

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. Н. П. ОГАРЁВА»

Факультет довузовской подготовки и среднего профессионального образования

Выпускающая предметная цикловая комиссия (кафедра)  
общепрофессиональных и специальных (туристских) дисциплин

УТВЕРЖДАЮ

Зам. декана по учебной работе

*В. А. Богатырская*  
(подпись) В. А. Богатырская

«17» июня 2019 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА  
ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ МОНОПРОФИЛЬНОГО  
ТУРОПЕРАТОРА

Автор дипломной работы *Лялина* 06.06.2019 Н. Н. Лялина

Обозначение дипломной работы ДР-02069964-43.02.10-11-19

Специальность 43.02.10 Туризм

Руководитель работы  
канд. пед. наук, преп. ВКК *Красильникова* 07.06.2019 Н. В. Красильникова

Нормоконтролер  
ст. преподаватель *Кусерова* 10.06.2019 А. И. Кусерова

Рецензент  
директор ООО Центр туризма  
«Русский мир» *Байгушкина* 15.06.2019 О. В. Байгушкина



Саранск

2019

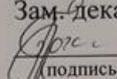
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. Н. П. ОГАРЁВА»

Факультет довузовской подготовки и среднего профессионального образования

Выпускающая предметная цикловая комиссия (кафедра)  
общепрофессиональных и специальных (туристских) дисциплин

УТВЕРЖДАЮ

Зам. декана по учебной работе

 В. А. Богатырская

(подпись)

«28» ДЕКАБРЯ 2018 г.

### ЗАДАНИЕ НА ДИПЛОМНУЮ РАБОТУ

Студент Лялина Наталья Николаевна

1 Тема: Особенности работы монопрофильного туроператора

Утверждена приказом № 2392-с от 25.03.2019 г.

2 Срок представления работы к защите 17.06.2019 г.

3 Исходные данные для научного исследования: теоретические источники по теме исследования, статистические данные, источники сети Интернет, исследования автора.

4 Содержание дипломной работы

4.1 Теоретические аспекты изучения монопрофильных туроператоров

4.2 Анализ особенностей работы монопрофильных туроператоров

4.3 Проблемы и перспективы развития монопрофильных туроператоров

5 Приложения:

5.1 Приложение А (обязательное) Достижения и награды туроператора  
ООО «НИКА»

5.2 Приложение Б (обязательное) Каталоги туроператора ООО «НИКА»

5.3 Приложение В (обязательное) Прейскурант на оказание технических услуг

Руководитель работы *Крф* 28.12.2018. Н. В. Красильникова  
Задание принял к исполнению *Лл* 28.12.2018. Н. Н. Лялина

—  
ных и

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 46 страниц, 8 рисунков, 24 использованных источника, 3 приложения.

ТУРИЗМ, ТУРОПЕРАТОР, ТУРПРОДУКТ, ТУРОПЕРАТОРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ТУРАГЕНТСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МОНОПРОФИЛЬНЫЙ ТУРОПЕРАТОР, ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ МОНОПРОФИЛЬНОГО ТУРОПЕРАТОРА.

Объектом исследования выступают монопрофильные туроператоры.

Цель работы – изучить особенности работы монопрофильного туроператора.

В процессе работы исследованы роль и значение монопрофильных туроператоров в индустрии туризма; раскрыты особенности работы монопрофильного туроператора; выявлены проблемы и обозначены перспективы развития монопрофильных туроператоров.

Степень внедрения – частичная.

Область применения – в преподавании учебных дисциплин по специальности «Туризм», в частности, в работе турфирм.

Эффективность – совершенствование знаний студентов в работе турфирм и вопросах специфики деятельности монопрофильных туроператоров.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
1 Теоретические аспекты изучения монопрофильных туроператоров	8
1.1 Монопрофильный туроператор: понятие, достоинства и недостатки	8
1.2 Роль и значение монопрофильных туроператоров в индустрии туризма	15
2 Анализ особенностей работы монопрофильных туроператоров	22
2.1 Специфика работы монопрофильных туроператоров	22
2.2 Туроператор ООО «НИКА» как один из ведущих монопрофильных туроператоров России	29
3 Проблемы и перспективы развития монопрофильных туроператоров	39
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	43
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	45
ПРИЛОЖЕНИЕ А (обязательное) Достижения и награды туроператора ООО «НИКА»	47
ПРИЛОЖЕНИЕ Б (обязательное) Каталоги туроператора ООО «НИКА»	53
ПРИЛОЖЕНИЕ В (обязательное) Прейскурант на оказание технических услуг	55

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования особенностей работы монопрофильных туроператоров обусловлена большим количеством и разнообразием по своему роду деятельности туроператоров, от деятельности которых зависит развитие такой динамично развивающейся отрасли экономики как туризм.

Туроператорская деятельность является наиболее сложной и многоплановой сферой, где должны работать первоклассные специалисты, это та область, где требуются достаточно крупные капиталовложения, которая характеризуется огромной ответственностью перед потребителями.

В настоящее время идет формирование индустрии туризма, где среди туристских фирм-операторов определяются лидеры и даже среди небольших, которые нашли свое место на рынке услуг. Однако справиться с этими задачами, как на начальном этапе развития своего бизнеса, так и в дальнейшем, удастся в большей степени монопрофильным туроператорам, практикующим свою деятельность в определенном географическом направлении и предлагающие туры одного вида. Т. к. сотрудники фирм-операторов данного профиля имеют ряд преимуществ, которые требуют изучения с позиции особенностей работы монопрофильных туроператоров.

Теоретическая значимость данной работы заключается в систематизации знаний об особенностях работы монопрофильных туроператоров.

Теоретической базой исследования послужили труды отечественных и зарубежных авторов, связанные с изучением специфики деятельности туроператоров в целом и монопрофильных в частности – это такие авторы как Ильина Е. Н., Любавина Н. Л., Кроленко Л. А. и др.

Объектом исследования выступают монопрофильные туроператоры.

Предмет исследования – специфика работы монопрофильного туроператора.

Цель работы – изучить особенности работы монопрофильного туроператора.

Поставленная цель определила решение следующих задач:

- изучить теоретические аспекты монопрофильных туроператоров;
- проанализировать специфику работы монопрофильных туроператоров;
- выявить проблемы и перспективы развития монопрофильных туроператоров.

При написании данной дипломной работы использовались следующие методы исследования: анализ, наблюдение, обобщение, статистический и методы экспертных оценок.

Поставленные цели и задачи определили структуру дипломной работы, которая состоит из введения, 3 разделов, заключения, списка использованных источников и 3 приложений.

# **1 Теоретические аспекты изучения монопрофильных туроператоров**

## **1.1 Монопрофильный туроператор: понятие, достоинства и недостатки**

Индустрия туризма принадлежит к одному из видов деятельности человечества, чья история начинается задолго до возникновения культурного общества. В каждой исторической эпохе есть такие элементы деятельности людей, которые попадают под категорию туризма. Туроператорская деятельность, в наше время, играет большую роль. Значение работы туроператоров в жизни людей, регионов, государств и в международной жизни невозможно переоценить. В настоящее время, деятельность туроператоров на рынке туристских услуг – это мощная индустрия, включающая в себя разнообразные формы обслуживания населения в области туризма и удовлетворяющая их нужды.

Туроператор – это туристская фирма, которая занимается комплектацией туров по договорам с поставщиками услуг и, в соответствии с потребностями туристов, является активным субъектом туристского рынка, непосредственно участвующим в планировании, разработке, продвижении и реализации туристского продукта в коммерческих целях. Туроператор производит туристские продукты в соответствии с потребностями и пожеланиями клиентов, выполняет специальную роль в туристской индустрии – приобретает туристские услуги, формирует турпродукт и продаёт его напрямую или через посредников (турагентов), с целью получения прибыли [20].

Туроператор, формируя туристский пакет, выступает в роли производителя турпродукт, а реализуя отдельные туруслуги, выступает как крупнооптовый посредник. Это возможно в том случае, если туроператор покупает у изготовителя больше туристских услуг, чем необходимо для формирования туристского продукта.

Согласно Федеральному закону от 24.11.1996 № 132-ФЗ (от 04.06.2018 г.) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2019 г.), «туроператорская деятельность – это деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом» [16].

Каждый туроператор считается специалистом в организации определённого вида туров или в работе с каким-либо географическим направлением. Специализироваться туроператор может в зависимости от географического направления, различных видов целей турпоездки, от продажи индивидуальных или групповых туров и т. д.

Как отмечено в исследованиях Н. Л. Любавиной и Л. А. Короленко в зависимости от профиля работы туроператоров подразделяют на многопрофильных (специалистов) и монопрофильных. Многопрофильные туроператоры специализируются на нескольких и по нескольким направлениям и видам туров, что чревато снижением качества предлагаемых туров, требует большего количества квалифицированных специалистов, капиталовложений и расходов. В свою очередь монопрофильные туроператоры практикуют деятельность в определенном географическом направлении и предлагают туры одного вида [13].

Предпосылками для выбора профиля специальности и дальнейшей работы в данном направлении являются:

- маркетинговая стратегия;
- ценовая стратегия на рынке;
- возможности туроператора;
- конкурентная стратегия туроператора на рынке;
- факторы внешней среды туроператора или турагента (законодательство, политическая и экологическая обстановка на курортах) [21].

Однако, несмотря на различия в профиле специальности, монопрофильные и многопрофильные туроператоры выполняют одинаковые функции, такие как:

- изучение потребностей потенциальных клиентов на туры и туристские программы;
- составление перспективных программ обслуживания, туров и апробация их на рынке с целью выявления соответствия потребностям туристов;
- взаимодействие с поставщиками услуг на договорной основе с:
  - а) предприятиями размещения;
  - б) предприятиями питания;
  - в) транспортными предприятиями, фирмами и компаниями;
  - г) экскурсионными фирмами, музеями, выставочными залами, парками и прочими заведениями;
  - д) фирмами, оказывающими различные бытовые услуги;
  - е) администрацией спортивных сооружений;
  - ж) менеджерами шоу, кино, видео, театральных предприятий;
  - з) дирекциями заповедников, заказников, садово-парковых, охотничьих и рыболовных хозяйств;
  - и) местными муниципальными властями и т. д.
- расчет стоимости тура, транс-тура и определение цены с учетом рыночной ситуации (установление тарифов и цен на свои услуги по комплектации туров разного состава, классности и др.);
- обеспечение туристов, путешествующих по маршрутам туров, всеми необходимыми материалами рекламно-сувенирного характера, специальным снаряжением и инвентарем;
- подготовка, подбор и назначение на маршруты кадров, выполняющих функции контакта с туристами, координации и контроля за выполнением программ обслуживания (гидов-экскурсоводов, инструкторов, аниматоров, методистов);
- рекламно-информационная деятельность для продвижения своего туристского продукта к потребителям;

- продвижение и реализация туров потребителям через систему турагентств;

- контроль за надежностью и качеством обслуживания;

- постоянная оперативная связь с туристами во время обслуживания, решение возникающих вопросов.

