**Тема: Виробнича програма туристичного оператора: сутність і структура**

**1. Сутність виробничої програми туроператора**

**2. Принципи та етапи розробки виробничої програми туристичного оператора**

**Рекомендована література:** Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. -К.: Центр учбової літератури, 2007. - 224 с.

**1. Сутність виробничої програми туроператора**

В умовах ринкових відносин роль планування діяльності підприємств не тільки не знижується, а, навпаки, зростає. Планування туристичної діяльності дозволяє підприємцям погоджувати ресурси для формування турпродукту з можливостями його збуту, що вимагає знань споживчого попиту. Знати поточний та перспективний попит потенційних туристів на свій турпродукт і встигати вчасно пропонувати його конкретним споживачам - головне завдання підприємства і його менеджерів.

Планування виробничої діяльності туристичного підприємства - це передбачення і програмування на малу, середню та велику перспективи обсягів виробництва туристичних послуг і комплектування турпродукту, що користується попитом, а також розрахунок результатів від його реалізації. Вихідним моментом обґрунтування виробничої програми туристичного підприємства виступає прийнятий варіант плану реалізації, зорієнтований на можливий обсяг реалізації з урахуванням попиту або на обсяг продажу, необхідний для одержання цільового прибутку з урахуванням ресурсного забезпечення обсягу реалізації турпродукту (послуг).

Незалежно від варіанта плану реалізації, планування створення туристичного продукту неможливе без визначення потреби в ресурсному забезпеченні. Виробничу програму туристичного підприємства, зокрема туроператора, варто розглядати як документ, у якому передбачаються завдання на створення (комплектування) туристичного продукту визначеної кількості, номенклатури, асортименту та якості у встановлений термін за замовленнями потенційних туристів або для вільної реалізації на основі ринкового попиту.

При розробленні програми виробництва туристичних послуг і комплектування турпродукту застосовуються натуральні і вартісні показники (вимірники). До сфери власне туризму до натуральних показників відноситься кількість розроблених і реалізованих туристичних пакетів, турів або окремих туристичних послуг. У галузях, що обслуговують туристів, застосовуються інші натуральні показники їхньої діяльності. Наприклад, до натуральних показників діяльності об'єктів розміщення туристів відноситься кількість наданих спальних місць, підприємств харчування - кількість місць для приймання їжі, на транспорті - кількість пасажиро-місць, у видовищних установах - кількість глядацьких місць і т. д. Крім натуральних показників, робота всіх підприємств індустрії туризму оцінюється сумою виручки від реалізації туристичних послуг і товарів у грошовому (вартісному) вираженні.

Виробнича програма туристичного оператора складається з таких розділів:

1) план надання туристичних послуг і комплектування турпродукту за номенклатурою та асортиментом;

2) завдання з підвищення якості турпродукту та послуг;

3) план ресурсного забезпечення виробничої програми;

4) план кооперування туроператора з постачальниками туристичних послуг і ресурсів.

План комплектування турпродукту відповідно до передбачених обсягів його реалізації буде реальним тільки за умови повного ресурсного забезпечення і наявності необхідних виробничих потужностей туроператорів і турагентів. Тому в плані комплектування туристичного продукту встановлюються чіткі за термінами завдання на закупівлю конкретних видів туристичних послуг, необхідних для створення планових обсягів турпродукту, а також визначається обсяг робіт у взаємозв'язку з потребами в інших ресурсах.

Планування випуску туристичного продукту або розробки турів охоплює прогнозування та програмування, що грунтується на можливостях реалізації, детальних розрахунках потреби в туристичних ресурсах і пошуках ефективних джерел ресурсного забезпечення. Туроператор при формуванні туристичного пакета орієнтується на послуги підприємств розміщення, харчування, транспортування, екскурсій, оздоровлення, лікування, розваг і спорту, а також на послуги торгівлі, зв'язку тощо. Усі ці ресурси є для туроператорів зовнішніми (покупними). Але при розробці виробничої програми враховуються й ресурси самого підприємства: грошові кошти, трудові ресурси, основні й оборотні фонди і нематеріальні активи.

Усі ресурси підприємств поділяються на відчутні (матеріальні) та невідчутні (торгова марка, ноу-хау, престиж, імідж, кваліфікація персоналу, досвід роботи, компетенція, мистецтво управління тощо).

