

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський державний університет харчування та торгівлі

ТЕХНОЛОГІЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ

Візуальне супроводження курсу для студентів спеціальності
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
освітній ступінь бакалавр

Харків
ХДУХТ
2020

Візуальне супроводження курсу для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітній ступінь бакалавр з курсу «Технологія надання послуг» [Електронний ресурс] / укладач В. О. Віннікова. – Електрон. дані. – Х. : ХДУХТ, 2020. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12см. – Назва з тит. екрана.

Укладач: В. О. Віннікова

Кафедра товарознавства та експертизи товарів

Схвалено методичною комісією ХДУХТ за спеціальністю
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Протокол від 23 грудня 2019 року № 8

Схвалено вченою радою ХДУХТ
Протокол від 19 лютого 2020 року № 9

Схвалено редакційно-видавничою радою ХДУХТ
Протокол від 18 лютого 2020 року № 14

© Віннікова В.О.,
укладач, 2020
© Харківський
державний
університет харчування
та торгівлі, 2020

Технологія надання послуг

Візуальне супроводження

Викладач: к.т.н., доц. Віннікова В.О.

Кафедра товарознавства та
експертизи товарів ХДУХТ

Тема 1. Поняття про послуги. Світовий ринок послуг

- План лекції.

1. Поняття «послуга» та терміни, пов'язані з діяльністю у сфері послуг.
2. Предмет, об'єкт, функції і завдання галузі знань і навчальної дисципліни «Технологія надання послуг».
3. Світовий ринок послуг. Основні засади і особливості функціонування ринку послуг, сучасна концепція його розвитку.

1. Поняття «послуга» та терміни, пов'язані з діяльністю у сфері послуг.

Послуга – це дія, вигода або задоволення, що забезпечує матеріальні або духовні потреби індивідуальних і колективних споживачів. Основна суть послуги полягає в її переважно нематеріальному характері, хоч вона завжди тісно пов'язана з матеріальними елементами, які забезпечують її створення, реалізацію та споживання.

Невідчутність (нематеріальний характер) послуг.



Нездатність послуг до зберігання.



Мінливість послуг.



2. Предмет, об'єкт, функції і завдання галузі знань і навчальної дисципліни «Технологія надання послуг».

- **Метою навчальної дисципліни «Технологія надання послуг» є формування у майбутніх фахівців системи знань та практичних навичок із сучасної організації та технології надання послуг у різних сферах обслуговування, а також забезпечення можливості використання одержаних знань для підвищення конкурентоспроможності та ефективності функціонування вітчизняних підприємств цієї сфери господарювання.**
- **Предметом навчальної дисципліни «Технологія надання послуг» є загальні закономірності розвитку організаційно-технологічних процесів, а також характерні для окремих секторів сфери послуг принципи, механізми і форми, організація процесів виробництва і реалізації послуг.**
- **Об'єкт дисципліни охоплює широкий діапазон організаційних форм та технологій надання різних галузей сфери послуг.**

3. Світовий ринок послуг. Основні засади і особливості функціонування ринку послуг, сучасна концепція його розвитку

- **Ринок послуг** – сукупність динамічних у часі і локалізованих у просторі соціально-економічних відносин, що формуються і реалізуються в процесі задоволення платоспроможного попиту реальних і потенційних споживачів пропозицією послуг, забезпечують пропорційність їх відтворення.



Ринок послуг класифікують за такими критеріями:

- 1. За видом послуг: ринок транспортних, будівельних, інформаційних, фінансово-кредитних, посередницько-торговельних, страхових, житлово-комунальних, соціально-культурних, побутових послуг, ринок технологій, зв'язку та робочої сили.
- 2. У просторовому відношенні: локальний, національний, регіональний, світовий ринки послуг.
- 3. За механізмом функціонування: вільний, монополізований, державно-регульований і планово-регульований ринки послуг.
- 4. За рівнем насиченості: рівноважний за обсягом і структурою, дефіцитний, надлишковий ринки послуг.
- 5. За структурою: потенційний (усіх споживачів, які виявляють інтерес до придбання відповідної послуги); реальний або дійсний (частка споживачів, які прийняли рішення про купівлю тієї чи іншої послуги); обслуговуваний (частина дійсного ринку, що раніше вже отримувала подібні послуги); освоєний (частка покупців, що вже одержувала послуги у даного виробника).

