определяемые исторической жизнью всего сообщества как масштабного

государственного и социального организма, функции которого несводимы к отдельной жизни конкретного человека.

**Потребности туриста** — совокупность потребностей путешественников и туристов, связанных с проживанием, питанием и передвижением.

**Потребности человека** — совокупность осознанных человеком нужд в чем-либо важном для его жизнедеятельности и индивидуального развития.

**Правила обслуживания** — документ, содержащий требования и нормы, регламентирующие порядок и условия обслуживания.

**Предоставление услуги** — деятельность исполнителя услуги, необходимая для обеспечения выполнения услуги.

**Предприниматель** — лицо, которое на собственные средства организывает предприятия, осуществляет бизнес и тем самым берет на себя предпринимательский риск.

**Предприятие** — самостоятельный объект хозяйствования, созданный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения потребностей людей и получения прибыли.

**Предприятие общественного питания** — предприятие, предназначенное для производства, реализации и (или) организации потребления продукции общественного питания.

**Продвижение туристского продукта** — комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое).

**Продукт экономический** — результат человеческого труда, хозяйственной деятельности, представленный в материально-вещественной форме (материальный продукт), в духовной, информационной форме (интеллектуальный продукт) либо в виде выполненных работ, услуг.

**Продукция** — продукт производства в вещественной или информационной форме.

**Производство** — 1. Процесс создания разных видов экономического продукта; 2. Производственное предприятие.

**Промышленность** — сфера народного хозяйства, производящая промышленные товары и оказывающая производственные услуги.

**Профиль работы туроператора** — доминирующие в его ассортименте виды или географические направления туров.

**Реализация туристского продукта** — деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором.

**Риск (возможная опасность) в туризме** — вероятность причинения вреда жизни и здоровью туристов, имуществу, окружающей среде, жизни и здоровью животных и растений с учетом тяжести этого вреда.

**Рынок услуг** — разновидность общеэкономического обменного рынка, действующая в сфере услуг, сервисной деятельности, организованных по законам товарного производства, спроса и обращения.

**Сектор экономики** — часть экономики, единица экономических отраслей и видов деятельности.

**Сервисная деятельность** — активность специализированных фирм и учреждений обслуживания, формирующая в современной экономике третичный сектор, направленная на создание благ, производство услуг для граждан и производственных коллективов.

**Сертификат** — удостоверение, свидетельство на право пользования, владения чем-либо или совершения каких-либо операций; документ, удостоверяющий присвоение определенной квалификации или права заниматься какой-либо деятельностью.

**Сертификация услуг** — деятельность по подтверждению соответствия услуг установленным в стандарте требованиям.

**Соисполнители туристских услуг** — организации и предприятия туристской индустрии, а также частные предприниматели, оказывающие отдельные услуги (средства размещения, предприятия питания, транспортные предприятия, выставочные комплексы, музеи и т.п.), по договорам, заключаемым с туроператорскими компаниями при формировании туристского продукта.

**Справочная информация в туриндустрии** — дополнительная информация, способствующая компетентному выбору

туристского продукта/услуги и позволяющая расширить знание туриста о путешествии.

**Стандарт** — нормативно-технический документ по стандартизации, в котором устанавливаются общие правила, принципы и требования, касающиеся объектов стандартизации.

**Стандартизация** — установление в государственном масштабе единых норм и требований, предъявляемых к продукции и услугам.

**Стандарт на услугу** — стандарт, устанавливающий требования, которым должна удовлетворять услуга, с тем чтобы обеспечить соответствие ее назначению.

**Стандарты обслуживания** — организационно-инструктивные и методические документы, разработанные совместно специалистами сервиса и экономистами, в которых отражены требования к целям, организации, технологии и обеспечению отдельных видов сервисных работ, выполнение которых гарантирует высокую степень удовлетворения потребностей покупателей.

**Сфера обслуживания населения** — совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению.

**Сфера услуг** — область хозяйственно-производственной практики и социальных взаимодействий, где контактируют, с одной стороны, люди, желающие удовлетворить свои многообразные потребности, с другой — производители товаров и продуктов, организаторы целесообразных мер и полезных действий, приобретающих потребительскую стоимость, нацеленных на удовлетворение данных запросов.

**Трансфер** — услуга по перевозке туриста от места его прибытия в страну (место) временного пребывания до места размещения и обратно.

**Турагент** — организация или индивидуальный предприниматель, осуществляющие на основании лицензии деятельность по продвижению и реализации тура.

**Турагентская деятельность** — деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (турагентом).

**Туризм** — временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.

**Турист** — лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 ч до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания.