Витрати ресурсів при розробці виробничої програми розраховуються на основі встановлених техніко-економічних. нормативів на одного туриста або на визначену кількість туристів (групу туристів різної чисельності). При використанні ресурсних нормативів у процесі обґрунтування виробничої програми конкретного підприємства необхідно враховувати особливості його діяльності, специфіку наданих туристичних послуг, інтенсивність туристичних потоків, їхню спрямованість, кон'юнктурні зміни, що стосуються діяльність даного підприємства та ін. Відзначені особливості враховуються при плануванні шляхом коригування встановлених нормативів з урахуванням таких коефіцієнтів: середня вартість турпродукту (послуги), інтенсивність туристичного потоку, підвищення якості ресурсного забезпечення й обслуговування туристів.

Практичне застосування цього методу в туристичному бізнесі поки що обмежується відсутністю науково обґрунтованих норм і нормативів. Існуючі норми стосуються тільки окремих видів туристичних послуг.

В умовах ринкової економіки вихідними передумовами розробки виробничої програми туристичного підприємства є втілені в плани реалізації результати маркетингових досліджень туристичного попиту. Ці результати формують банк потенційних клієнтів як базу для обґрунтування виробничої програми (рис. 1).

Як показано на рисунку, розробка програми діяльності туроператора розпочинається з формування банку потенційних клієнтів, виявлених у результаті вивчення ринкового попиту, охоплює обґрунтування обсягу комплектування турпродукту в натуральному і вартісному вираженні і закінчується формуванням структури турпродукту цільового призначення визначеної кількості з виділенням номенклатури, асортименту та якості за кожним видом туризму (внутрішнього, в'їзного і виїзного).



Рис. 1. Алгоритм розробки виробничої програми туристичного підприємства

**2. Принципи та етапи розробки виробничої програми туристичного оператора**

Виробнича програма розробляється туроператорами, а турагенти обмежуються обґрунтуванням планів реалізації, оскільки вони не формують, а тільки просувають на ринок і реалізують турпродукт, створений туроператорами.

Виробнича програма складається за такими принципами:

> наукове обґрунтування можливих обсягів реалізації конкретних туристичних послуг і укомплектованих турів;

> систематичне оновлення асортименту і підвищення якості туристичних послуг відповідно до ринкового попиту;

> підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу туризму та ресурсів підприємства (матеріальних, трудових, фінансових; інформаційних);

> узгодження виробничої програми туроператора з виробничими програмами обслуговуючих підприємств, які пов'язані кооперативними або договірними відносинами;

> нарощування обсягів туристичних послуг на основі планів реалізації турпродукту.

Дотримання наведених принципів забезпечує високий рівень обґрунтованості планових завдань випуску туристичного продукту. Сформований «банк» даних потенційних туристів є основою визначення видів, форм та елементів туристичного продукту, які, в свою чергу, визначають потребу в ресурсах для їх формування. На основі узгодження банку потреб потенційних туристів з ресурсним забезпеченням розробляються маршрути, складаються графіки руху туристів і формуються пакети туристичних послуг.

Після визначення обсягів, номенклатури, асортименту та якості туристичних послуг за видами клієнтів і маршрутами здійснюється запуск туристичних замовлень в розробку турпродукту (рис. 2). Внаслідок такої розробки визначається загальна вартість турпродукту з виділенням замовлень і клієнтів.

Основою розробки виробничої програми виступає план реалізації, деталізований за видами туристичних послуг, їх якістю та споживачами відповідно до замовлень. Враховується також і можливість реалізації турпродукту без замовлень, тобто ексклюзивний продаж.

Схематично процес обґрунтування виробничої програми туроператора зображено на рис. 3.



Рис. 2. Схема запуску замовлень при формуванні турпродукту



Рис. 3. Етапи обґрунтування виробничої програми туроператора

До розробки виробничої програми варто підходити реалістично, розуміючи, що абсолютно надійного методу не існує. Процес обґрунтування виробничої програми пов'язаний не тільки із внутрішніми факторами підприємства, а й з багатьма зовнішніми чинниками, важливе місце серед яких посідають доходи населення, рівень розвитку інфраструктури туризму, економічна, політична, екологічна ситуація і багато чого іншого.