

Вищий навчальний заклад у кооперації  
Полтавський університет економіки і торгівлі  
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Опорний конспект лекцій з дисципліни  
**«Організація туризму (Туроперейтинг)»**  
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»

*Автор: доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу,  
к. геогр. н., доцент Литовченко І. В.*

Полтава – 2015

## ЗМІСТ

<b>МОДУЛЬ 1.5 ТЕХНОЛОГІЯ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ ТА ТУРПРОЕКТУВАННЯ</b> .....	<b>5</b>
<b>ТЕМА 1 ОСНОВИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ</b> .....	5
<b>ТЕМА 2 ТУРОПЕРЕЙТИНГ ТА АГЕНТСЬКИЙ БІЗНЕС У ТУРИЗМІ</b> .....	6
<b>ТЕМА 3. ТЕХНОЛОГІЯ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ТА     ФОРМУВАННЯ ЙОГО АСОРТИМЕНТУ</b> .....	7
<b>ТЕМА 4. ПРАВИЛА ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМ ПЕРЕБУВАННЯ ТУРИСТІВ</b> ....	8
<b>ТЕМА 5. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ В ТУРИСТИЧНОМУ     АГЕНТСТВІ</b> .....	9
<b>МОДУЛЬ 2. ПРИКЛАДНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ</b> .....	<b>10</b>
<b>ТЕМА 6. РЕЦЕПТИВНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ</b> .....	10
<b>ТЕМА 7. ІНІЦІАТИВНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ</b> .....	11
<b>ТЕМА 8. КОНСОЛІДОВАНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ</b> .....	12
<b>ТЕМА 9. ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ ТУРОПЕРАТОРОМ</b> .	13
<b>СПИСОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	<b>15</b>

## ВСТУП

Програму дисципліни «Організація туризму (Туроперейтинг)» призначено для студентів напряму підготовки 6.14103 «Туризм», професійного спрямування «Туризм» та укладено з урахуванням сучасних вимог до навчально-методичних документів і професійних компетенцій освітньо-кваліфікаційної характеристики бакалаврів з туризму на основі Програми нормативних навчальних дисциплін підготовки бакалавра напряму 6.140103 «Туризм» галузі знань 1401 «Сфера обслуговування», затвердженої Президією НМК зі сфери обслуговування, 2010 р.

Метою дисципліни «Туроперейтинг» у системі підготовки фахівців сфери туризму за напрямом «Туризм» є набуття знань та системного мислення щодо організації тур операторського бізнесу, праксеологічні навички взаємодії суб'єктів туристичного ринку з метою створення якісного тур пакету ,схема його просування та реалізації ;оволодіння правилами формування програм туристичного обслуговування ,документального забезпечення процесів створення ,комплектування, реалізації турів та планових тур пакетів;організації обслуговування туристів.

Дисципліна передбачає набуття студентами сучасних теоретичних знань та практичних навичок зі створення дієвої системи взаємодії між всіма суб'єктами туристичного ринку:туроператорів,тур агентів, підприємств-виробників туристичних послуг з метою створення та реалізації програм туристичного обслуговування.

Завданням вивчення дисципліни «Туроперейтинг» є теоретична і практична підготовка студентів фаху з питань:

- формування пакетних та індивідуальних програм туристичного обслуговування з використанням ресурсного потенціалу дестинацій, (регіону, району, країни);

- формування взаємодії між всіма учасниками туристичного ринку, нормативно-правове забезпечення співпраці;

- моделювання програм туристичного обслуговування за різною метою подорожей, типом клієнтури ,наявних туристичних атракцій;

- визначення мотивації подорожей та удосконалення процесів надання туристичних та паратуристичних послуг в пакетних турах,

тощо.

Результатом вивчення дисципліни «Туроперейтинг» стають вміння майбутніх фахівців в індустрії туризму:

- застосування графо-аналітичні моделі програм туристичного обслуговування;

- застосувати нові форми та методи обслуговування в туризмі;

- розробляти та обґрунтовувати основні напрями удосконалення та підвищення ефективності організації роботи суб'єктів туристичної індустрії, забезпечення їх нормативно-правовою базою;

- правила та порядок оформлення туристичних документів, виконання туристичних формальностей;

- набуття професійних знань щодо технології та організації туристичних подорожей; страхування в туризмі; оформлення різних видів туристичних документів; визначення прав і обов'язків туристів, умов забезпечення претензійної роботи в туризмі; параметрів створення тур продукту підприємства, форм аквізиції туристичної активності, умов бронювання туристичного обслуговування; організації обліку і контролю надання послуг, оформлення туристичної звітності; визначення та забезпечення туристичних подорожей.