В обязанности монопрофильного так же, как и многопрофильного туропера:

- осуществление заблаговременного (не позднее указанного в договоре срока, исключением могут быть только продажи «горящих туров») бронирования в установленной договором форме (форма заявки на бронирование);

- сообщать meet-компаниям информацию о личностях туристов (фамилии, имена, паспортные данные), номер рейса прибытия и вылета;

- информирование туриста о реалиях нахождения на местах отдыха, нюансах расселения, встрече и проводах;

- своевременное перечисление денежных средств за «наземное обслуживание» своих туристов meet-компаниям;

- оплачивать штрафные санкции (особенно при работе по схемам квотирования) [14].

Профиль туроператорской деятельности – это главное в ассортименте видов или географических направлений предлагаемого туристского пакета:

- доля которых в объеме продаж туропера максимальна;

- продажа которых обеспечивает основную долю прибыли туропера;

- в реализации которых, туроператор достиг высочайшего мастерства и профессионализма;

- с которым потребитель идентифицирует оператора на рынке.

Специализироваться монопрофильные туроператоры могут также и на продаже индивидуальных или групповых туров. Групповыми турами принято считать туры от 15 – 20 чел. Автобусный тур с 15 туристами будет считаться

групповым, а на самолете, с таким же количеством людей, не будет, так как вместимость автобуса и самолета различно. Следовательно, групповыми турами следует считать туры, когда туроператору выгодно приобретать не отдельные билеты у перевозчиков, а арендовать транспортное средство целиком.

В зависимости от типа применяемых транспортных средств в организуемых турах монопрофильный туроператор может специализироваться на продаже авиа-туров, круизов, железнодорожных и автобусных туров. В зависимости от целей туров оператор может специализироваться на продаже:

- познавательных (экскурсионных);
- паломнических;
- образовательных;
- спортивных;
- экологических;
- оздоровительных;
- тематических;
- деревенских;
- молодежных и др.

Следовательно, специализацией монопрофильных туроператоров считается то, какой вид туров в ассортименте туроператоров является доминирующим (например, круизы или автобусные туры). Профиль работы как монопрофильных, как и многопрофильных туроператоров может различаться по направлениям:

- 1) популярные – направления работы оператора, в которых организуются регулярные групповые поездки в течение всего туристского сезона;
- 2) непопулярные – туры, которые организуются в индивидуальном порядке или нерегулярно, в течение всего туристского сезона.

Направления работы монопрофильного туроператора в зависимости от колебания туристской активности в течение года могут быть:

- сезонными (туры в Сочи, Адлер, Хоста и др.);

– круглогодичными (туры в санатории, автобусные туры по Европе и др.)

В зависимости от направления работы профиль туроператора может быть:

– сильно концентрированным, когда оператор специализируется на работе с ограниченным количеством отелей на определенном курорте (такой профиль работы распространен среди операторов, имеющих оплаченные блоки мест в ряде гостиниц);

– концентрированным, когда туроператор специализируется на работе со многими отелями узкого перечня курортов (данная специализация распространена среди туроператоров, имеющих стабильные договорные отношения с meet-компаниями или небольшие квоты мест во многих гостиницах курортов);

– рассеянным, когда туроператор в принципе предлагает большой перечень курортов в нескольких городах одной страны (работа по разовым заявкам).

Направление работы туроператора может быть:

– дорогим;

– недорогим.

Дороговизна того или иного направления определяется географической удаленностью, уровнем жизни населения принимающего региона. Например, такие страны как: Япония, США, Китай и др. являются географически удалёнными от России, имеют высокий уровень жизни и являются дорогими направлениями. В то же время Европа географически более близкая к России, что позволяет ей являться дешевой, несмотря на высокий уровень жизни населения. Таиланд и Малайзия так же географически удалены, но при низком уровне жизни населения являются очень дорогими направлениями [21].

Любой монопрофильный туроператор, выбирая профиль своей дальнейшей работы, руководствуется следующими факторами:

– рыночная стратегия (стратегия поведения на рынке);

– ценовая стратегия;

- рыночные и финансовые возможности туроператора;
- конкурентная стратегия туроператора;
- факторы внешней среды туроперейтинга.

Исходя из профиля работы монопрофильного туроператора их неоспоримыми достоинствами являются:

- достижение высокого профессионализма в работе с определенным направлением или видом туров;
- максимальная информированность работников туроператора и высокое качество их работы;
- возможность идентификации туроператора на рынке, как организатора именно этого вида туров или как работающего именно в этом направлении;
- возможность получения аккредитации в посольствах стран, на работе с которыми специализируется туроператор (что особо актуально при специализации туроператора на работе с визовыми державами);
- возможность получения помощи властей курортов, с которыми сотрудничает оператор, и проявления туроператорского лобби;
- более низкий в сравнении с многопрофильными операторами размер капиталовложений.

Однако, существуют и недостатки в деятельности монопрофильных туроператоров, среди которых принято выделять:

- рост зависимости деятельности туроператора от поставщиков туристских услуг;
- невысокую гибкость предлагаемых туров;
- необходимость постоянно модифицировать предлагаемые туры (поскольку они могут морально устареть на рынке и перестать пользоваться спросом) [13].

## **1.2 Роль и значение монопрофильных туроператоров в индустрии туризма**

Туризм как передвижения людей с определенными целями существует уже довольно давно. Однако, возникновение туристской деятельности, с целью получения прибыли, было связано с зарождением и развитием массового туризма. Необходимость в специализированных фирмах-продавцах туристских услуг и профессиональных организаторах путешествий появилась, когда спрос на туристский продукт стал расти и превращаться в массовый.

Исследования показывают, что на ранних этапах развития туристского бизнеса, родоначальником которого считается англичанин Томас Кук, люди обращались к туроператорам, так как боялись трудностей, связанных с путешествием, надеясь на то, что фирма избавит их от проблем. Нужно учитывать, что в XIX в. было сложно самостоятельно получить информацию, необходимую для организации путешествия. Поэтому стали появляться люди, специализирующие по данному направлению, в дальнейшем – монопрофильные туроператоры, которые занимались заказом билетов для своих клиентов, организацией индивидуальных и групповых туров, разработкой экскурсий, изданием путеводителей, брошюр, каталогов своих поездок, продвигая путешествия как способ проведения свободного времени [25].

С развитием индустрии туризма, туроператорской деятельности, предоставление туристских услуг в виде размещения и питания стало недостаточно, т. к. появлялись новые потребности у клиентов и, для полноценного отдыха этого стало недостаточно. Еще Томас Кук в середине XIX в. заботился об организации транспорта и досуга своих туристов. Поэтому, у большинства современных туристов, отдых с организацией перевозки к месту отдыха, транспортным обслуживанием на курорте и разнообразной программой отдыха и развлечений, причем по оптимальным ценам, является самым популярным. Современный человек, живущий в ускоренном ритме, за

небольшой период, который он может потратить на отдых, желает получить массу впечатлений, испытать новые ощущения, увидеть на месте отдыха все самое лучшее и самое интересное – над организацией и безопасностью таких туров работают монопрофильные туроператоры [21].

В виду большой популярности индустрии туризма возникли специализированные оптовые туроператоры, которые при массовой закупки услуг имеют специальные льготные цены от поставщиков туристских услуг. Важной особенностью таких туроператоров является его способность страховать от изменения цен на услуги, необходимые для формирования туристских продуктов. Цены у оптового туроператора всегда ниже, чем у розничных поставщиков туруслуг.

Согласно истории, Томас Кук положил начало мировому туризму. Его деятельность осуществлялась через монопрофильное агентство «Томас Кук и сын», первой конторы, специализирующейся на организации туристических поездок. Далее организация переросла в многопрофильную, в 1850 г. появились маршруты по многим европейским городам, когда 1865 г. Кук открыл для соотечественников Новый Свет, а для американцев – Родину их предков.

Стоит отметить, что выделяют следующие причины появления туроперейтинга, вне зависимости от профиля деятельности:

- формирование массового туризма на дальние расстояния;
- развитие туристской инфраструктуры и усложнение туристского продукта;
- специализация деятельности туристских фирм: одни концентрировали усилия на формировании пакетов услуг, занимались освоением новых туристских регионов, новых видов туризма, другие специализировались на сбыте и работе с клиентами;
- экономия средств поставщиков туристских услуг на маркетинговые мероприятия;
- экономия средств и времени потребителей на организацию путешествия.

Появление бизнеса монопрофильных и многопрофильных туроператоров явилось следствием формирования массового туризма на дальние расстояния и усложнения туристского продукта, в результате чего развивался процесс специализации деятельности туристских фирм, которые концентрировали свои усилия на производстве пакетов услуг, осваивали новые регионы, разрабатывали новые виды туризма, формируя направление монопрофильного туроперейтинга.

Особенности монопрофильного туроператора как вида посреднической деятельности на туристском рынке России заключается в следующем:

- деятельность связана с разработкой и составлением туристических программ и их апробацией;
- прямое взаимодействие оператора с поставщиками туристских услуг;
- формирование кадрового обеспечения с учётом специфики деятельности туроператора;
- предполагает наличие у оператора агентской сети;
- требует непосредственного участия оператора в организации тура и постоянного контроля за качеством созданного туристического продукта, что не столь разнообразно, чем у многопрофильных.