Найпоширенішими на ринку послуг є такі ризики:

- 1. Виконавчий ризик – споживач побоюється, що робота буде виконана не досить вдало. Наприклад, замість відомого лікаря обстеження проводитиме його асистент, який внаслідок недостатньої кваліфікації і практичного досвіду може поставити неточний діагноз.
- 2. Фізичний ризик – споживач вагається, чи не буде завдано йому фізичної шкоди під час обслуговування. Наприклад, усадки або пошкодження одягу під час прання або хімічного чищення.
- 3. Фінансовий ризик – чи буде компенсовано усі витрати споживача послуг.
- 4. Психологічний ризик – як придбання послуги відіб'ється на самолюбстві чи самоповазі людини.
- 5. Соціальний ризик – як придбання послуги позначиться на іміджі людини в очах інших людей (наприклад, лікування окремих хвороб, інтимні послуги).
- 6. Ризик втрати часу – споживач побоюється витрат часу, зусиль, зручностей під час купівлі, ремонту, заміни тощо.

Тема 2. Характеристика послуг та їх класифікація. Сфера послуг

- План лекції.

1. Класифікація та загальна характеристика послуг. Систематизація послуг.
2. Державний класифікатор продукції та послуг.
3. Сфера послуг, її функції, особливості, значення в економіці країни.

1. Класифікація та загальна характеристика послуг. Систематизація послуг.

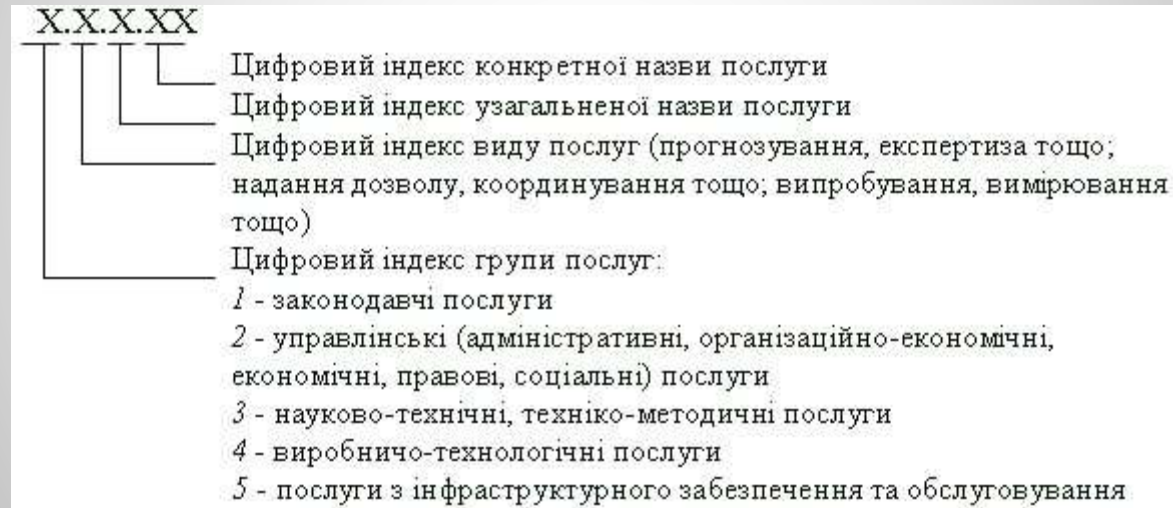
ОСНОВА КЛАСИФІКАЦІЇ ПОСЛУГ

Основні класи послуг	Сфери послуг
Відчутні дії, спрямовані на тіло людини	Охорона здоров'я, пасажирський транспорт, салони краси і перукарні, спортивні заклади, ресторани і кафе
Відчутні дії, спрямовані на товари та інші фізичні об'єкти	Вантажний транспорт, ремонт і утримання устаткування, охорона, підтримання чистоти і порядку, пральні, хімчистки, ветеринарні послуги
Невідчутні дії, спрямовані на свідомість людини	Освіта, радіо-, телевізійне віщання, інформаційні послуги, театри, музеї
Невідчутні дії з невідчутними активами	Банки, юридичні і консультаційні послуги

ПОРІВНЯННЯ ПОСЛУГ ЗАЛЕЖНО ВІД СТУПЕНЯ ЇХ НЕВІДЧУТНОСТІ

Матеріальні	Нематеріальні
Ремонт техніки	
Перевезення	
Ресторани	
Лікарні	
Перукарні	
Готелі	
	Консалтинг
	Освіта

2. Державний класифікатор продукції та послуг



3.Сфера послуг, її функції, особливості, значення в економіці країни.