**Туристская анимация** — разновидность туристской деятельности, выполняемой на туристском предприятии, которая вовлекает туристов в разнообразные мероприятия через участие в специально разработанных программах досуга.

**Туристская деятельность** — туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий.

**Туристская индустрия** — совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников.

**Туристские информационные центры** — структура, создаваемая в туристском центре для оказания информационных услуг, а также соответствующих дополнительных и сопутствующих услуг всем категориям посетителей, а также местному населению.

**Туристские потребности** — совокупность состояний человека, порождающих установки на активный отдых, готовность

к путешествиям и поездкам в различные регионы страны или в другие страны.

**Туристские ресурсы** — природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил.

**Туристский продукт** — комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

**Туристское развлечение** — мероприятия для приятного проведения туристами времени в отдельных точках маршрута.

**Туристский рынок (рынок туристских услуг)** — общественно-экономическое явление, объединяющее спрос и предложение для обеспечения процесса купли-продажи специфических туристских товаров и услуг в данное время и в данном месте.

**Туроператор** — организация или индивидуальный предприниматель, осуществляющие на основании лицензии деятельность по формированию, продвижению и реализации тура.

**Туроператорская деятельность** — деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (туроператором).

**Услуга** — результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.

**Услуга материальная** — услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей потребителя услуг.

**Услуга социально-культурная** — услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержание нормальной жизнедеятельности потребителя.

**Услуги туристские** — результат деятельности исполнителя услуги (юридического лица или индивидуального предпринимателя) по удовлетворению потребностей потребителя (туриста) в организации и осуществлении путешествий, отдыха и рекреации.

**Форма обслуживания** — определенный способ предоставления услуг потребителю, представляющий собой набор конкретных сервисных операций и благ.

**Формирование туристского продукта** — деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие).

**Функции туризма** — характеристики воздействия сферы туризма на общество в целом и конкретных людей.

**Экскурсионные услуги** — туристские услуги по подготовке, организации и проведению экскурсий.

**Экскурсия** — услуга по удовлетворению познавательных потребностей туристов (экскурсантов), заключающаяся в коллективном (или индивидуальном) посещении и изучении определенных исторических, природных, культурных и производственных объектов в сопровождении экскурсовода, гида, гида-переводчика, продолжительностью менее 24 ч без ночевки.

**Экскурсовод (гид)** — профессионально подготовленное лицо, осуществляющее деятельность по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания.

**Эргономичность** — соответствие гигиеническим, антропометрическим, физиологическим потребностям потребителя.



## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

### Нормативно-правовые документы

1. ГОСТ 15467-79. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения. М., 1979.
2. ГОСТ Р 50644-2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. М., 2009.
3. ГОСТ Р 50646-94. Услуги населению. Термины и определения. М., 1994.
4. ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. М., 2010.
5. ГОСТ Р 50690-2000. Туристские услуги. Общие требования. М., 2000.
6. ГОСТ Р 50691-94. Модель обеспечения качества услуг. М., 1994.
7. ГОСТ Р 50762-2007. Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания. М., 2007.
8. ГОСТ Р 50764-2009. Услуги общественного питания. Общие требования. М., 2009.
9. ГОСТ Р 50935-2007. Услуги общественного питания. Требования к персоналу. М., 2007.
10. ГОСТ Р 51185-2008. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. М., 2007.
11. ГОСТ Р 53423-2009. Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения. М., 2009.
12. ГОСТ Р 53522-2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения. М., 2009.
13. ГОСТ Р 53997-2010 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования. М., 2010.
14. Общероссийский классификатор услуг населению.
15. Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации (действующая редакция).
16. Правила оказания услуг общественного питания (действующая редакция).
17. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта (действующая редакция).

18. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации (действующая редакция).

19. Федеральный закон «О защите прав потребителей» (действующая редакция).

20. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (действующая редакция).

21. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (действующая редакция).

22. Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» (действующая редакция).

23. Федеральный закон «О сертификации продукции и услуг» (действующая редакция).

24. Федеральный закон «О стандартизации» (действующая редакция).

### **Литература**

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М., 2006.

2. Александрова А.Ю. Международный туризм. М., 2002.

3. Асташкина М.В., Козырева О.Н., Кусков А.С., Санинская А.А. География туризма. М., 2008.

4. Балалова Е.И., Каурова О.В. Сервисная деятельность: учет, экономический анализ и контроль. М., 2006.

5. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.; СПб., 2007.

6. Боголюбов В.С. Экономика туризма. М., 2007.

7. Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг: экономика. М., 2007.

8. Бутко И. И. Туристический бизнес: основы организации. Ростов н/Д, 2007.

9. Вводный курс по экономической теории / Под общ. ред. Г.П.Журавлевой. М., 1999.