Монопрофильность туроперейтинга может быть, как стартовой, так и эволюционной. В случае стартовой монопрофильности менеджмент оператора еще до начала активной деятельности планировал заниматься ограниченным числом направлений и видов туров. Так называемое «открытие под кого-то» (например, под менеджеров, прекрасно знающих одно направление, или под личные связи с работниками чартерного отделения местной авиакомпания) или «открытие под что-то» (например, под наличие прекрасного эксклюзивного договора с зарубежной meet-компанией, отелями и т. д.). Стартовая монопрофильность может появиться в случае, когда туристский оператор выходит на региональный рынок с принципиально новым турпродуктом, пытаясь занять определенную рыночную нишу.

Каждый монопрофильный туроператор – специалист в организации конкретного вида туристического продукта или в работе с тем или иным направлением. Технология работы туроператора означает не только степень механизированности и стандартизации повседневной работы, но и приемы ведения работы с клиентами, агентами, поставщиками и др. Выбранная туроператором схема сотрудничества с третьими лицами может значительно влиять на его рыночные и финансовые достижения. Потому как выбранные схемы взаимной работы во многом являются интеллектуальной собственностью туроператора, которые можно отнести к технологиям, что является неотъемлемым фактором внутренней среды туроператора [21].

Популяризация деятельности монопрофильного туроператора является основой рекламных кампаний, проводимых им, т. к. добиться идентификации на рынке собственного географического направления или видов туристического продукта – стремление практически любого туроператора. С другой стороны, слишком популяризированный профиль работы оператора может негативно сказаться на его дальнейшей деятельности, связанной с освоением новых видов туров, так как общественное мнение потребителей изменить трудно и дорого.

Условно структуру монопрофильного туроператора можно представить в виде отдельных подразделений, сложившихся в них связей (между этими подразделениями), которые объединены в единое целое. Структура компании – это логические взаимоотношения уровней управления и функциональных сфер, построенные в такой форме, которая предполагает возможность эффективного достижения целей туристской компании. Одной из основных концепций, имеющих отношение к структуре, является специализированное разделение труда закрепление данной работы за специалистами, то есть теми, кто способен выполнить ее лучше всех с точки зрения организации как единого целого.

Одним из главных существенных вопросов в управленческом решении является: как осуществить разделение труда организации? В настоящее время, всем монопрофильным фирмам-операторам присуще горизонтальное разделение, стираемое по специализированным линиям. Если туристская фирма

большая по размеру, специалистов группируют вместе в пределах профессиональной области. На практике чаще распространены две организационные схемы горизонтального разделения труда: по туристскому направлению и по содержанию работы.

Горизонтальное разделение труда по туристскому направлению применяется в крупных монопрофильных фирмах-операторах. Положительными сторонами такой организации труда является узкая специализация работающих в разных отделах менеджеров, владеющих большей информацией о курортах, где специалисты знакомы со спецификой различных видов отдыха и возможностями туристских ресурсов данных курортов. Недостатками такого распределения является практически отсутствие взаимозаменяемости работников, никто из сотрудников не сможет временно заменить отсутствующего специалиста, что может привести к затруднению работы целого отдела. Так же, клиенту, который обратился за путевками, но так и не выбрал конкретное место отдыха, приходится общаться поочередно с менеджерами разных отделов, что может привести не только к медленному обслуживанию клиентов, но и снижению качества обслуживания. Подобная ситуация складывается в отношениях с агентствами, которые по несколько раз связываются с различными менеджерами для того, чтобы выяснить интересующие вопросы относительно предложений туроператора [21].

Для некоторых монопрофильных фирм-операторов, которые имеют незначительные размеры, более подходящим является горизонтальное распределение, стираемое на основании содержания выполняемой работы второстепенными менеджерами. Преимуществом такой организационной структуры является:

- профессионализм работающих в узком направлении деятельности менеджеров;
- подход работников туроператора к его партнерам (поставщикам туруслуг), которые сотрудничают только с одним менеджером, который отвечает за ту или иную сферу деятельности.

Достаточно популярна третья схема организации горизонтального разделения труда туроператоров, когда в его структуре могут быть отделы, которые отвечают, как за определенный вид туристской услуги, так и за определенный вид текущей деятельности туроператора.

Для успешной групповой работы сотрудников используется принцип вертикального распределения труда, где:

- центральной характеристикой вертикальной иерархии является формальная подчиненность лиц на каждом уровне;

- лицо, находящееся на высшей ступени, может иметь в своем подчинении нескольких руководителей среднего звена, представляющих различные функциональные области;

- руководители могут иметь в подчинении несколько линейных руководителей, а количество лиц, подчиненных одному руководителю, представляет сферу контроля.

Необходимость в координации, существует всегда, особенно, когда работа четко делится и по горизонтали, и по вертикали, как это осуществляется в больших современных фирмах.

Другим направлением разделения труда в туроператорской деятельности является формулирование задач. Задача – это заданная работа, серия работ или часть работы, которая должна быть выполнена заранее установленным способом в установленные сроки. С технической точки зрения задачи дают не работнику, а его должности. Решение руководства о структуре каждой должности включает определенные задачи, которые рассматриваются как необходимый вклад в достижение целей организации. Если задача выполнится таким способом и в такие сроки, как это предписано, организация будет функционировать успешно.

Технология работы монопрофильного туроператора означает не только степень механизированности и стандартизации повседневной работы. К технологиям можно отнести также приемы ведения работы с клиентами, агентами, поставщиками и др. Выбранная туроператором схема сотрудничества

с третьими лицами может значительно влиять на его рыночные и финансовые возможности. Поскольку выбранные схемы взаимной работы во многом являются интеллектуальной собственностью туроператора, их также можно с успехом отнести к технологиям, которые являются неотъемлемым фактором внутренней среды туроператора.

Таким образом, несмотря на то, что монопрофильные туроператоры изучают и продвигают малое количество предложений услуг гостинично-ресторанного обслуживания, а также крупных туристских и курортных центров. А неоспоримыми их достоинствами есть и остаются: достижение высокого профессионального уровня в работе с определённым направлением и видами туров; максимальная информированность работников фирм-операторов и высокое качество работы; возможность идентификации туроператоров на рынке как работника именно этого вида туров или как осуществляющего свою деятельность в данном направлении; возможность получения аккредитаций в посольствах стран, по которым разрабатывается турпродукт; возможность получения помощи властей курортов, из-за появления туроператорского лобби.

## **2 Анализ особенностей работы монопрофильного туроператора**

### **2.1 Специфика деятельности монопрофильных туроператоров**

На туристском рынке невозможно охватить все направления, что связано со многими отрицательными факторами, такими как: политическая и экономическая нестабильность во многих частях мира, усиление терроризма, недостаточная квалификация сотрудников, большой выбор уже предлагаемых туров и т. д. В связи с этим, многие начинают свою деятельность с монопрофильного туроперейтинга, а при получении уже достаточного опыта в данной сфере, изучают новые направления, тем самым перерастая в многопрофильные.

Для определения специфики деятельности монопрофильных туроператоров был проведён анализ наиболее известных фирм-операторов данного направления, который позволил наиболее полно представить особенности их работы.

Так, проведённые исследования показали, что одним из монопрофильных туроператоров России является ВАО «Интурист» – старейшая российская туристическая компания. Полное наименование – Открытое акционерное общество «Внешнеэкономическое акционерное общество по туризму и инвестициям «Интурист». Штаб-квартира расположена в Москве. Главной задачей на начальном этапе развития данного туроператора являлось привлечение и обслуживание иностранных туристов и экскурсантов в СССР, продажу билетов, перевозку иностранных туристов морским, речным, сухопутным, воздушным путем, обеспечение их помещением для проживания, организацию продажи сувениров и предметов искусства, культурное обслуживание. В настоящее время, «НТК Интурист» является многопрофильным туроператором, занимающийся организацией туров по всему миру. Наличие собственных принимающих офисов, дает возможность оперативно решать все вопросы и обеспечивать сервис высокого уровня. В

компании внедрено уникальное программное обеспечение, позволяющее в кратчайшие сроки развивать новые направления, формировать ценовые предложения, вариативно подходить к выбору отельной базы, трансферов и сервисных услуг, работать разным офисам в единой базе данных в режиме онлайн [5].

Несмотря на все особенности монопрофильного туроперейтинга, большое количество туроператоров из-за своей популярности и поддержания имиджа открывают для своих туристов новые направления. Так например, туроператор Mouzenidis Travel с 1995 г. сохраняет свои лидерские позиции на туристском рынке по направлению Греция. Но опыт успешного функционирования представительств и постоянное расширение региональной сети позволяет данному туроператору разрабатывать и открывать новые маршруты, тем самым меняя свой профиль деятельности.

На сегодняшний день, Mouzenidis Travel осуществляет свою деятельность по следующим направлениям: Греция; Кипр; Азербайджан; Грузия; Армения; Италия (рисунок 1).

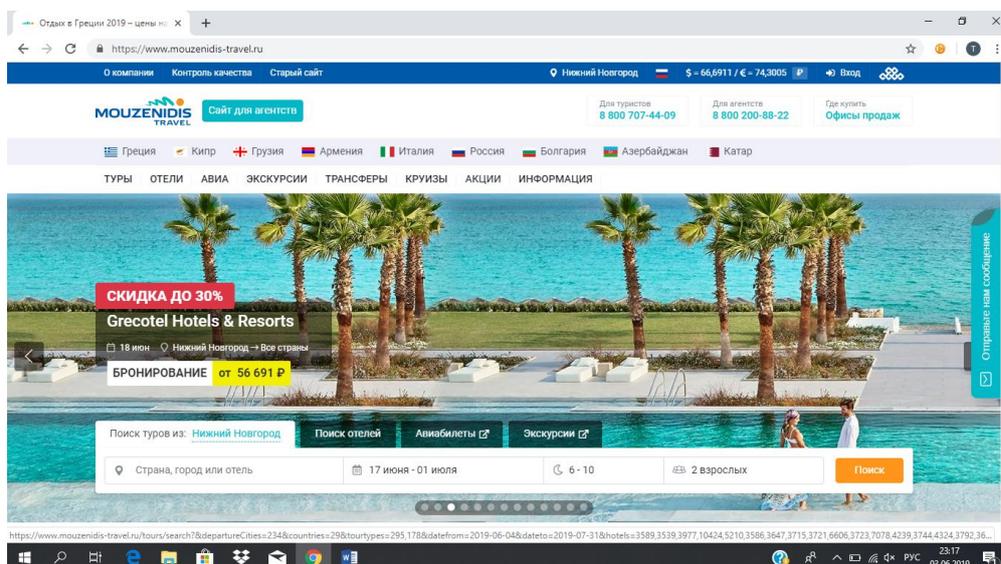


Рисунок 1 – Оформление сайта туроператора «Mouzenidis Travel» [24]

Основными предлагаемыми экскурсиями от туроператора являются: «Афины»; «Дворец царя Нестора»; «Дельфы метеоры»; «Древняя Мессина»;

«Древняя Олимпия»; Калаврита «Греческая Хатынь» Мега-Спилеон (Великая Пещера), Айа Лавра; экскурсия по острову Малевы и Св. Феодора; экскурсия по острову Закинф; экскурсия по острову Кефалонья; «Патры»; экскурсия по окрестностям Навпактоса (однодневное паломничество); Спарта. Мистрас. Диру-Мани; Храм Аполлона Эпикурейского, Андрицена; экскурсия в Арголиду, Пелопоннес.