- **Сфера послуг** представляє собою сукупність галузей, підгалузей і видів діяльності, функціональне призначення яких у системі суспільного виробництва виражається у виробництві й реалізації послуг і духовних благ для населення.

- **Функції сфери послуг** можна розділити на економічні та соціальні:
- *Економічні функції:*
 - – обслуговування процесу виробництва матеріальних благ;
 - – відтворення робочої сили;
 - – створення додаткових матеріальних благ.

Тема 3. Організація надання послуг

- План лекції.

1. Дозвільні документи на надання послуг.
2. Комунікаційна політика на ринку послуг.
3. Державне регулювання ринку послуг.

1. Дозвільні документи на надання ПОСЛУГ

Ліцензування торгівлі послугами. Серед видів підприємницької діяльності, які підлягають ліцензуванню, питому вагу має бізнес на ринку послуг:

- діяльність із надання ремонтно-будівельних послуг;
- освітніх послуг загальноосвітніми, професійно-технічними і вищими навчальними закладами;
- із охорони громадян та їхнього майна;
- послуг телефонного та радіозв'язку;
- організація іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму та екскурсійна діяльність;
- фізкультурно-оздоровчі, страхові послуги та ін.

Для отримання ліцензії на кожен вид послуг необхідно подати:

- заяву;
- копії документів, які засвідчують необхідний для надання послугрівень освіти (кваліфікації);
- копії свідоцтва про державну реєстрацію та установчих документів суб'єкта бізнесу.

2. Комунікаційна політика на ринку послуг

- *Внутрішні комунікації* є частиною процесу обслуговування, в галузі створення якісного виконання послуги. Вони мають на меті контроль за якістю роботи працівників, ефективне навчання та мотивацію працівників, які працюють з клієнтами, а також весь обслуговуючий персонал до роботи в команді та забезпечення задоволеності споживача. Фактично, внутрішні комунікації мають бути первинними по відношенню до зовнішніх. Немає сенсу говорити громадськості про високу якість послуги, доти, доки персонал не буде в змозі її забезпечити.
- *Інтерактивні комунікації* (двосторонні або комунікації взаємодії) створюють можливості обслуговування покупця послуги за індивідуальним замовленням, з орієнтацією на його особисті вимоги і потреби.
- *Двосторонні комунікації* означають, що сприйняття якості послуги значною мірою залежить від якості взаємодії споживача зі співробітником компанії в процесі придбання послуги. В процесі покупки товару часто не має значення, яким чином придбали той чи інший товар. Проте в сфері послуг якість обслуговування залежить як від постачальника послуг, так і від якості постачання. Ефективна взаємодія постачальника та споживача має велике значення для задовільного надання послуги. Клієнт судить про якість послуги не лише за її технічними даними, а також за функціональними характеристикам (чи проявляють турботу, чи зберігають конфіденційну інформацію, чи був персонал ввічливим та уважним). Кожна взаємодія є, свого роду «моментом істини», адже у клієнта складається певне враження не лише про окрему послугу, а й про організацію в цілому.

3. Державне регулювання ринку послуг



Тема 4. Організація і технологія надання послуг торгівлі

- План лекції.

1. Основні види послуг у торгівлі, їх класифікація.
2. Технологія надання послуг торгівлі.

1. Основні види послуг у торгівлі, їх класифікація

ТОРГОВЕЛЬНІ ПОСЛУГИ	За характером участі галузей народного господарства у наданні послуг	<ul style="list-style-type: none">➤ створені силами працівників торгівлі➤ створені силами працівників побутового обслуговування➤ створені силами працівників інших галузей
	За рівнем зв'язку з процесом продажу товарів	<ul style="list-style-type: none">➤ зв'язані (основні)➤ напівзв'язані (супутні)➤ вільні (додаткові, допоміжні)
	За соціально-економічною значимістю	<ul style="list-style-type: none">➤ що забезпечують економію праці і часу покупців➤ що забезпечують економію грошей покупців➤ що впливають на економічні показники підприємства
	За матеріальним змістом	<ul style="list-style-type: none">➤ із частковим матеріальним змістом➤ нематеріальні
	За характером затрат праці	<ul style="list-style-type: none">➤ що вимагають праці висококваліфікованих працівників➤ що не вимагають праці висококваліфікованих працівників
	За місцем надання	<ul style="list-style-type: none">➤ безпосередньо в торговельному підприємстві➤ у роздрібного торговця або вдома в покупця
	За часом надання	<ul style="list-style-type: none">➤ передпродажні➤ що здійснюються в процесі продажу товарів➤ післяпродажні (які полегшують споживання товарів)
	За термінами виконання	<ul style="list-style-type: none">➤ термінові➤ з регламентованим терміном виконання
	За частотою надання	<ul style="list-style-type: none">➤ масові➤ періодичні➤ епізодичні

