

## Практичні рекомендації для учнів групи 24

Професія: Агент з організації туризму

Тема 2. Самостійне виконання робіт агента з організації туризму

2.15 Взаємодія з туроператорами

### Мета уроку

**Навчальна:** навчити учнів процесу організації туристичних виставок, зустрічей, ярмарок та презентацій

**Виховна:** виховувати в учнів пунктуальність, організованість, відповідальність та креативність

**Розвивальна:** розвивати логічне мислення і пізнавальний інтерес учнів до обраної професії.

### Матервал уроку:

**Профіль туроператорської діяльності - це домінуючі в асортименті туроператора види або географічні напрями туристичного продукту:**

- частка яких в обсягу продажів туроператора максимальна;
- продаж яких забезпечує основну частку прибутку туроператора;
- у реалізації яких туроператор досяг найвищої майстерності та професіоналізму;
- з якими споживач ідентифікує оператора на ринку.

Кожен туроператор - фахівець в організації конкретного виду туристичного продукту або в роботі з тим або іншим напрямом. Профіль діяльності оператора може бути як популяризований (тобто широко відомий на споживчому ринку), так і мало відомий споживачам.

Популяризація профілю діяльності туроператора може бути основою рекламних кампаній, що проводяться ним, оскільки домогтися ідентифікації на ринку власної назви з переліком географічних напрямів або видів туристичного продукту - прагнення практично будь-якого туроператора. З іншого боку, занадто популяризований профіль роботи оператора може негативно позначитися на його подальшій діяльності, пов'язаній з освоєнням нових напрямів або видів турів, оскільки громадську думку споживачів змінити важко і дорого.

Спеціалізуватися туроператор може залежно від географічного напрямку, різних видів цілей турпоїздки, від продажу індивідуальних або групових турів, від ступеня концентрації: на сильно концентрованих (на роботі з обмеженою кількістю готелів на певному курорті); концентрованих, коли туроператор спеціалізується на роботі з багатьма готелями вузького переліку курортів; і розсіяних, коли туроператор у принципі пропонує великий перелік курортів у кількох країнах.

### **Передумови для вибору профілю:**

- маркетингова стратегія;
- цінова стратегія на ринку;
- можливості туроператора;
- конкурентна стратегія туроператора на ринку;
- чинники зовнішнього середовища туроператора або турагента (насамперед законодавство, політична і екологічна ситуація на курортах).

Залежно від профілю роботи туроператорів можна умовно розділити на монопрофільних і багатопрофільних. **Монопрофільні туроператори практикують діяльність у певному географічному напрямі і пропонують тури одного виду переваги монопрофільних туроператорів:**

- досягнення високого професіоналізму в роботі з певним напрямом або видом турів;
- максимальна інформованість працівників туроператора і висока якість їхньої роботи;
- можливість ідентифікації туроператора на ринку як організатора певного виду турів або як такого, що працює саме в певному напрямі;
- можливість отримання акредитації в посольствах країн, на роботі з якими спеціалізується туроператор;
- можливість отримання допомоги керівництва туристичних ресурсів, з якими співпрацює оператор, і прояви туроператорського лобі; нижчий (порівняно з багатопрофільними операторами) розмір капіталовкладень.

З іншого боку, до недоліків монопрофільності можна віднести зростання залежності діяльності туроператора від постачальників туристичних продуктів, невисоку гнучкість пропонованих турів, необхідність постійно модифікувати пропоновані тури.

Монопрофільність туроператора може бути як стартовою, так і еволюційною. У першому випадку, менеджмент оператора ще до початку активної діяльності планував займатися обмеженим числом напрямів і видів турів, або

коли туроператор виходить на регіональний ринок з принципово новим туристичним продуктом, намагаючись зайняти певну ринкову нішу.