Стоит отметить, что на сайте туроператора представлена полная и достоверная информация о странах пребывания туристов, где отражена:

- общая информация;
- информация о населении;
- язык на котором разговаривает местное население;
- география страны пребывания;
- информация о климате;
- информация о валюте;
- территориальное устройство;
- религия;
- этнический состав страны;
- таможенные правила;
- особенности медицинского и страхового случая в месте пребывания;
- меры предосторожности;
- адреса российских посольств в стране пребывания;
- телефонный код;
- правила получения визы;
- правила получения визы;
- информация о городах и курортах;
- информация об отелях;
- памятка туристу.

Данный туроператор предлагает свадебные туры на Кипр, что является их особенностью т. к. не многие могут организовать данное мероприятие.

Преимуществом свадебных туров, разработанных туроператором Mouzenidis Travel является:

- возложение на себя ответственности за решение всех документальных моментов;
- осуществление официальных регистраций свадеб за рубежом;
- предоставление символического торжества на море;
- занимается подготовкой юбилейных туров для семейных пар;
- предоставление вариантов курортов для медового месяца на двоих;
- организация православного венчания на Кипре;
- подбор сервисов и услуг для любой ценовой категории и т. д. [24].

Проведённый анализ деятельности туроператора Mouzenidis Travel и отзывы с сайта позволили сделать следующие выводы:

- туроператор работает с надёжными поставщиками туруслуг;
- сотрудники фирмы знают все особенности предлагаемых маршрутов и могут проконсультировать туристов по любому из направлений, что говорит о их профессионализме;
- туроператором соблюдено полное соотношение цены/качество, что позволяет туристу экономить свои сбережения;
- сотрудники находят индивидуальный подход каждому клиенту;
- туроператор предоставляет подробную информацию по предлагаемым направлениям;
- Mouzenidis Travel предоставляет полную карту маршрутов и весь спектр услуг предлагаемого направления, который постоянно актуализируется и пополняется, тем самым подтверждая свои неоспоримые достоинства.

Стоит отметить, что Mouzenidis Travel предоставляет разнообразную программу туров, любой вид транспорта из личного автопарка, а экскурсии проводят профессиональные русскоязычные гиды,

Ещё одним ярким примером является компания «Балкан – Экспресс» – это одна из крупнейших фирм, которая позиционировала себя как монопрофильный туроператор по направлению Болгария и

черноморско-балканский регион. Со временем, туры расширились до 16 направлений, но приоритетными остаются Болгарские курорты.

На сегодняшний день «Балкан – Экспресс» осуществляет свою деятельность по следующим направлениям: Австрия, Албания, Болгария, Венгрия, Малайзия, Италия, Польша, Румыния, Сербия, Словения, Таиланд, Турция, Черногория, Хорватия, Чехия (рисунок 2) [3].

«Балкан – Экспресс» предоставляет следующий спектр услуг:

- бронирования авиабилетов;
- бронирование чартерных рейсов;
- оформление визы;
- медицинское страхование;
- организация трансфера в Болгарии;
- предоставление «горящих» туров;
- специальные предложения на авиабилеты;
- посещение фестивалей в Болгарии.

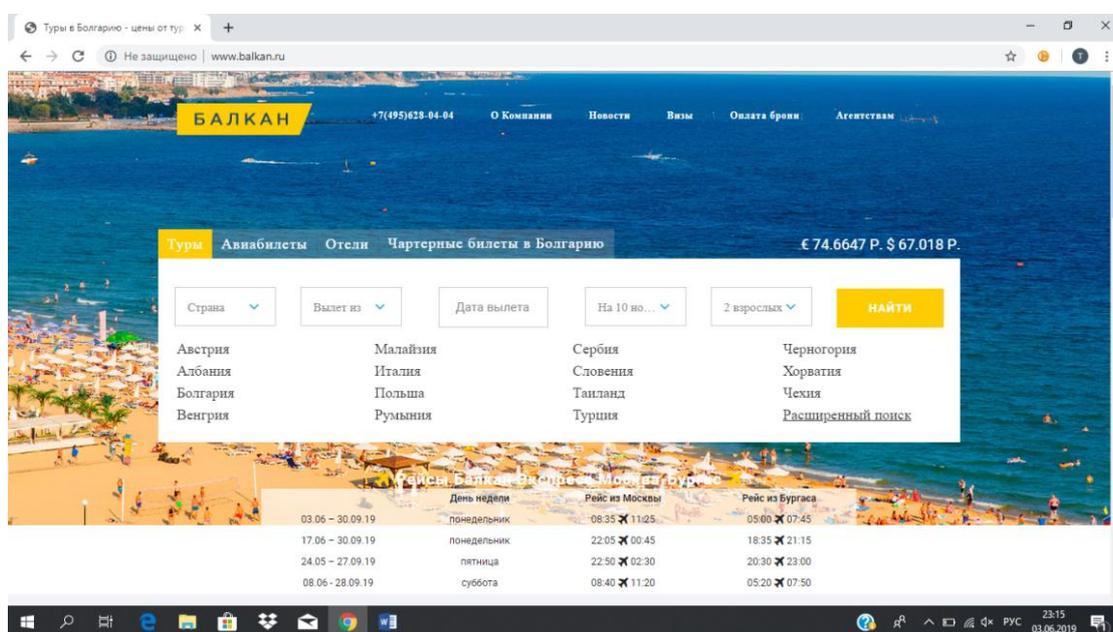


Рисунок 2 – Оформление сайта туроператора «Балкан – Экспресс» [3]

Незначительное количество монопрофильных туроператоров не меняют свой профиль деятельности, но при этом занимают достойное место на

туристском рынке. Так, например, «КрымГрандТур» монопрофильный туроператор, который специализируется по экскурсионным турам для школьных групп, студентов, сотрудников предприятий, банков, медицинских работников, а также туристов из Азии.

Спектром предоставляемых услуг данного туроператора является: трансфер от / до аэропорта; бронирование средств размещения; детский отдых; МІСЕ-отдых; экскурсионные туры.

Преимуществом данного туроператора было и остаётся самое выгодное соотношение цена / качество, т. к. предлагаются только проверенные отели для клиентов, вежливый персонал и надёжный транспорт, гарантия встречи в аэропорту в любое удобное время, постоянные бонусы и подарки клиентам.

Главным недостатком является отсутствие официального сайта, а вся информация о «КрымГрандТур» расположена на туристическом портале Республики Крым (рисунок 3) [19].

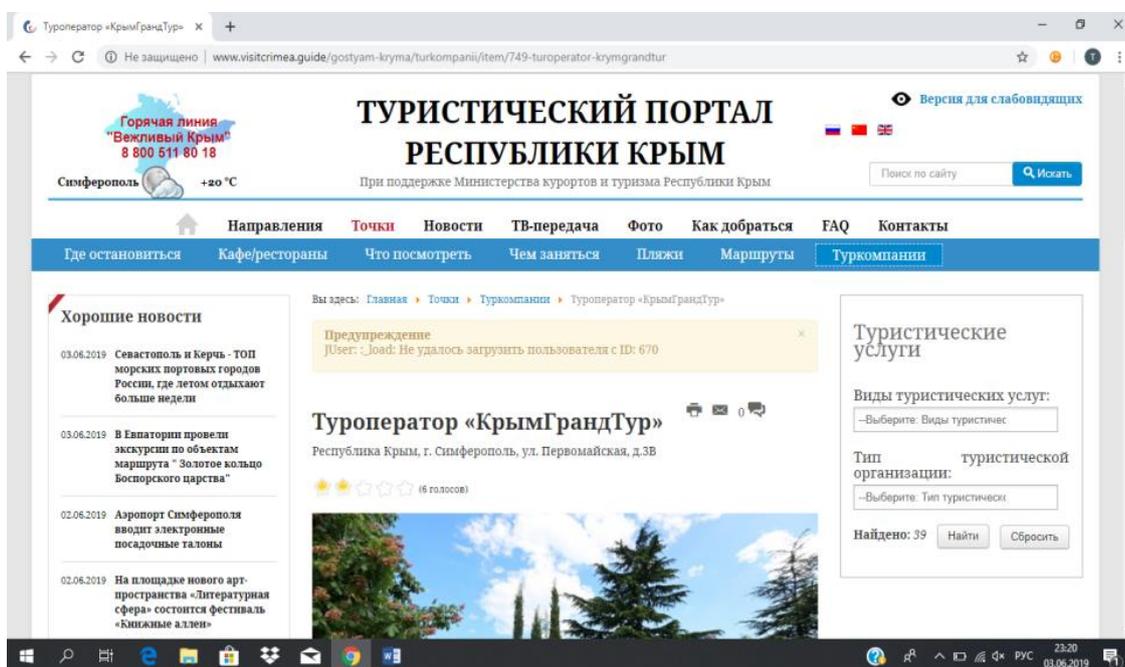


Рисунок 3 – Оформление туристического портала Республики Крым [19]

Ещё одним вызывающим интерес туроператором является «Классик Трэвел», который начал свою деятельность в 2004 г. и

специализируется на турах по Израилю. Данный туроператор сам формирует программы, что позволяет туристу изменить или подстроить тур под свои потребности.