2. Технологія надання послуг торгівлі

- *Організація окремих видів
торговельних послуг*

Організація кафетерію



Приготування фаршу з м'яса, придбаного в магазині



Організація аптечних відділів і кіосків.



Розкрій тканин



Підгонка одягу за фігурою покупця.



Ремонт годинників.



Доставка товарів додому покупцю.



Тема 5. Організація і технологія надання послуг підприємств ресторанного господарства

- План лекції.

1. Класифікація послуг підприємств ресторанного господарства. Основні та специфічні властивості цих послуг.
2. Організація та технологія надання послуг ресторанного господарства.

1. Класифікація послуг ресторанного господарства. Основні та специфічні властивості цих послуг

- **Сфера ресторанного господарства** – це сфера надання послуг. Послуга харчування є результатом економічної діяльності ресторанного підприємства, спрямованої на задоволення найрізноманітніших біогенних і культурологічних запитів гостей.

- **Послуги харчування** – це послуги з виготовлення кулінарної продукції, її реалізації та організації споживання відповідно до типу і класу закладу. Ці послуги поділяються на послуги харчування: ресторану, бару, кафе, закусочної, їдальні тощо.
- Послуги з реалізації продукції власного виробництва і закуплених товарів та послуги з організації споживання є двома складовими поняття організації обслуговування.

2. Організація та технологія надання послуг ресторанного господарства

- **Класифікація методів і форм обслуговування**
- Залежно від функцій, виконуваних підприємствами ресторанного господарства, розрізняють три види обслуговування:
 - 1) обслуговування зі споживанням продукції безпосередньо в підприємстві ресторанного господарства;
 - 2) обслуговування з доставкою та реалізацією кулінарної продукції для споживання за місцем роботи, навчання, відпочинку, дозвілля, на транспорті;
 - 3) обслуговування зі споживанням кулінарної продукції та напівфабрикатів удома.

Тема 6. Організація і технологія надання послуг готельного господарства

- **План лекції.**

1. **Сутність та особливості готельних послуг.**
2. **Основні і додаткові послуги, що пропонуються споживачу у готелі.**
3. **Технологія надання готельних послуг.**

1. Сутність та особливості готельних послуг.

- **Готельне господарство** – сукупність готельних підприємств різних типів, що здійснюють приймання і надання послуг з розміщення, харчування, додаткових і суміжних послуг.
- **Готельна послуга** – це дія (операція) підприємства з розміщення споживача шляхом пропозиції номера (місця) для тимчасового проживання у готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим проживанням.

- *Обмежені можливості зберігання.*
Комплекс готельних послуг у зв'язку з їхнім нематеріальним характером має обмежений термін зберігання і не може бути збережений для подальшого продажу. Надати послугу можна лише тоді, коли надходить замовлення від клієнта. Якщо за поточну добу готельний номер залишився непроданим, його неможливо продати додатково.

- *Терміновий характер готельних послуг.* Суть цієї особливості зумовлена суттєвою проблемою в обслуговуванні готелів — надання послуг повинно здійснюватись у найкоротший термін. Цей фактор поряд з розташуванням має визначальний вплив на вибір клієнтами готелів. Час пропозиції окремих послуг, зокрема поселення, бронювання, прибирання вимірюються хвилинами, навіть секундами.

- *Періодичний (сезонний) характер попиту на готельні послуги.* Для ринку готельних послуг, особливо для окремих типів готелів характерне сезонне та упродовж тижня коливання попиту на послуги. У великих ділових центрах найвища заповнюваність готелів характерна в осінній та весняний періоди, тоді як у курортних готелях головним чином літом. Водночас, впродовж тижня, у більшості готелів найвище завантаження спостерігається у будні дні.