Багатопрофільні туроператори відрізняються одночасною роботою з кількома напрямками і вилами турів. **Позитивними рисами багатопрофільності є:**

- великі можливості охоплення ринку;
- можливість комбінування турів;
- гнучкість у роботі, що визначається можливістю оператора акцентувати максимальні зусилля то на одному, то на іншому видах турів або напрямі залежно від зміни ринкової кон'юнктури;
- менша залежність туроператора від конкретного напрямку або постачальника туристичних продуктів.

Проте багатопрофільність супроводжується зниженням якості турів, що продаються, вимагає більшої чисельності персоналу, значніших капіталовкладень і витрат.

Структура туроператора відображає виділення окремих підрозділів, що склалися в ньому, зв'язки між цими підрозділами і об'єднання підрозділів в єдине ціле.

Структура компанії - це логічні взаємовідносини рівнів управління і функціональних сфер, побудовані в такій формі, яка дає змогу найефективніше досягати цілей туристичної компанії. Однією з основних концепцій, що мають відношення до структури, є спеціалізований розподіл праці закріплення даної роботи за фахівцями, тобто тими, хто здатний виконати її краще за всіх з погляду організації як єдиного цілого.

На даний момент у всіх туроператорів, за винятком найдрібніших, має місце горизонтальний розподіл праці за спеціалізованими лініями. Якщо туристична фірма достатньо велика за розміром, фахівців групують разом у межах функціональної сфері. Як саме здійснити розподіл праці в організації - одне з питань, що є істотним управлінським рішенням. На практиці в посереднику найчастіше поширені дві організаційні схеми горизонтального розподілу праці: за туристичним напрямом і за змістом роботи.

Горизонтальний розподіл праці за туристичним напрямом застосовується у великих багатопрофільних туроператорах. Позитивними моментами такої організації праці є вузька спеціалізація працюючих у різних відділах менеджерів, які володітимуть більшою інформацією про курорти, що

продаються, знайомі зі специфікою різних видів відпочинку і можливостями туристичних ресурсів курортів. Проте за такого розподілу прані практично відсутня взаємозамінюваність працівників, ніхто з працюючих не зможе тимчасово замінити відсутнього фахівця, що може привести до простою цілого відділу. Крім того, клієнту, який звернувся за путівками, але так і не вибрав конкретне місце відпочинку, доводиться спілкуватися по черзі з менеджерами різних відділів, що може привести не тільки до уповільнення обслуговування клієнтів, але й знизити тим самим якість нього обслуговування. Аналогічна ситуація складається і в стосунках з агентствами, які змушені по кілька разів зв'язуватися з різними менеджерами для того, щоб з'ясувати ті або інші питання щодо пропозицій туроператора.

Якщо туроператор багатoproфільний або має незначні розміри, більш відповідним є горизонтальний розподіл прані на підставі змісту роботи, що виконується тими або іншими менеджерами. Позитивними рисами такої організаційної структури є, крім професіоналізму працюючих у вузькому напрямі діяльності менеджерів, підхід працівників туроператора до його партнерів і агентів. і готель, і авіакомпанія, і туристичне агентство співпрацюють з одним менеджером, який безпосередньо відповідає за ту або іншу сферу діяльності.

Досить розповсюджена й третя схема організації горизонтального розподілу праці в туроператорі. що має риси обох вищезазначених схем. Тобто в структурі туроператора можуть бути відділи, що відповідають як за певний туристичний напрям роботи, так і за певний вид поточної діяльності.

Істотний принцип вертикального розподілу праці, яка необхідна для успішної групової роботи: центральною характеристикою вертикальної ієрархії є формальна підлеглість осіб на кожному рівні; особа, яка перебуває на вищому ступені, може мати в своєму підпорядкуванні кількох керівників середньої ланки, що представляють різні функціональні сфери; ці керівники також можуть мати в підпорядкуванні кілька лінійних керівників, а кількість осіб, підпорядкованих одному керівнику, представляє сферу контролю.

Необхідність у координації, що існує завжди, стає справді насущною, коли робота чітко ділиться і по горизонталі, і по вертикалі, як це здійснюється в великих сучасних туроператорах.