Являясь монопрофильным туроператором «Классик Трэвел» предлагает следующий спектр туров: экскурсионные туры; комбинированные туры; паломнические туры; туры в Израиль и Иорданию; туры на Мёртвое море; туры на Красное море (Эйлат).

Среди основных услуг данного туроператора необходимо отметить такие как: экскурсионное обслуживание; индивидуальный трансфер; VIP-встречи и проводы в аэропорту; предоставление средств размещения класса делюкс (рисунок 4) [11].

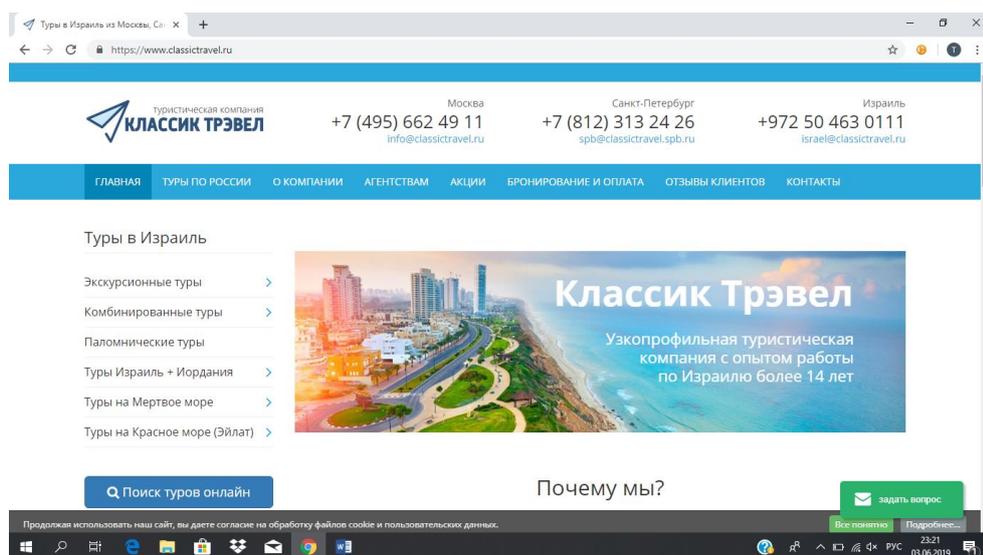


Рисунок 4 – Оформление сайта туроператора «Классик Трэвел» [11]

Для данных туроператоров характерно горизонтальное распределение труда организации, которое стирается на основании содержания выполняемой работы второстепенными менеджерами. Сотрудники являются квалифицированными специалистами в узком направлении деятельности, что позволяет профессионально решать возникающие вопросы туристов. При данном распределении труда используют особый подход к поставщикам туруслуг, что позволяет гарантировать качество туристского продукта.

Проведённые исследования деятельности монопрофильных туроператоров показали, что они подтверждают своё неоспоримое достоинство на рынке туристских услуг, что находит своё отражение в отзывах потенциальных клиентов и увеличении количества туристов, путешествующих от данных туроператоров.

## **2.2 Туроператор ООО «НИКА» как один из ведущих монопрофильных туроператоров России**

Общество с ограниченной ответственностью «НИКА» (ООО «НИКА») начал свою деятельность в г. Санкт-Петербург 01 марта 1993 г. (таблица 1). Начиная со дня своего основания, компания придерживается Петербургских традиций и не меняет свое местоположение, учредителей, руководителей, бухгалтеров и т. п. Некоторые сотрудники работают в компании со дня ее основания.

Т а б л и ц а 1 – Общие сведения о туроператоре ООО «НИКА»

Общие сведения о туроператоре ООО «НИКА»	
Адрес	г. Санкт-Петербург, ул. Гороховая, д. 58 лит. А
Реестровый номер	РТО 017365
ИНН	7809012411
ОГРН	1027810311660
Общая цена туристского продукта в сфере выездного туризма за 2018 г.	106054000 руб.
Количество туристов в сфере выездного туризма 2018 г.	1284 чел.
Общий размер финансового обеспечения:	50500000 руб.
Сфера деятельности туроператора	международный выездной, внутренний, международный выездной туризм.
Способ финансового обеспечения	договор страхования гражданской ответственности туроператора

Данный туроператор имеет логотип с удивительной историей. Поначалу у

фирмы ООО «НИКА» была эмблема созданная на основе корабля, который украшает шпиль Адмиралтейства. Это связано с тем, что головной офис компании находится в Санкт-Петербурге на ул. Гороховая, которая была ещё в плане города при Петре I и является исторической. Проблемой данного логотипа стало то, что его сложно ассоциировать с какой-то конкретной компанией и в Санкт-Петербурге появилась еще одна туристская компания ЗАО «НИКА», а затем появление еще несколько небольших туристических агентств, с таким же или похожим названием. В связи с этим, в начале 2000 г. компания приняла решение изменить логотип и создать новый, который бы ассоциировался только с турфирмой ООО «НИКА». За основу выбрали большую и, по мнению сотрудников, добрую собаку, которую все полюбили и стали ей доверять т. к. она заботится о детях. Данную собаку назвали спасателем, которая никого не бросит в беде и обязательно вытащит из воды (рисунок 5).



Рисунок 5 – Логотип ООО «НИКА» [17]

В течении 26 лет существования у туроператора изменялись направления отдыха, но это никак не повлияло на концепцию и стратегию. Он всегда идет впереди времени, открывает новые направления, новые виды отдыха, но при этом не меняет свой профиль и специализируется только на круизных маршрутах, которые составляются индивидуально и не копируются у других,

что происходит благодаря собственным усилиям и помогает им добиться того, что любая идея может подняться вверх на рынке туристских услуг и процветать, а туристы могли ей воспользоваться.

Согласно проведённой статистике 80 % клиентов возвращаются к данному туроператору, тем самым пополняя базу постоянных клиентов, что является очень высоким показателем для туристской отрасли. Фактически это значение еще выше, так как многие туристы обращаются в фирму спустя несколько лет.

Туроператор ООО «НИКА» не меняет юридических лиц, переводит положенные деньги в Федеральные органы и ассоциации, защищающие права туристов, тем самым показывает пример того, что можно работать честно и открыто, уважительно относясь к клиентам и партнерам.

ООО «НИКА» обладает значительным количеством достижений и наград, что является высоким показателем надёжности и качества услуг данного туроператора (приложение А).

Изначально туроператор «НИКА» был известен:

- как один из первых туроператоров по направлению Таиланд (еще с 1994 г.);
- как консолидатор групп на рейсах авиакомпании Finnair (1999 – 2012 гг.);
- как автобусный перевозчик на линии Санкт-Петербург – Констанца – Варна (2000 – 2007 гг.);
- как один из двух первооткрывателей Румынии и невероятного отдыха на курорте Эфория Суд.

Делая анализ туристского рынка г. Санкт-Петербурга можно сделать вывод о том, что много лет данный туроператор ассоциировался у горожан с турами в Европу и по Европе на поезде.

В 2007 г. «НИКА» презентовал туристам круизы по рекам Европы, что послужило началом открытия новой деятельности. Туроператор собирал большие группы на круизы по Дунаю, Рейну, Сене, Меконгу, Амазонке, Гангу

и другим рекам Мира, тем самым создавал большую конкуренцию на туристском рынке города.

Туроператор решил расширить границы своей деятельности и в 2011 г. был открыт офис по адресу: г. Москва, ул. Садовая-Спасская 21/1, 23 этаж). Турфирма ответственно подошла к выбору места офиса и расположилась в одном из ключевых зданий столицы – Сталинская высотка на Красных воротах, которая является так же зданием Министерства транспортного строительства. Изначально офис располагался на 19 этаже, но с 2014 г. переехал на самый верхний, 23-ий этаж известной башни. Туроператор занял весь этаж и теперь дарит клиентам не только теплоту своих сердец, но и невероятный, захватывающий дух – панорамный вид на всю столицу.

В 2013 – 2014 гг. туроператор «НИКА» открыл офисы в Самаре, Казани и Екатеринбурге, которые в последствие по причине кризиса 2014 г. были закрыты. В 2015 г. был открыт офис в г. Новосибирске, который просуществовал до 2017 г. и был закрыт по причине нецелесообразности.

Туроператор «НИКА» – это первый российский туроператор / круизная компания, фрахтующая теплоходы на реках Европы и Азии, который был признан Международной Ассоциацией Круизных Компаний и принят в ряды ее членов.

ООО «НИКА» является:

- членом Международной Ассоциации Круизных компаний CLIA UK Ireland (европейское отделение CLIA International) и CLIA (Cruise Line International Association). CLIA – организация международного уровня, объединяющая и представляющая интересы компаний, турагентств и ассоциаций, задействованных в глобальном круизном секторе;

- PSA французской круизной компании CroisiEurope в России. Частная компания CroisiEurope (до 1997 г. – Alsace Croisières) основана в 1976 г. и специализируется на речных круизах в Европе. Штаб-квартира находится в Страсбурге. В настоящее время CroisiEurope является одним из лидеров на

европейском рынке речных круизов с флотом из 28 собственных судов. Также компания фрахтует речные суда в Камбодже и Вьетнаме;

- агентом практически всех речных круизных компаний Европы и мира;
- фрахтователем многих речных теплоходов.

Туроператор в сотрудничестве с CroisiEurope является организатором русскоговорящего сервиса для групп на борту большинства теплоходов компании CroisiEurope. Туроператор не сотрудничает с массовыми пляжными направлениями, такими как Египет, Турция, Тунис и т. д., а предлагает авторские качественные туры по Европе и не только. Для комфорта туристов с трансфером не только на самолете, но и на прямых поездах (беспересадочных вагонах) из Санкт-Петербурга.