- *Неоднорідність якості обслуговування.* Важлива особливість готельних послуг, що відрізняє їх від виробничого процесу на промисловому підприємстві, де насамперед використовуються машини й автомати, стосується використання праці людей. Людський фактор суттєво впливає на неоднорідність, мінливість якості, недотримання стандартів готельних послуг. Якість послуг суттєво залежить від рівня кваліфікації працівників, організації виробничого процесу – колективу та виробничих комунікацій, контролю за якістю роботи персоналу, психофізичних особливостей кожного працівника.

- **Стандарт обслуговування** – це комплекс обов'язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, що повинні гарантувати встановлений рівень якості всіх виробничих операцій. Стандарт обслуговування визначає формальні критерії оцінювання якісного рівня обслуговування клієнтів та діяльності будь-якого співробітника готельного підприємства.

2. Основні і додаткові послуги, що пропонуються споживачу у готелі

- Готельна послуга складається з основних і додаткових послуг, що пропонуються споживачу при розміщенні і проживанні у готелі. Зокрема:
- – **основні послуги** – це обсяг послуг готелю (проживання, харчування), які включені у ціну номера (місця) і надаються споживачу згідно укладеного договору;
- – **додаткові послуги** – послуги, що не належать до основних послуг готелю, замовляються і оплачуються споживачем додатково згідно окремого договору (наприклад, послуги автостоянки, пральні, сауни та ін.).

- **Готель** – це засіб розміщення, що надає особам, які перебувають поза місцем постійного проживання комплекс послуг, головними серед яких є послуги розміщення та харчування.

- **Готельні номери** – це багатофункціональні приміщення, призначені для відпочинку, сну, роботи у процесі проживання гостей, які є основним елементом послуги розміщення. Внаслідок використання готельних номерів гостями в процесі їхнього перебування у готелі головним чином у вечірній і нічний час, найголовніша функція номера стосується забезпечення сну і відпочинку. Значення інших функцій готельних номерів залежить від функціонального призначення готелю і потреб гостей.

3. Технологія надання готельних послуг

- *Процес надання основних послуг у готельній діяльності можна схематично розділити на кілька основних етапів:*
 - – інформація про послуги;
 - – резервування (бронювання) місць;
 - – реалізація послуг;
 - – зустріч і проводи туристів;
 - – обслуговування під час перебування.

Тема 7. Організація і технологія надання туристичних послуг

- План лекції.

1. Класифікація туризму за різними ознаками.
Основні поняття.
2. Організація і технологія надання туристичних послуг.

1. Класифікація туризму за різними ознаками.

Основні поняття.

- Залежно від цілеспрямованості та характеру туристичних потоків туризм поділяють на два великі класи: внутрішній (національний) та іноземний. Внутрішній туризм обслуговує здебільшого громадян своєї країни. Завдання іноземного туризму – обслуговування іноземних туристів, системи подорожей та обмінів, які здійснюються на основі міждержавних договорів з урахуванням чинних міжнародних норм.

- За територіальною ознакою внутрішній туризм поділяється на місцевий та дальній, а іноземний за охопленням території – на внутрішньоконтинентальний, міжконтинентальний, навколосвітній.

- За характером організації туризм поділяється на:
- – організований (плановий) – поїздки маршрутами, організованими туристичними фірмами або клубами; зазвичай реалізуються на умовах попередньої оплати;
- – неорганізований (самодіяльний) – спонтанні поїздки, які, як правило, організовують самі туристи, без участі посередника: турфірми, клубу, секції тощо; оплата послуг в такому випадку відбувається відповідно до користування ними.

- При організації туризму враховують і критерій кількості учасників:
- – груповий (колективний) туризм – форма організації туристичної подорожі людей, об'єднаних можливістю спільної подорожі за конкретним маршрутом або з метою отримання програмного обслуговування; задоволення колективного інтересу до об'єкта відвідування. Іноді говорять про паушальний туризм – стандартизовані подорожі з попередньо визначеним і організованим комплексом послуг. За міжнародним стандартом груповою є подорож, у якій бере участь 6 і більше туристів. Групові тури, як правило, дешевші внаслідок застосування групових знижок;
- – індивідуальний туризм – форма організації туристичної діяльності людини за власним планом, програмою, яка складається та реалізується в індивідуальному обслуговуванні, як правило, за вищими цінами.