Дисципліна «Туроперейтинг» відповідно до структурно-логічної схеми викладення фахових професійно-орієнтованих дисциплін нормативної частини освітньо-професійного програми підготовки фахівців з туризму напряму 6.14103 «Туризм», викладається після вивчення дисципліни блоку «Основи туризмознавства»; «Історія туризму» та є тим системним курсом, який підсумовує знання, вибудовані дисциплінами організаційного блоку фахової підготовки, а саме: «Організація туристичних подорожей», «Організація анімаційної діяльності», «Організація екскурсійної діяльності», та інші.

Структура навчального процесу з дисципліни «Організація туризму (Туроперейтинг)» передбачено 108 год (3 кредитів, 3 години на тиждень), в тому числі: 20 годин лекцій, 34 годин практичних занять, 14 годин індивідуальних занять, 40 годин самостійної роботи студентів.

Оцінка знань здійснюється за кредитно-модульною системою, форма підсумкового контролю – екзамен.

## ***Зміст дисципліни***

### ***Модуль 1.***

#### **Технологія туроперейтингу та турпроекування**

#### **Тема 1 Основи туроперейтингу (2 години).**

##### *План*

1. Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни.
2. Етапи розвитку туроперейтингу.
3. Класифікація та види туроператорів.
4. Функції туроператорів та турагентів.
5. Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтингу. Оцінка їх впливу.

##### ***Методичні рекомендації до вивчення теми***

Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни.

Етапи розвитку туроперейтингу. Поняття «туроперейтинг» та види діяльності туроператора. Предмет діяльності туроператора. Профіль роботи туроператора. Схема організації роботи туроператора по розробці і реалізації туристського продукту.

Класифікація та види туроператорів. Основні типи туроператорів. Оператори масового ринку. Оператори спеціалізовані: на певному продукті/послуді і сегменті ринку. Туризм спеціального інтересу і певного місця призначення. Місцеві туроператори. Організація турів для внутрішнього туризму. Виїзні (ініціативні) туроператори. Рецептивні туроператори.

Функції туроператорів та турагентів.

Структура туристичного ринку. Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму. Світовий та макро-регіональний ринки готельних та транспортних послуг, особливості функціонування туристичної індустрії. Геопросторова організація світового туристичного ринку.

Схеми реалізації та просування туристичного продукту.  
Методи збуту туристичного продукту.

Зовнішні та внутрішні фактори туropolерейтингу. Оцінка їх впливу.

***Інформаційні джерела:***

1, 2, 3, 5, 10, 14.

**Тема 2 Туropolерейтинг та агентський бізнес у туризмі (2 години).**

*План*

1. Нормативно-правові вимоги організації туropolераторського та турагентського бізнесу.
2. Типова організаційна структура туropolератора: взаємозв'язок роботи підрозділів.
3. Види та форми агентської роботи. Класифікація турагентів.
4. Формування збутової мережі туropolераторів.
5. Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг.

***Методичні рекомендації до вивчення теми***

Організація, туropolераторського та турагентського бізнесу: нормативно-правові вимоги. Вимоги щодо ліцензування туropolераторської та турагентської діяльності.

Регуляторні вимоги щодо організації туropolераторського та турагентського бізнесу. Роздрібні й оптові туристичні фірми і їхнє місце в структурі каналів збуту. Типова організаційна структура туropolератора: взаємозв'язок роботи підрозділів.

Види та форми агентської роботи. Класифікація турагентів. Види агентів. Агентські мережі. Власні бюро продажів туropolератора та їх головні функції. Види ринкових каналів просування туристичного продукту.

Формування збутової мережі туropolераторів. Формування збутової мережі. Канали просування і реалізації турпродукту. Форми організації збуту туристського продукту. Роль турагентств в турбізнесі. Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туropolератором.

