

Е. Н. Ильина

ТУРОПЕРЕЙТИНГ: СТРАТЕГИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ





РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА

Е. Н. Ильина

ТУРОПЕРЕЙТИНГ: СТРАТЕГИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Рекомендовано
Министерством Российской Федерации
по физической культуре, спорту и туризму
в качестве учебника
для студентов высших учебных заведений
туристского профиля



МОСКВА
«ФИНАНСЫ И СТАТИСТИКА»
2008

УДК 338.486.23(075.8)
ББК 65.433.13я73
И46

РЕЦЕНЗЕНТ:

Т.Ю. Иванова,
генеральный директор туристского агентства «Элит-М»

Ильина Е.Н.
И46 Туроперейтинг: стратегия обслуживания: учебник /
Е.Н. Ильина. — М.: Финансы и статистика, 2008. — 160 с.: ил.
ISBN 978-5-279-03311-9

Рассматриваются стратегия обслуживания и программный туризм, основы анимации в туризме, понятие качества туристского обслуживания и способы его регулирования, требования и методы организации безопасности в туризме, квалификационные требования и должностные обязанности менеджера туроперейтинга.

Для студентов высших учебных заведений туристского профиля, преподавателей, работников турфирм.

И $\frac{4205000000 - 068}{010(01) - 2008}$ 92 – 2008

УДК 338.486.23(075.8)
ББК 65.433.13я73

ISBN 978-5-279-03311-9

© Ильина Е.Н., 2008
© Издательство «Финансы
и статистика», 2008

ВВЕДЕНИЕ

Россия — страна уникальной культуры, обладающая большим историко-культурным наследием. Многие памятники нашей страны, такие, как Московский Кремль, Суздаль, пригороды Санкт-Петербурга, привлекают большое количество отечественных и зарубежных туристов. Каждый из названных туристских центров имеет стратегию развития, без которой сегодня на современном туристском рынке работать уже нельзя. Но не совсем так обстоят дела по всей России, туристские ресурсы которой зачастую просто не востребованы. При этом можно сказать, что в настоящее время в России туристский рынок уже сформирован. «Барьеры входа» весьма высоки, и между туристскими предприятиями существует серьезная конкуренция.

Для обретения своего «туристского лица» и привлекательности для большого количества туристов, устойчивой рыночной позиции необходимо знать не только все правила комплектации туристского продукта, его продвижения и реализации, но и владеть некоторыми другими аспектами туристского дела, такими, как:

- компоненты и составляющие менеджмента и стратегии обслуживания туристов (потребности клиентов, способность компании удовлетворять эти потребности, мобильное программирование обслуживания туристов);

- сложившиеся традиции обслуживания, потребительские предпочтения, конкурентные силы туристского рынка и их влияние на программирование туров;

- понятие и функции анимации в туризме и стратегическая роль анимационных мероприятий в туризме;

- правила функционирования туроперейтинговой среды;

- способы оптимального использования инфраструктуры, информационных сетей и потоков;

- факторы, влияющие на качество туристского обслуживания, и модель обеспечения качества услуг;

понятие безопасности в туризме и направления ее организации;

квалификационные требования к менеджеру туроперейтинга.

Необходимо готовить такие программы обслуживания, которые наиболее полно удовлетворяют потребности современного человека, причем как с точки зрения сервиса, так и психологического восприятия. Все это составляет сущность понятия «гостеприимство», являющегося в туризме базисом стратегии обслуживания.

Эти вопросы, каждый из которых имеет важное значение в туристском бизнесе, раскрываются в данном учебнике, который представляет собой третью часть моей книги «Туроперейтинг».

Книга состоит из 7 глав, в которых рассматриваются следующие вопросы:

стратегия обслуживания и программный туризм;

анимация обслуживания;

представители туроператоров;

качество туристского обслуживания и способы его регулирования;

безопасность в путешествии;

страхование туристов и профессиональной ответственности туроператора как мера гарантии безопасности;

квалификационные требования и должностные обязанности менеджера туроперейтинга.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1. Стратегия обслуживания и программный туризм	5
Компоненты и составляющие менеджмента и стратегии обслуживания	5
Программный туризм и потребительские предпочтения ...	7
Постулаты туроперейтинга	16
Конкурентные силы туристского рынка, или насколько выгодно заниматься туроперейтингом	19
Контрольные вопросы	27
Практические задания	28
2. Анимация обслуживания	29
Контрольные вопросы	42
Практическое задание	43
3. Представители туроператоров	44
Контрольные вопросы	50
4. Качество туристского обслуживания и способы его регулирования	51
Контрольные вопросы	65
5. Безопасность в путешествии	66
Природные и техногенные катастрофы и предотвращение рисков для туристов	71
Эпидемиологическая и бактериологическая безопасность туристов	74
Безопасность туристов во время перевозки	87
Обеспечение безопасности пассажиров при авиаперевозках	88
Обеспечение безопасности на автобусах	91
Туристская полиция	95
Контрольные вопросы	96

6. Страхование туристов и профессиональной ответственности туроператора как мера гарантии безопасности	99
Страхование выезжающих за рубеж туристов	102
Страхование въездного и внутреннего туризма	113
Страхование профессиональной ответственности и профессиональных рисков туроператора	120
Контрольные вопросы	125
7. Квалификационные требования и должностные обязанности менеджера туроперейтинга	127
Профессиональные стандарты для туризма	127
Квалификационные требования, предъявляемые к менеджеру туроперейтинга	131
Контрольные вопросы	135
Практическое задание	136
Приложения	137
Литература	156