- За строками і тривалістю перебування в подорожі поділяють туризм на:
- – короткостроковий – поїздка на строк 5–7 днів, зазвичай у кінці тижня та подальші неробочі дні; іноді час зменшується до 3 днів;
- – довгостроковий.

- За строком перебування подорожі поділяють на тривалі, короткострокові і тури вихідного дня.

- За інтенсивністю туристичних потоків туризм поділяється на постійний (відносно рівномірне відвідування туристичних районів та населених пунктів протягом року) та сезонний (відвідування в певну пору року). Відповідно в сезонному туризмі розрізняють односезонний (поширений у районах, які відвідують туристи в певну пору року, переважно влітку або зимою) та двосезонний (характеризується наявністю туристичних потоків, наприклад, як літом, так і взимку).

- За ознакою сезонності виокремлюють:
- – активний туристичний сезон, що характеризується великим потоком туристів і у більшості країн поділяється на два основні періоди: літній (з кінця травня до середини вересня – період літніх відпусток і шкільних канікул) та зимовий (з середини грудня до кінця лютого – період гірськолижного сезону, різдвяних і новорічних свят);
- – міжсезоння (напівсезон) – кількість туристів значно менша, ніж в активний сезон (у наших умовах – осінь і весна);
- – несезон («мертвий сезон») – туристів приїжджає дуже мало або вони зовсім не приїжджають, робота турфірм стає нерентабельною. Чітко виражений не сезон характерний для односезонних районів, які туристи відвідують лише у певну пору року. Як приклад можна назвати прибережну зону Литви (Ніда, Паланга, Юодкранте). У літній час, особливо у липні – серпні, потік туристів настільки великий, що досить складно знайти вільний номер у готелях, а решту часу курорт пустує, оскільки з моря дме різкий, пронизливий холодний вітер.

- За віком учасників подорожі визначають дитячий, молодіжний туризм і туризм дорослих людей (іноді окремо характеризують так званий туризм третього віку).

- Залежно від способів пересування та транспортних засобів, якими користуються туристи, поділяють туризм на такі форми: автомобільний, автобусний, мотоциклетний, авіаційний, водний (морський, річковий), підводний, залізничний, гужовий, велосипедний, пішохідний, лижний, спелеологічний, комбінований, або змішаний. У сучасних умовах популярним стає використання екзотичних видів транспорту для здійснення туристичних подорожей – канатних доріг, фунікулеру, повітряних куль, дельтапланів тощо.

- Залежно від рівня мобільності та способу пересування туризм умовно можна поділити на активний (пішохідний, гірський, лижний, водний, велосипедний, автомобільний, мотоциклетний, спелеологічний) та пасивний (залізничний, автобусний, морський та авіаційний).

- За принципом оплати вирізняють:
- – комерційний туризм, за якого турфірма безпосередньо продає свій турпродукт споживачеві і, відповідно, отримує прибуток;
- – соціальний туризм – подорожі, які субсидуються з коштів, що виділяються державою на соціальні потреби; при цьому окремим категоріям туристів із низькими доходами держава в порядку, встановленому законодавством, надає соціальні пільги.
- – «інсентів»-туризм – заохочувальна подорож, яку організовує і сплачує підприємство для своїх працівників за досягнення в роботі (наприклад, за збільшення загального обсягу продажу, ефективну рекламу, допомогу в навчанні персоналу тощо).

2. Організація і технологія надання туристичних послуг

- Турист (подорожувальник) визначається як особа; що здійснює подорож по Україні або в іншу країну з різною, не забороненою законом країни перебування, метою на період від 24 годин до шести місяців без здійснення якої-небудь оплаченої діяльності і з зобов'язанням залишити країну чи місце перебування в указаний термін.

- **Агентські угоди** передбачають передачу виробником (названим принципалом) послуг туристичному агенту, а також права на продаж як окремих видів цих послуг; так і інклюзив-турів від імені і за рахунок принципала.

- *Частіше всього типові агентські угоди містять такі вимоги:*
 - 1) агент повинен здійснювати свою діяльність за адресою і в приміщенні, на яке видана ліцензія;
 - 2) агент повинен продавати білети й туристичні послуги по ціні, встановленій принципалом;
 - 3) агент має право одержувати певні комісійні, але він не повинен давати частину їх клієнту у вигляді знижки з ціни або іншому агенту. Ділити комісію строго забороняється;
 - 4) кошти, одержані від продажу туристичних послуг, не належать агенту і відділяються від його власних коштів;
 - 5) вся документація відносно продажу туристичних послуг може бути перевірена принципалом в будь-який час;
 - 6) агент повинен забезпечити рекламу тих послуг; які передбачаються принципалом.