Характер контрактних стосунків між туроператором і турагентством. Контрагентська мережа і основні умови агентських угод.

Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг.

Тлумачення терміну «аквізитор». Джерела аквізиції туристів. Аквізиція туристів та основні методи продажу в туризмі.

### ***Інформаційні джерела:***

2, 7, 10, 14.

### **Тема 3. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту (4 години).**

#### *План*

1. Характеристика асортименту послуг туристичної фірми.
2. Алгоритм розроблення програми обслуговування.
3. Позичювання турів та туроператорів на конкурентному ринку.
4. Етапи формування та реалізації туристичного продукту фірми.
5. Розроблення туру та калькулювання його вартості.

#### ***Методичні рекомендації до вивчення теми***

Зміст робіт з турпроекування. Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Асортимент послуг туроператорів. Диференціація пропозицій туроператора.

Вибір географії подорожей та сегментування та різних туристичних ринках. Мотивація подорожей та формування пакетів послуг. Графо-аналітичні моделі програм обслуговування.

Алгоритм розроблення програми обслуговування. Планування туристичних подорожей. Схеми роботи туроператора по реалізації та організації турів.

Позичювання турів та туроператорів на конкурентному ринку. Визначення портрету споживача й потреб туристів.

Стадії планування туристського пакету. Договірний план та переговори з постачальниками послуг. Узгодження плану

туристичного обслуговування з постачальниками. Типова тимчасова шкала туроперейтингової програми. Принципи вибору місць прийому. Послідовність робіт по вибору постачальників послуг (контрагентів). Ухвалення рішення про місце призначення; засоби розміщення; тривалість туру.

Етапи формування та реалізації туристичного продукту фірми. Рекомендована структура туристичного продукту для кожного з видів туристичного ринку.

Програма туристичного обслуговування. Визначення програмного туризму.

Програмний туризм та особливості формування пакетних турів. Перелік технологічної документації, що забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів. Основні етапи розробки туристичного продукту. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна; спортивна, освітня; ділова і ін.

Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування. Цілі програмного туризму з точки зору: туристського менеджменту; туристського маркетингу; технології обслуговування туристів, мети подорожі і типології туристів.

Розроблення туру та калькулювання його вартості. Бонусні програми туроператорів.

### *Інформаційні джерела:*

4, 7, 10, 14.

## **Тема 4. Правила формування програм перебування туристів (2 години).**

### *План*

1. Характеристика термінів: «програмне обслуговування в туризмі», «програма перебування туристів».
2. Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів.
3. Правила розроблення програм перебування туристів.
4. Особливості складання програм перебування для різних типів туристів.
5. Початкова диференціація туристських поїздок.

### ***Методичні рекомендації до вивчення теми***

Характеристика термінів: «програмне обслуговування в туризмі», «програма перебування туристів». Види програмних заходів та їх характеристика. Елементи програми туристичного обслуговування.

Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів. Умови і принципи розробки туру. Вербальна модель туру. Процес розробки.

Правила розроблення програм перебування туристів. Технологічні документи і правила їх оформлення.

Перелік робіт по створенню туристичної пропозиції фірми. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів.

Особливості складання програм перебування для різних типів туристів.

Порядок і етапи розробки турпродукта. Основні і специфічні потреби туристів.

Початкова диференціація туристських поїздок. Споживчі властивості туру.

### ***Інформаційні джерела:***

2, 7, 9, 12, 13.

## **Тема 5. Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві (2 години).**

### ***План***

1. Форми та стилі обслуговування клієнтів
2. Основні фактори, що впливають на поведінку покупців.
3. Формування комунікаційних навичок менеджера з продажів туристичної фірми у спілкуванні з клієнтами.
4. Професійна етика та культура обслуговування клієнтів.
5. Професійні стандарти працівників туристичної фірми.

### ***Методичні рекомендації до вивчення теми***

Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів.

Основні фактори, що впливають на поведінку покупців.

Форми та стилі обслуговування клієнтів. Культура обслуговування та основні правила прийому клієнтів.

Формування комунікаційних навичок менеджера з продажів туристичної фірми у спілкуванні з клієнтами. Нівелювання комунікативних бар'єрів. Формування банку даних постійних клієнтів туристичної фірми.