Туроператор открывает для туристов Мир, Россию, Европу:

- по великим Сибирским рекам, которым совершают круизы фирменные комфортабельные теплоходы;

- на борту французских, американских и болгарских теплоходов организован сервис и обслуживание на русском языке;

- по невероятным, затаенным рекам Янцзы, Меконг, Нил, Ганг, Амазонка, Чобе, Банжул и др.;

- создает новые направления, где сенсацией на туристском рынке стали круизы по водным путям Республики Беларусь (с апреля 2017 г.).

Монопрофильный туроператор «НИКА» – первый, кто предложил на туристском рынке круизы на круизных мега-яхтах. Для туристов стали открыты невероятные морские круизы, в которых каждый может накупаться в кристально чистом море, познакомиться с другой культурой, и по-настоящему отдохнуть в кругу новых друзей, будь то на Сейшелах, у берегов Африки или в окружении Греческих островов. Личные идеи и профессиональные знания позволяют туроператору быть первым на туристском рынке России в сегменте круизов по рекам Европы и Мира.

Согласно проведённому анализу отзывов клиентов туроператора ООО «НИКА» – это команда профессионалов, увлеченных своим

делом, знающих и понимающих что они делают, владеющие французским, английским, иврите, испанским и немецким языками.

Штат сотрудников данного туроператора составляет более 35 специалистов. Для туроператора «НИКА» присуща схема организации горизонтального разделения труда, т. к. в структуре туроператора присутствуют отделы, которые отвечают, как за определенный вид туристской услуги, так и за определенный вид текущей деятельности туроператора, такие как:

- круизный отдел;
- отдел по работе с жалобами и предложениями;
- отдел групповых заказов;
- договорный отдел;
- отдел бронирования туров и др. заказов;
- отдел авиаперевозок;
- отдел рекламы и средств массовой информации (далее СМИ);
- отдел IT-специалистов;
- отдел бухгалтерии;
- отдел по выставкам, пресс-центрам, форумам.

Во главе всех данных отделов – руководство компании, работающее для клиентов и осуществляющее их отдых. Весь спектр предлагаемых услуг сотрудники делают сами и гордятся этим.

Среди основных круизов, предлагаемых ООО «НИКА» наиболее востребованными являются:

- «Реки Европы» для русскоговорящих групп;
- «Реки Европы» для смешанных и иностранных групп;
- «Реки мира» для русскоговорящих групп;
- «Реки мира» для смешанных и иностранных групп;
- «Круизы Сибири»;
- «Круизы Беларуси»;
- «Круизы на мега-яхтах»;

- «Круизы на гулете»;
- «Круизы с велосипедами»;
- «Круизы на баржах» и др.

Стоит отметить, что все предлагаемые маршруты доступны в ценовой категории (рисунок 6):

- «Круиз по следам Бременских музыкантов» – от 70 тыс. руб.;
- «Вдоволь накупаться – 2» – от 72 тыс. руб.;
- «Сказки Киплинга» – от 141 тыс. руб.;
- «Загадки времени» – от 83 тыс. руб.;
- «Большой Новогодний Дунай» – от 64 тыс. руб.;
- «Тюльпаны» – от 68 тыс. руб.;
- «День Рождения туроператора «НИКА»» – от 98 тыс. руб.;
- «Музыка Дуная и поцелуй в Вене» – от 60 тыс. руб.;
- «Из Праги в Берлин» – от 120 тыс. руб.;
- «Жемчужина Рейна» – от 75 тыс. руб.;
- «Дорогой Ганзейских купцов» – от 73 тыс. руб.

КРУИЗЫ	ДАТЫ КРУИЗА	ТЕПЛОХОД	ССЫЛКА
<b>ГАЛА КРУИЗ - 2019</b> ВЕНЕЦИАНСКАЯ ЛАГУНА и СОКРОВИЩА РЕКИ ПО Круиз на Венециан! МЕГА ВСЕ ВКЛЮЧЕНО	07.03.2019-11.03.2019	MICHELANGELO	ССЫЛКА
<b>КРУИЗ "ВДОВОЛЬ НАКУПАТЬСЯ"</b> МОРСКОЕ ПРИКЛЮЧЕНИЕ НА ГУLETTE И СТАМБУЛ КРУИЗ + ТУР + АВИАПЕРЕЛЕТ + ТРАНСФЕР	04.05.2019-12.05.2019	ГУLETTE	ССЫЛКА
<b>ОГОГО КРУИЗ - 2019</b> ПО СЛЕДАМ БРЕМЕНСКИХ МУЗЫКАНТОВ БРЕМЕН - Нинбург - Минден - Мадло - Монстер - Оберхаузен - Дюссельдорф - КЕЛЬН (2 дня)	27.09.2019-04.10.2019	PRINCESS	ССЫЛКА
<b>КРУИЗ "ВДОВОЛЬ НАКУПАТЬСЯ-2"</b> МОРСКОЕ ПРИКЛЮЧЕНИЕ НА ГУLETTE КРУИЗ + АВИАПЕРЕЛЕТ + ТРАНСФЕР	05.10.2019-12.10.2019	ГУLETTE	ССЫЛКА
<b>ГАЛА КРУИЗ - 2020</b> "КРАСКИ ФРАНЦИИ" МЕГА ВСЕ ВКЛЮЧЕНО	06.03.2020-10.03.2020		Поздравляю будет опубликовано в ближайшее время Online: НИКА КРУИЗЫ

Рисунок 6 – Особые круизы для постоянных клиентов [17]

Монопрофильный туроператор ООО «НИКА» осуществляет деятельность

следующего характера:

- высылает каталоги почтой, по обращению клиента, тем самым подтверждают высокий уровень профессионализма (приложение Б);
- обрабатывает персональные данные на основании Законодательства Российской Федерации, на основании письменного согласия Заказчика услуг;
- передает данные туристов, включая трансграничную передачу, поставщикам / исполнителям услуг в рамках исполнения обязательств по Договору о реализации туристского продукта и т. д.

Любой турист имеет право направить в адрес туроператора письменный запрос, содержащий требования о предоставлении сведений о том, каким образом туроператор ООО «НИКА» обрабатывает персональные данные, на что в ответ предоставляет письменный ответ в установленный законом срок.

Для улучшения связи с клиентами, на сайте можно задать интересующий вопрос по конкретному направлению, а высококвалифицированные специалисты в течение рабочего дня оправят ответ на электронную почту (рисунок 7).

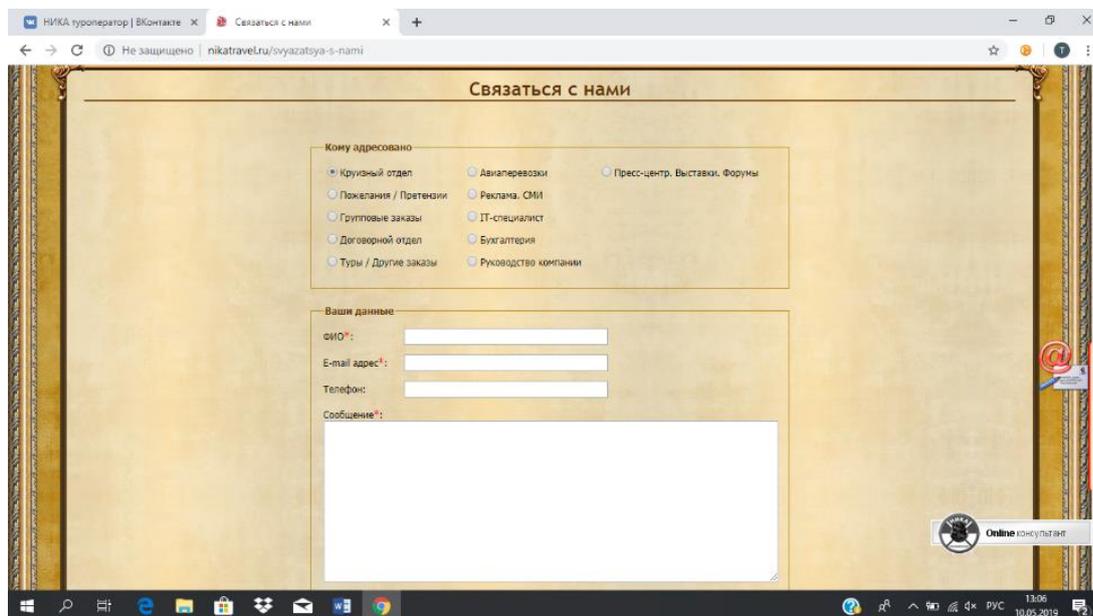


Рисунок 7 – Раздел сайта «Связь с нами» [17]

На официальном сайте туроператора ООО «НИКА» полностью прописан

прейскурант на оказание технических услуг, информация от МИД, памятки Роспотребнадзора (приложение В), порядок путешествия несовершеннолетних за пределы РФ, информация о доставке необходимых для путешествия документов, что полностью продублируется в официальной группе сети ВКонтакте (рисунок 8).

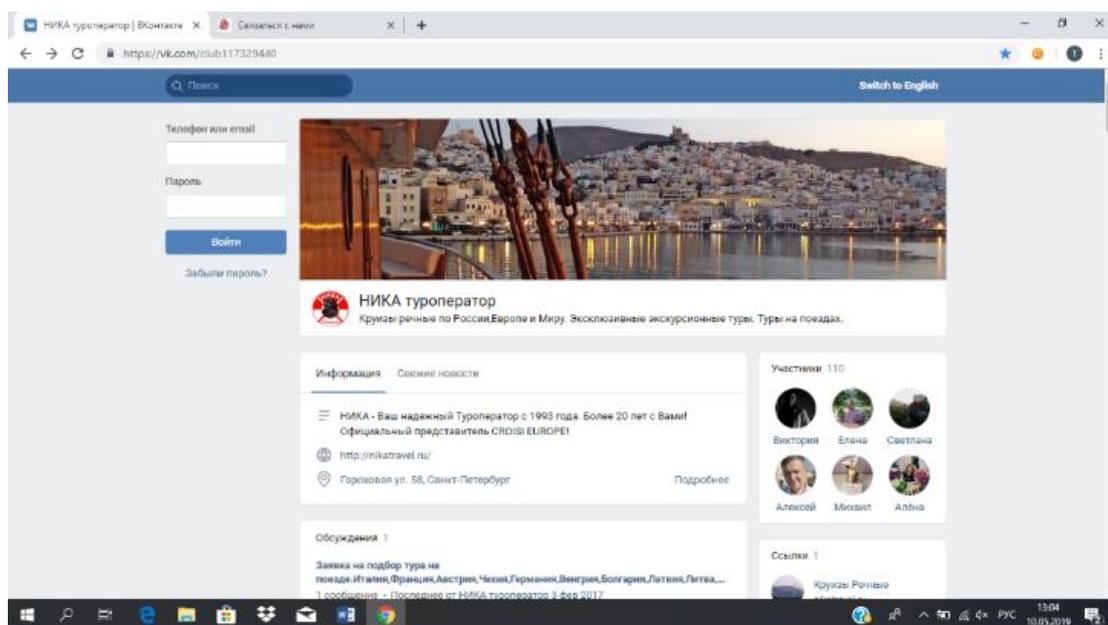


Рисунок 8 – Страница во ВКонтакте [15]

На официальном сайте туроператора можно заказать подарочную карту для своих близких, друзей, сотрудников, они самостоятельно могут выбрать для себя подходящий круиз, возможно, о котором всегда мечтали. Карты выпускаются номиналом от 5.000 до 100.000 руб. Количество приобретаемых и используемых для покупки круиза карт не ограничено. Действуют специальные условия для предприятий и корпоративных клиентов.