- **Ваучер** – це документ, виданий іноземною туристичною фірмою туристу (туристичній групі), на основі якого йому (їм) надається обслуговування і проводяться розрахунки з туристичною фірмою. Він являється гарантом оплати турфірмою вартості послуг, наданих іноземним туристам. Ваучер супроводжує туриста (тургрупу) по території всієї країни, в яку в'їхав даний турист (група туристів). Послуги, не відзначені у ваучері, надаються за власний рахунок.

- Взаємовідносини між основними суб'єктами комерційних операцій щодо надання туристичних послуг, як відомо, юридичне оформляють відповідними договорами (контрактами), істотними умовами яких є:
 - – предмет договору: придбання туристом прав (гарантій) на тур, оформлених як путівка;
 - – обсяг, умови та якість надання послуг;
 - – порядок оплати і розрахунків за послуги, які є предметом договору;
 - – дата укладення і термін дії договору;
 - – права сторін (суб'єктів договору);
 - – обов'язки туристичної фірми щодо надання туристичного продукту в повному обсязі і відповідної якості; медичного страхування туристів, оформлення для них посольських віз та ін.;
 - – обов'язки туриста щодо оплати послуг, надання необхідних документів для оформлення віз та ін.;
 - – відповідальність і звільнення від відповідальності сторін внаслідок форс-мажорних обставин, зміни якості наданих послуг, термінів їх надання, відмови сторін від туру.

Тема 8. Організація і технологія надання санаторно-курортних послуг

- План лекції.
- 1. Роль санаторно-курортних послуг, їх структура та значення для населення, загальні та специфічні ознаки.
- 2. Організація і технологія надання санаторно-курортних послуг.

1. Роль санаторно-курортних послуг, їх структура та значення для населення, загальні та специфічні ознаки.

- **Курорт** – освоєна природна територія на землях оздоровчого призначення, що має природні лікувальні ресурси, необхідні для їхньої експлуатації будівлі, споруди з об'єктами інфраструктури, використовується з метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань, рекреації і підлягає особливій охороні.

- *Лікувально-оздоровча місцевість* – природна територія, що має мінеральні і термальні води, лікувальні грязі, озокерит, ропу лиманів та озер, кліматичні та інші природні умови, сприятливі для лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань.

- *Санаторно-курортні заклади* — розташовані на територіях курортів заклади охорони здоров'я, які забезпечують надання громадянам лікувальних, профілактичних і реабілітаційних послуг із використанням природних лікувальних ресурсів.

2. Організація і технологія надання санаторно-курортних послуг

- Основним лікувально-профілактичним закладом на курорті є санаторій. При лікуванні хворих у санаторії застосовуються, перш за все, природні курортні та фізіотерапевтичні фактори. Медикаментозне лікування, лікувальне харчування, руховий режим носять допоміжний характер

Розпорядок дня

Підйом	7 ⁰⁰
Ранкова гімнастика	7 ³⁰ – 8 ⁰⁰
Сніданок	9 ³⁰ – 9 ⁴⁰
Лікувальні процедури	8 ⁰⁰ – 14 ⁰⁰
Обід	13 ⁰⁰ – 14 ¹⁵
Післяобідній відпочинок	16 ⁰⁰ – 17 ⁰⁰
Фізкультурні заходи	17 ⁰⁰ – 19 ⁰⁰
Полудень	17 ⁰⁰
Вечеря в літній час	18 ⁰⁰ – 19 ⁰⁰
в зимовий час	18 ⁰⁰ – 18 ³⁰
Культурно-масові заходи	19 ⁰⁰ – 21 ⁰⁰
Відхід до сну	22 ⁰⁰

Примітка:

для дітей: 2-й сніданок 12⁰⁰

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ
ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД
«СПЕЦІАЛІЗОВАНИЙ
(СПЕЦІАЛЬНИЙ)
КЛІНІЧНИЙ САНАТОРІЙ ІМЕНІ
В.П. ЧКАЛОВА»

САНАТОРНО-КУРОРТНІ

ОТЗОВИК

- Перед випискою із санаторію лікар видає хворому відривний талон санаторно-курортної карти для пред'явлення до медичної установи, яка видала санаторно-курортну карту У цьому документі вказуються терміни лікування, діагноз основного і супутнього захворювань при надходженні і остаточний діагноз, при виписці із санаторію, характер проведеного лікування та його ефективність, а також рекомендації щодо подальшої реабілітації.