Професійна етика та культура обслуговування клієнтів.

Професійні стандарти працівників туристичної фірми.

### ***Інформаційні джерела:***

1, 2, 3, 5, 10, 14.

## **Модуль 2. Прикладний туроперейтинг**

### **Тема 6. Рецептивний туроперейтинг (2 години)**

#### *План*

1. Поняття та зміст рецептивного туроперейтингу.
2. Туристичні ресурси рецептивного туропейтингу в Україні.
3. Диференціація пропозицій рецептивних туроператорів.

#### ***Методичні рекомендації до вивчення теми***

Поняття та зміст рецептивного туроперейтингу. Ресурси рецептивного туроперейтингу.

Туристичні ресурси рецептивного туропейтингу в Україні. Туристичні центри та дестинації рецептавного туропейтингу. Види туризму рецептивного українського туропейтингу.

Диференціація пропозицій рецептивних туроператорів.

Позиціонування турів і туроператорів на ринку.

Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг. Форми

співпраці рецептивних туроператорів з продуцентами туристичних послуг.

Формування каталогу пропозицій рецептивного туроператора.

Особливості формування програм прийому та організації відпочинку іноземних туристів. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептивних туроператорів.

Бонусні програми національних туроператорів та налагоджування відносин із зарубіжними та вітчизняними бізнес-партнерами.

### ***Інформаційні джерела:***

2, 7, 10, 14.

## **Тема 7. Ініціативний туроперейтинг (2 години).**

### *План*

1. Оцінка туристичного ринку країни-партнера.
2. Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни.
3. Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту.
4. Формування каталогу пропозицій ініціативного туроператора.
5. Брендуння, просування та організація збуту продукту ініціативного тур оператора

### ***Методичні рекомендації до вивчення теми***

Оцінка туристичного ринку країни-партнера. Етапи дослідження: загальна характеристика стану внутрішнього ринку країни, ступінь інтегрованості ринку, стан та рівень доступності туристсько-екскурсійних ресурсів, стан та рівень розвитку сфери гостинності, територіальна організація ринку пропозиції, аналіз запропонованого турпродукту, оцінка туристичного процесу, стан двосторонніх відносин та туристичні формальності, освоєність та оригінальність турпродукту.

Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни.

Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту. Формування каталогу пропозицій інклюзив та пекідж-турів, турів-каскадів.

Формування каталогу пропозицій ініціативного туроператора. Розподіл робіт між службами та підрозділами туроператора в процесі обслуговування та надання туристичних послуг.

Брендування, просування та організація збуту продукту ініціативного туроператора.

### ***Інформаційні джерела:***

4, 7, 10, 14

## **Тема 8. Консолідований туроперейтинг (2 години)**

### *План*

1. Світовий ринок туроператорів консолідаторів: стан та перспективи розвитку.
2. Умови роботи та організації консолідаторського бізнесу
3. Особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів.
4. Договірне забезпечення та форми співпраці консолідаторів з туроператорами та турагентами.

### ***Методичні рекомендації до вивчення теми***

Світовий ринок туроператорів консолідаторів: стан та перспективи розвитку. Міжнародний туроперейтинг.

Умови роботи та організації консолідаторського бізнесу. Формування розгалуженої (інтегрованої) структури збуту послуг консолідатора.

Особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів.

Формування догоровного плану туру. Безвідзивний та відзивний комітмент. Бронювання та блокування місць в готелях і

на транспорті. Умови отримання блоків місць в підприємствах туриндустрії. Комітмент.

Договірне забезпечення та форми співпраці консолідаторів з туроператорами та турагентами.

### ***Інформаційні джерела:***

2, 7, 9, 12, 13.

## **Тема 9. Організація туристичних подорожей туроператором (4 години)**

### *План*

1. Організація співпраці між туроператорами.
2. Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та представниками-рецепціоністами.
3. Процес бронювання туристичних послуг.
4. Види та форми розрахунків за туробслуговування.
5. Обов'язки представника туристичної компанії за кордоном та його повноваження.