Таким образом, проведенное исследование показывает, что многие монопрофильные туроператоры, которые появились на туристском рынке до 2000 г. поменяли профиль своей деятельности, что обусловлено потерей популярности предлагаемых туров и маленьким выбором предлагаемого ассортимента, который терялся на фоне других предложений. В свою очередь, монопрофильность стала стартовой площадкой для многопрофильных

туроператоров. Однако, стоит отметить, что грамотные монопрофильные туроператоры всё же смогли модернизировать свои туры, более подробно изучить предлагаемые маршруты и остаться лидерами на рынке туристских услуг, где ярким примером можно назвать туроператора ООО «НИКА». Данный туроператор предоставляет подробную информацию и достоверные данные по выбранному направлению, постоянно обновляет свой ассортимент туров, находит индивидуальный подход к каждому клиенту, доказывая своё преимущество перед другими туроператорами. Туроператор является первым, и на данный момент единственным в России профессионалом на рынке речных и морских круизов, получивший международное профессиональное признание и оценку.

### **3 Проблемы и перспективы развития монопрофильных туроператоров**

Монопрофильные туроператоры занимают достойное место в индустрии туризма и нацелены на то, чтобы сделать турпродукт или услугу более узнаваемыми и востребованными. Прежде всего, стоит обратить внимание на тот факт, что монопрофильные туроператоры могут предоставить полную и достоверную информацию по выбранному туру, так как работа в одном направлении даёт возможность совершенствоваться в области предлагаемых услуг за счёт постоянного изучения маршрута. Несмотря на это, у монопрофильного туроператора есть ряд проблем, которые мешают полноценно развиваться в данной сфере:

- растёт зависимость деятельности туроператора от поставщиков туристских услуг;
- невелика гибкость предлагаемых туров;
- велика постоянная необходимость модификации предлагаемых туров и др.
- большая конкурентность со стороны многопрофильных туроператоров, которые работают на тех же направлениях.

Как показывают проведённые исследования, выходом из сложившейся ситуации могут быть следующие действия со стороны монопрофильных туроператоров:

1. Обязательное присутствие на открытиях новых средств размещения, транспортных компаний, объектов развлечения и т. д., осуществление прямого взаимодействия и сотрудничества с ними.

2. Участие в международных и региональных выставках, ярмарках, что даст возможность увеличению спектра предлагаемых услуг через заключение новых договоров, а расширенное использование анимационных презентаций привлечению новых поставщиков.

3. Улучшение гибкости туристского продукта через удовлетворение

индивидуальных запросов при формировании тура (нужно изменить тур так, как было бы удобно туристу). При этом, менять стоимость только при уменьшении или увеличении продолжительности тура. Сделать так, чтобы индивидуальные туры стоили как групповые, расширяя спектр предлагаемых услуг на маршруте, либо полностью модернизируя его.

4. Осуществление индивидуального подхода к каждому клиенту, стараясь разнообразить программы бонусов, скидок и акций для постоянных клиентов. Разработке разнообразных подарочных карт, для привлечения внимания туристов и увеличения новых клиентов. С акцентом на выделение из числа конкурентов.

5. Регулярное проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг, для возможности постоянного совершенствования предлагаемых туров, не представленных у конкурентов. А как обязательное – наличие маркетинговых отделов для решения поставленных задач.

6. Осуществление тесного и «прямого» (не через meet-компаний) взаимодействия с объектами размещения предлагаемых направлений, что будет способствовать соответствию «цена – качество» и, как следствие, снижению цены на туристский продукт.

7. Введение бонусно-накопительной системы для постоянных клиентов, преимущество которой заключается в предоставлении клиенту материальных благ, в случае выполнения клиентом определённых условий (например, приобретение путёвок на сумму больше 7000 \$ и т. п.). Эффективность данной программы будет максимальной, если о её существовании будет проинформировано наибольшее количество как постоянных, так и потенциальных клиентов туроператора.

8. Включение в турпродукт бесплатных («бонусных») дополнительных услуг (к примеру, постоянно приобретающему путёвки клиенту можно «подарить» дополнительную ночь в отеле, экскурсию и т. п.).

9. Введение в практику деятельности монопрофильных туроператоров подарков и призов с фирменной символикой всем приобретающим путёвки

(наиболее распространены: футболки, канцелярские принадлежности, календари, записные книжки, обложки на документы), что будет способствовать не только продвижению туроператора и турпродукта, но и мотивации к дальнейшему сотрудничеству.

10. Предоставление скидок или разработка специальных программ для отдельных категорий покупателей (семейные пары, пенсионеры, дети и т. д.).

11. Осуществление более тесного сотрудничества с постоянными клиентами через регулярную проработку клиентской базы: постоянное информирование о туристском продукте через электронную почту, поздравление с юбилеями и праздниками, разработка и внедрение индивидуальных предложений.

Общей проблемой как монопрофильных, так и многопрофильных туроператоров является плохая реклама и рост цен на инструменты продвижения. Как показывает практика, монопрофильные туроператоры не владеют огромным капиталом и не вкладывают большой процент в PR-компания и другие средства продвижения. Решением данной ситуации может стать яркий и запоминающийся дизайн сайта, выход на международный рынок путём дублирования информации на иностранных языках.

Стоит так же отметить и тот факт, когда у туристов появляется желание купить «горящие путёвки» по оптимальной цене, возникает определенная дилемма выбора среди довольно большого количества туроператоров, предлагающих приобретение всевозможных туров в различные уголки планеты. Аргументом в данной ситуации может являться тот аспект, что в любой сфере услуг всегда лучшими считались те, кто имеет определенную узкую специализацию. Это говорит о том, что компания не «гонится» за большим количеством направлений, а знает о рекомендуемой стране все ее приоритеты. Как правило, такие компании способны предложить не только комфортное размещение в одном из отелей и стандартный набор экскурсий, но и широкий выбор дополнительных услуг и наиболее полную информацию о тех аспектах, которые непременно заинтересуют путешественника. Так, например,

монопрофильные туроператоры всегда подскажут вариант наиболее выгодной аренды автомобилей или же роскошных вилл, расположенных, непосредственно, на берегу возле знаменитых пляжей. Также будет предложена продажа авиабилетов дешево в оба конца, что избавит от необходимости тратить время на поиски касс или сервисов, предоставляющих возможность приобретения билетов на самолет по наиболее привлекательной цене.

Поэтому, в развитии деятельности монопрофильного туроператора, стоит отметить, что спектр существующих проблем очень велик, и, как следствие, не всем туроператорам удаётся их решить, что приводит к банкротству или смене профиля специализации – превращаясь из монопрофильных в многопрофильных. Однако, как говорится в народной пословице – «За двумя зайцами погонишься – ни одного не поймаешь!».

Подводя итоги, стоит отметить, что монопрофильные туроператорские фирмы, как и любое другое предприятие, осуществляет свою деятельность в условиях непрерывно изменяющейся внешней среды; взаимодействие со всеми субъектами экономических отношений; спроса и предложений работ и услуг; цен и тарифов на потребляемые туристские услуги и т. д. Кроме того, применяемые управленческие решения приводят к изменению самой организации, а в конечном итоге все эти изменения условий деятельности влияют на их результативность.

Проведённое исследование деятельности монопрофильных туроператоров позволили определить все преимущества и недостатки турфирм, в свою очередь, позволив обозначить такие направления деятельности, как на наш взгляд будут способствовать улучшению их деятельности и успешному функционированию: сохранение позиций на рынке туристских услуг; стабильный рост доли рынка за счёт увеличения количества клиентов; расширение спектра предоставляемых туроператором услуг; интенсивное и непрерывное творческое развитие и совершенствование всех производственных вопросов; стабильное повышение уровня финансового благополучия фирмы и сотрудников.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённые исследования особенностей работы монопрофильных туроператоров позволили отметить следующие актуальные аспекты:

1. Монопрофильные туроператоры – это туроператоры, которые практикуют свою деятельность в определённом географическом направлении и предлагают туры одного вида.

2. Организация качественной работы монопрофильных туроператоров является одним из основных и приоритетных направлений в туроперейтинге, что обусловлено неоспоримыми достоинствами к которым относятся: достижение высокого профессионального уровня в работе с определённым направлением и видами туров; максимальная информированность работников фирм-операторов и высокое качество работы; возможность идентификации туроператоров на рынке как работника именно этого вида туров или как осуществляющего свою деятельность в данном направлении; возможность получения аккредитаций в посольствах стран, по которым разрабатывается турпродукт; возможность получения помощи властей курортов, из-за появления туроператорского лобби.

3. Монопрофильные туроператоры подтверждают своё неоспоримое достоинство на рынке туристских услуг, это находит своё отражение в отзывах потенциальных клиентов и увеличением количества туристов, путешествующих от данных туроператоров.