10. Велединский В.Г. Сервисная деятельность. М., 2010.

11. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. М., 2006.

12. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристский бизнес. Ростов н/Д, 2008.

13. Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания. Ростов н/Д, 2005.
14. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. М., 2007.
15. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства. М., 2005.
16. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М., 2004.
17. Зубко Н.М., Каллаур А.Н. Основы экономической теории. Минск, 2006.
18. Емельянов Б.В. Экскурсоведение. М., 2007.
19. Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность. М.; Ростов н/Д, 2006.
20. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. СПб., 2006.
21. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М., 2003.
22. Комаров М.П. Инфраструктура регионов мира. СПб., 2000.
23. Кусков А.С. Туристское ресурсоведение. М., 2008.
24. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. М., 2005.
25. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М., 2008.
26. Лабскер Л.Г., Бабешко Л.О. Теория массового обслуживания в экономической сфере. М., 1998.
27. Лойко О.Т. Сервисная деятельность. М., 2008.
28. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. М., 1996.
29. Международное право / Под ред. А.А.Ковалева, С.В.Черниченко. М., 2011.
30. Мироненко Н.С. Страноведение: Теория и методы. М., 2001.
31. Носова С.С. Экономическая теория. М., 2007.
32. Овчаров А.О. Туристический комплекс России: тенденции, риски, перспективы. М., 2012.
33. Организация туризма / Под общ. ред. А.П.Дуровича. Минск, 2006.
34. Оробейко Е.С., Шредер Н.Г. Организация обслуживания: рестораны и бары. М., 2006.
35. Осипова О.Я. Транспортное обслуживание туристов. М., 2004.
36. Региональная экономика и управление / Под ред. Е.Г.Коваленко. СПб., 2005.

37. Романович Ж.А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность. М., 2006.
38. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. М., 2008.
39. Садохин А.П. Сервисология: человек и его потребности. М., 2009.
40. Селезнев А.З. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России. М., 1999.
41. Сервисная деятельность / Под ред. В.К.Романович. СПб., 2006.
42. Третьякова Т.Н. Сервисная деятельность. М., 2008.
43. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. М., 2002.
44. Ушаков Д.С. Страноведение. М.; Ростов н/Д, 2007.
45. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма. Ростов н/Д, 2010.
46. Федцов В.Г. Культура сервиса. М., 2000.
47. Федько В.П., Федько Н.Г. Инфраструктура товарного рынка. Ростов н/Д, 2000.
48. Филиппова И.Г., Погодина В.Л., Лукьянов Е.А. География туризма. СПб., 2007.
49. Чудновский А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. М., 2008.
50. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Управление индустрией туризма России в современных условиях. М., 2010.
51. Шапкин И.Н., Блинов А.О., Кестер Я.М. Управление региональным хозяйством. М., 2005.
52. Шахова О.Ю. Специфика услуги как объекта распределения и потребления // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции (г.Нижевартовск, 08 февраля 2013 г.) / Отв. ред. А.В.Коричко. Нижневартовск, 2013.
53. Энциклопедический словарь. Современная рыночная экономика. Государственное регулирование экономических процессов / Общ. ред. В.И.Кушлина, В.П.Чичканова. М., 2004.
54. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчевой. М., 2005.

55. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт. М., 2003.

### **Интернет-ресурсы**

1. <http://admhmao.ru> — официальный сайт правительства Ханты-Мансийского автономного округа — Югры.
2. <http://www.dumahmao.ru> — сайт Думы ХМАО–Югры.
3. <http://www.fms.gov.ru> — сайт Федеральной миграционной службы.
4. <http://www.gov.ru> — сервер органов государственной власти Российской Федерации.
5. <http://www.mchs.gov.ru> — сайт Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий.
6. <http://www.mid.ru> — сайт Министерства иностранных дел Российской Федерации.
7. <http://www.mkrf.ru> — сайт Министерства культуры Российской Федерации.
8. <http://www.mvd.ru> — сайт Министерства внутренних дел Российской Федерации.
9. <http://www.russiatourism.ru> — сайт Федерального агентства по туризму (Ростуризма).
10. <http://www.ugrales.ru> — сайт Департамента природных ресурсов и несырьевого сектора экономики ХМАО–Югры (Депприродресурс и несырьевого сектора экономики Югры).
11. <http://www.vizitugra.ru> — ООО «ТТК «Спутник»».
12. [http://www.vneshmarket.ru/content/document\\_r\\_E54A48E1-D7D3-40E8-8840-0EAE41F8EC0C.html](http://www.vneshmarket.ru/content/document_r_E54A48E1-D7D3-40E8-8840-0EAE41F8EC0C.html) — туристические информационные центры городов России.