### ***Методичні рекомендації до вивчення теми***

Організація співпраці між туроператорами. Робота міжнародного туроператора з організації пакетних пропозицій та індивідуальних турів.

Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та представниками-рецепціоністами (транспортним підприємством, закладами готельного господарства та ін.). Типова форму (зміст) договору (угоди) про співробітництво. Особливості договору чартеру (фрахту). Робота чартерного відділу. М'який та твердий блок. Права та обов'язки сторін, обмеження та права туроператора.

Процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств. Наземне обслуговування.

Процедура бронювання пакетних турів. Правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування. Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню.

Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі. Порядок бронювання через Internet. Підтвердження факту купівлі-продажу та форми оплати замовлених послуг. '

Порядок бронювання в режимі on-line. Особливості доступу, пошуку, підбору та реалізації пакетних турів на основі агентського договору.

Своєчасна та несвоєчасна ануляція туристичних послуг. Правила dead-line. Компенсація та штрафні санкції в разі несвоєчасної ануляції.

Види та форми розрахунків за туробслуговування. Взаємозалік та бартерні відносини в туризмі.

Обов'язки представника туристичної компанії за кордоном та його повноваження. Суть і значення якості туристських послуг. Споживчі властивості і споживчі параметри туристських послуг. Критерії оцінки та оцінювання якості послуг. Якісна характеристика пакетного туру та параметри оцінювання відповідності замовлених і наданих турпослуг. Експертна оцінка оптимального обслуговування туристів під час подорожі.

Види та форми розрахунків за туробслуговування. Оформлення повернення коштів за невикористане обслуговування.

***Інформаційні джерела:***

1, 2, 3, 5, 7, 9, 12, 10, 13, 14

### Список інформаційних джерел:

1. Про туризм : Верховна Рада України; Закон від 15.09.1995 № 324/95-ВР – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>
2. Бабарицька В.К.,Малиновська О.Ю.Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Альтпрес,К. 2009 р.-288 с.
3. Ганич Н.М,Антонюк Н.В.Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник :К. Знання,2008 Р.- 288 С.
4. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. Организация деятельности .- М.:ФИС,2007-480 С.
5. Ильина Е.Н. Туроперейтинг.Стратегия и финансы. – М.: Финансы и статистика,2005 г.-192 с.
6. Кусков А.С. Голубева В.Л. Туроперейтинг :учебник. - М.:ФОРУМ,2009.- 400 с.
7. Любіцева О.О. Методика розробки турів:навч.посіб.- К.:Альтерпрес ,2003.-104 с.
8. Любіцева О.О. Туризмознавство :вступ до фаху :підручник /О.О.Любіцева, В.К.Бабарицька .- К. :Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет»,2008 р.-335 с.
9. Мальська М.П.,Антонюк Н.В.,Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник .-К.:Знання,2008 р.-661 с.
- 10.Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей :навч.посіб.- К.:КНТЕУ,2003 Р.- 156 С.
- 11.Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності :підручник .- К.:Грамота ,2006.-264 с.
- 12.Ткаченко Т.І.Сталий розвиток туризму :теорія методологія ,реалії бізнесу :монографія/Т.І.Ткаченко .- К.:Київ.нац.торг.-екон.ун-т,2006.-537 с.
- 13.Чорненька Н.В.Організація туристичної індустрії:навч.посіб.- .К.:Атіка ,2006.-254 с.
- 14.Ушаков Д. С. Прикладной туроперейтинг .изд.2-е,перераб.и доп – Москва : ИКЦ «Март»,Ростов н/Д: издательский центр «Март»,2006.-448 с.
- 15.
- 16.Ушаков Д.С.,Стратегическое планирование в туризме . М.: Изд.-во:Феникс,2007 г.-288 с.

17. Ушаков Д.С., Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе .М.:Изд-во :Издательский центр МарТ,Феникс ,2010 г.- 256 с.
18. Ушаков Д.С. Рубаник А.Н. Технологии выездного туризма.Издательство: Издательский центр МарТ,Феникс ,2010 г-384 с.
19. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма . Издательство: Издательский центр МарТ,Феникс ,2002 г.- 448 с.
20. Черных Н. Технология путешествий и организации обслуживания клиентов .М.: Сов.спорт,2002.- 230 с.