ТЕМА 9. Організація і технологія надання послуг банків

- План лекції.

1. Роль послуг банків, їх структура та значення для населення.
2. Організація та технологія надання основних послуг банків.

1. Роль послуг банків, їх структура та значення для населення.

- **Банк** – установа, що акумулює грошові кошти і заощадження та здійснює кредитно-розрахункові та інші операції.
- **За формою власності** розрізняють акціонерні, неакціонерні, кооперативні, муніципальні, комунальні, державні та змішані, міждержавні (міжнародні) банки.
- **За терміном надання кредитів** – банки короткострокового, середньо- та довгострокового кредитування.

- **За національною належністю** — національні та іноземні банки.
- **За функціями та характером діяльності** виділяють депозитні, універсальні та спеціалізовані банківські установи.

- **Кредитні операції** – це операції по наданню вільних ресурсів позичальнику на умовах платності, терміновості та повернення, причому банки можуть виступати в цих операціях як в ролі кредиторів так і в ролі позичальників (отримуючи кредити в центральному банку та інших комерційних банках).
- **Розрахункові операції** – зберігання коштів клієнтів, рух, переміщення їх за допомогою обігу платіжних інструментів (за розпорядженням власників грошових коштів). Для здійснення цих операцій клієнт відкриває в банку рахунок (поточний, депозитний, позиковий, контокорентний тощо).
- **Касові операції** – операції банку по прийому і видачі грошей та цінностей клієнтам банку через операційну касу банку.

2. Організація та технологія надання основних послуг банків

- Ураховуючи особливості позикових операцій комерційних банків, виділяють:
 - – кредитування поточної діяльності підприємств, пов'язане із задоволенням їх потреб в оборотних коштах;
 - – кредитування інвестиційної діяльності підприємств, призначене для збільшення основних фондів, реконструкції та розширення виробництва;
 - – кредитування приватних осіб для задоволення різноманітних потреб споживчого характеру;
 - – кредитування держави для покриття бюджетного дефіциту. Важливою умовою кредитування є видача банками кредиту під забезпечення.

- Сьогодні виділено чотири основні різновиди віддаленого банкінгу:
- 1) телефонний банкінг, коли за допомогою звичайного чи мобільного телефону можна виконати безліч банківських операцій;
- 2) відеобанкінг – це телеміст, який працює між клієнтами і банком; за допомогою спеціальних пристроїв, обладнаних телемоніторами, клієнт може поспілкуватися із службовцем в банку і за його допомогою здійснити необхідні операції;
- 3) інтернет-банкінг, коли клієнти використовують цю систему для управління банківськими рахунками, можуть отримати повну інформацію про стан своїх рахунків, здійснювати банківські перекази, погашати заборгованість за кредитними картками тощо. Так, «Приватбанк» запровадив унікальний проект, у рамках якого власники міжнародних платіжних карток «Visa» та «Master Card» могли підключитися до системи інтернет-банкінгу «Приват 24» через мережу банкоматів по всій Україні;
- 4) РС-банкінг, коли доступ до рахунку банку здійснюється за допомогою персонального комп'ютера і прямого підключення до банківських серверів. В Україні ця система відома як «Банк-клієнт», що дає змогу банку продавати, а клієнту отримувати максимальний спектр банківських послуг. У перспективі таке обслуговування клієнтів банками стане основною формою банківських послуг.



Навчальне електронне видання
комбінованого використання
Можна використовувати в локальному та мережевому режимах

ТЕХНОЛОГІЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ

Візуальне супроводження курсу для студентів спеціальності
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
освітній ступінь бакалавр

Укладач
ВІННІКОВА Владислава Олександрівна

Відповідальна за випуск завідувач кафедри товарознавства та експертизи
товарів, д-р техн. наук, проф. А. А. Дубініна

План 2020., поз.109

Підп. до друку 01.07.2020 р. Один електронний оптичний диск (CD-ROM); супровідна документація. Об'єм даних 1495 Кб. Тираж 10 прим.

Видавець і виготівник
Харківський державний університет харчування та торгівлі
вул. Клочківська, 333, Харків, 61051.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №4417 від 10.10.12 р.