### **Электронные базы данных библиотек**

1. <http://www.biblioclub.ru> — ЭБС «Университетская библиотека онлайн».
2. <http://www.book.ru> — ЭБС BOOK.ru.
3. <http://www.cyberleninka.ru> — Научная ЭБ «КиберЛенинка».

4. <http://www.garant.ru> — ГАРАНТ: информационно-правовой портал (действующие редакции федеральных законов).
5. <http://www.gost.ru> — Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) (тексты ГОСТ).
6. <http://www.diss.rsl.ru> — БД Российской государственной библиотеки «Электронная библиотека: библиотека диссертаций».
7. <http://www.ebiblioteka.ru> — ЭБ от East View.
8. <http://www.elibrary.ru> — БД «Научная электронная библиотека».
9. <http://www.lanbook.com> — ЭБС «Лань».
10. <http://www.rsl.ru> — БД Российской государственной библиотеки.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие .....	3
Методические рекомендации .....	5
<b>Раздел 1. ИНДУСТРИЯ И ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМА КАК ИНСТИТУТЫ ЭКОНОМИКИ .....</b>	<b>8</b>
1.1. Индустрия туризма: понятие и сущность .....	8
1.2. Инфраструктура туризма: понятие и сущность .....	10
1.3. Продукция индустрии и инфраструктуры туризма.....	12
1.4. Туристский товар, туристская услуга, туристский продукт как особые виды продукции .....	14
1.5. Виды деятельности в индустрии и инфраструктуре туризма.....	17
1.6. Производители продукции в индустрии и инфраструктуре туризма.....	19
1.7. Место индустрии и инфраструктуры туризма в системе хозяйства и их соотношение .....	21
1.8. Типы и виды индустрии и инфраструктуры туризма .....	24
1.9. Функции индустрии и инфраструктуры туризма.....	26
<b>Раздел 2. СОСТАВ ИНДУСТРИИ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА.....</b>	<b>28</b>
2.1. Подходы к определению состава индустрии и инфраструктуры туризма.....	28
2.2. Организаторы туризма.....	32
2.3. Сектор транспорта в индустрии и инфраструктуре туризма.....	34
2.4. Сектор размещения в индустрии туризма.....	37
2.5. Сектор питания в индустрии и инфраструктуре туризма.....	39
2.6. Секторы экскурсионного и информационного обслуживания в индустрии туризма.....	41
2.7. Сектор досуга и развлечений в индустрии и инфраструктуре туризма.....	44
2.8. Секторы производителей туристских товаров и исполнители иных обязательных и дополнительных туристских услуг .....	46
2.9. Иные виды производственной и социально-бытовой инфраструктуры туризма .....	48
2.10. Инфраструктура рыночной формы хозяйства в туризме .....	50
2.11. Институциональная инфраструктура туризма .....	52
<b>Раздел 3. РАЦИОНАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА: ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ .....</b>	<b>56</b>
3.1. Понятие «организация обслуживания» .....	56

3.2. Процесс оказания услуги на предприятиях индустрии и инфраструктуры туризма.....	58
3.3. Потребитель как объект и субъект сервисной деятельности предприятий индустрии и инфраструктуры туризма.....	60
3.4. Взаимодействие исполнителя и потребителя.....	62
3.5. Исполнитель как субъект сервисной деятельности .....	64
3.6. Требования к услугам и обслуживанию.....	66
<b>Раздел 4. ПРЕДМЕТНЫЙ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА .....</b>	<b>71</b>
4.1. Составляющие процесса обслуживания .....	71
4.2. Виды и уровни обслуживания .....	73
4.3. Формы обслуживания.....	75
4.4. Обслуживание и удовлетворение потребностей потребителя.....	76
<b>Раздел 5. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОПТИМИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА .....</b>	<b>79</b>
5.1. Основные направления оптимизации процесса оказания услуги .....	79
5.2. Основные направления оптимизации деятельности по удовлетворению потребностей потребителя .....	80
5.3. Основные направления оптимизации деятельности по улучшению обслуживания на предприятии индустрии и инфраструктуры туризма.....	82
5.4. Основные направления деятельности по выполнению требований к услугам и обслуживанию.....	85
<b>Раздел 6. ПРАКТИКУМ НА ПРЕДПРИЯТИИ ИНДУСТРИИ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА .....</b>	<b>88</b>
6.1. Цели и задачи практикума .....	88
6.2. Программа практикума.....	89
6.3. Методические рекомендации по составлению и оформлению отчета по итогам практикума .....	102
Темы докладов и рефератов .....	104
Тестовые задания.....	107
Словарь терминов.....	119
Список литературы.....	129