Іншим напрямом розподілу праці в туроператорі є формулювання завдань. Завдання - це задана робота, серія робіт або частина роботи, яка повинна бути виконана наперед установленим способом в установлені терміни. З технічного погляду завдання дають не працівнику, а його посаді. Рішення

керівництва про структуру кожної посади включає певні завдання, які розглядаються як необхідний внесок у досягнення мети організації. Якщо завдання виконається у такий спосіб і в такі терміни, як це наказано, організація діятиме успішно.

Технологія роботи туроператора означає не тільки ступінь механізованості та стандартизації повсякденної роботи. До технологій можна віднести також прийоми ведення роботи з клієнтами, агентами, постачальниками та ін. Вибрана туроператором схема співпраці з третіми особами може значно впливати на його ринкові та фінансові можливості. Оскільки обрані схеми взаємної роботи багато в чому є інтелектуальною власністю туроператора, їх також можна з успіхом віднести до технологій, що є невід'ємним чинником внутрішнього середовища туроператора.

Діяльність сучасного туроператора спрямована на ефективне виконання ним вищеперелічених функцій. **Особливості туроператора як виду посередницької діяльності на туристичному ринку характеризуються такими рисами:**

- безпосередньо пов'язана з розробкою і складанням туристичних програм і їхньою апробацією;
- вимагає безпосередньої взаємодії оператора з постачальниками туристичних продуктів;
- обов'язково вимагає зусиль оператора у формуванні кадрового забезпечення кожного тур пакета;
- припускає наявність у оператора агентської мережі;
- вимагає безпосередньої участі оператора в організації туру і постійного контролю за якісним створенням туристичних продуктів.

Посередник (туроператор і турагент) складається з поєднання циклічних робіт, пов'язаних з розробкою та реалізацією кожного конкретного туру.

**Цикл робіт оператора приблизно можна розбити на такі етапи:**

- 1) проектування туру;
- 2) планування туру;
- 3) просування і продаж туристичного продукту;

Цикл робіт із планування та організації кожного виду турів з асортименту оператора по-своєму унікальний, частково незалежний від інших сфер праці персоналу туроператора. Це призводить до того, що багатопрофільні оператори, які одночасно пропонують кілька варіантів туристичних пакетів у різних географічних напрямках, організовують свою діяльність так, щоб

якісно і ефективно вести роботу над кожним окремим туром. Такі особливості туроператора вимагають від топ - менеджменту компанії значних організаторських здібностей, уміння ефективно побудувати робочий процес у фірмі. Наприклад, якщо оператор займається літніми і зимовими напрямками, менеджер повинен організувати безперервний процес розробки (проектування і планування), наприклад, зимових програм, одночасно з просуванням і продажем туристичного продукту і реалізацією програм літніх туристичних напрямів. Для подібної організації потрібна наявність кола осіб, відповідальних за кожен напрям із числа працюючого персоналу.

Отже, діяльність туроператора - це закономірне (яке пояснюється чинниками сезонності, динамікою ринкової кон'юнктури, специфікою роботи постачальників туристичного продукту) поєднання (яке має на увазі послідовну зміну і/або паралельність) робочих циклів туроператора щодо конкретних турів або програм.

Завдання для самоконтролю:

1. Дайте характеристику програми туристичної подорожі.
2. Охарактеризуйте види програм перебування туристів.
3. Як за метою поділяються програми турів?
4. Визначте особливості складання програми туру.
5. Назвіть основні правила розробки програм перебування туристів.
6. Які фактори впливають на структуру туру та формування програмного забезпечення?
7. В чому полягають пріоритети у виборі туристичних послуг для різних соціальних груп населення?
8. Охарактеризуйте організаційно-технічні заходи з розробки турпродукту.
9. Якими комунікаційними навичками для спілкування з клієнтами повинен оволодіти менеджер з продажів туристичної фірми?
10. Визначте особливості професійної етики менеджера з продажів

Відповіді та конспекти надсилайте на адресу: [sanya1bufz@gmail.com](mailto:sanya1bufz@gmail.com)

**З повагою Руда Вікторія Василівна!**