4. Практически все туроператоры по специфике своей деятельности начали с монопрофильного направления, изучая и продвигая малое количество предложений услуг гостинично-ресторанного обслуживания, а также крупных туристских и курортных центров. И только по прошествии большого количества лет и приобретении богатого опыта, расширили спектр предлагаемых услуг и направлений. Тем самым став многопрофильными, что нашло подтверждение не только в истории становления туризма, но и в современных исследованиях деятельности туроператоров.

5. Многие монопрофильные туроператоры, которые появились на туристском рынке до 2000 г. поменяли профиль своей деятельности, это обусловлено потерей популярности предлагаемых туров и маленьким выбором предлагаемого ассортимента, который терялся на фоне других предложений.

6. Неоспоримые достоинства монопрофильных туроператоров были подтверждены и проведенными исследованиями. Туроператор ООО «НИКА», который является первой, и на данный момент единственной в России, профессиональной компанией на рынке Речных и Морских круизов, получившей международное профессиональное признание и оценку.

7. Спектр существующих проблем в сфере монопрофильного туроперейтинга очень велик. Как правило, не всем туроператорам удаётся решить все проблемы и в процессе своей деятельности монопрофильные туроператоры превращаются в многопрофильных или объявляют банкротство. Однако, от выявленных угроз не застрахована ни одна из работающих как в сфере туризма, так и в любой другой сфере, фирма. Вместе с тем, в распоряжении монопрофильных туроператоров находятся необходимые финансовые ресурсы. Сотрудники фирм, в большинстве своём являются квалифицированными специалистами, имея опыт работы в данной сфере. Поэтому, если руководство своевременно примет все возможные меры по устранению слабых сторон и появившихся угроз, используя при этом все ресурсы и возможности, то сможет продолжить своё эффективное функционирование и остаётся конкурентноспособным. Данный факт подтверждается деятельностью монопрофильного туроператора ООО «НИКА».

Таким образом, задачи, поставленные в выпускной квалификационной работе, решены в полном объеме, цель достигнута.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Ассоциация «Турпомощь» – Ростуризм [Электронный ресурс] :  
Официальный сайт. – Режим доступа : <https://www.tourpom.ru/>
- 2 Ассоциация туроператоров России [Электронный ресурс] :  
Официальный сайт. – Режим доступа : [www.atorus.ru](http://www.atorus.ru)
- 3 Балкан – Экспресс [Электронный ресурс] : Официальный сайт. –  
Режим доступа: <http://www.balkan.ru/>
- 4 Боголюбов В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка  
инвестиций : учебник и практикум для академического бакалавриата /  
В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. :  
Издательство Юрайт, 2018. – 256 с.
- 5 ВАО «Интурист» [Электронный ресурс] : Официальный сайт. – Режим  
доступа: <https://intourist.ru/>
- 6 Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности / В. Г. Гуляев. – М. :  
Нолидж, 1998. – 350 с.
- 7 Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства : учеб.  
пособие для студ. высш. уч. заведений / Е. А. Джанджугазова 2-е изд., испр. –  
М : Издательский центр «Академия», 2005. – 224 с.
- 8 Единый федеральный реестр туроператоров [Электронный  
ресурс] : Национальный туристический портал. – Режим доступа :  
<https://russia.travel/operators/>
- 9 Зайцева Н. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме  
Учеб. пособие для студентов для студ. высш. уч. заведений / Н. А. Зайцева – 4-е  
изд., стер. – М : Издательский центр «Академия», 2007. – 220 с.
- 10 Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности /  
Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 187 с.
- 11 Классик Трэвел [Электронный ресурс] : Официальный сайт. – Режим  
доступа : <https://www.classictravel.ru/>
- 12 Кусков А. С. Туроперейтинг / А. С. Кусков. – М. : Издательство

Форум, 2015. – 400 с.

13 Любавина Н. Л. Технология и организация туроператорской деятельности / Н. Л. Любавина, Л. А. Короленко. – М. : Академия, 2014. – 256 с.

14 Монопрофильный туроператор [Электронный ресурс] : Студенческая библиотека онлайн. – Режим доступа : <https://studbooks.net/751108/turizm/>

15 НИКА Туроператор [Электронный ресурс] : Официальная страница в социальной сети. – Режим доступа : <https://vk.com/club117329440>

16 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : Федеральный закон от 24.11.1996 г. №132 [Электронный ресурс] : Справочно-правовая система «Консультант» – Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/)

17 ООО «НИКА» [Электронный ресурс] : Официальный сайт. – Режим доступа : <http://nikatravel.ru/>

18 Ткачева Т. Н. Рынок туристских услуг России / Т. Н. Ткачёва // Международный бизнес России. – 2008. – №11. – С. 24-25 с.

19 Туристический портал Республики Крым [Электронный ресурс] : Официальный сайт. – Режим доступа : <http://www.visitcrimea.guide/>

20 Туроператор [Электронный ресурс] : Википедия официальный сайт. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki>

21 Студопедия [Электронный ресурс] : Лекционный материал для студентов. – Режим доступа: <https://studopedia.su/>

22 CLIA [Электронный ресурс] : Официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.cruiseexperts.org/>

23 CroisiEurope [Электронный ресурс] : Официальный сайт. – Режим доступа : <https://www.croisieurope.com/>

24 MOUZENIDIS TRAVEL [Электронный ресурс] : Официальный сайт. – Режим доступа : <https://www.mouzenidis-travel.ru/>

# ПРИЛОЖЕНИЕ А

(обязательное)

## Достижения и награды туроператора ООО «НИКА»



Рисунок А.1 – Дипломы и сертификаты

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

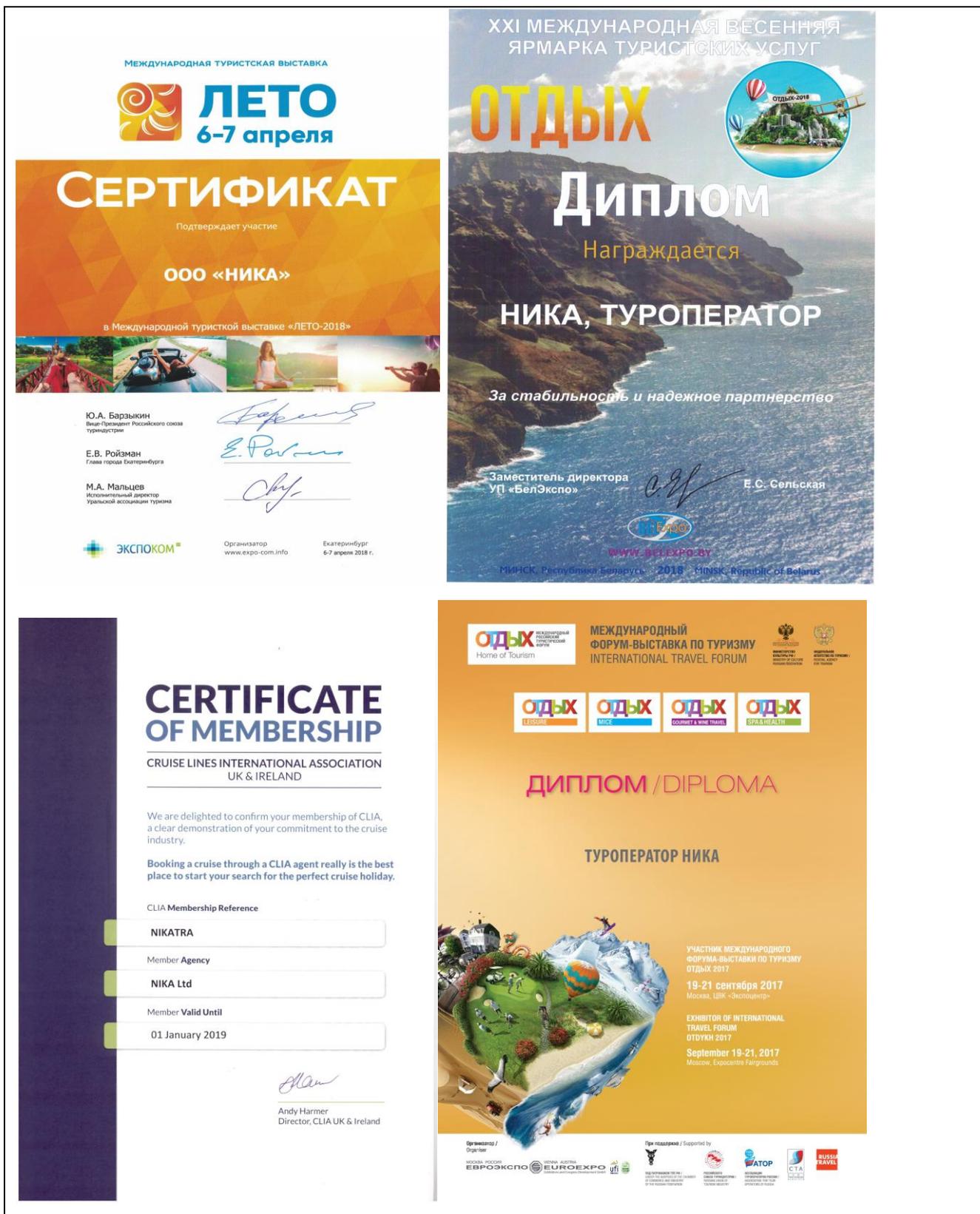


Рисунок А.2 – Дипломы и сертификаты

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А



Рисунок А.3 – Дипломы и благодарственное письмо

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А



Рисунок А.4 – Дипломы

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А



Рисунок А.5 – Дипломы и сертификаты

Окончание ПРИЛОЖЕНИЯ А



Рисунок А.6 – Награды

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

(обязательное)

### Каталоги туроператора ООО «НИКА»



Рисунок Б.1 – Оформление каталогов ООО «НИКА»

Окончание ПРИЛОЖЕНИЯ Б



Рисунок Б.2 – Оформление каталогов ООО «НИКА»

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

(обязательное)

### Прейскурант цен на оказание технических услуг

Т а б л и ц а В.1 – Прейскурант цен (руб.)

Код услуги	Наименование услуги	Объем	Стоимость	Примечание
1	2	3	4	5
К01	Консультации по вопросам достопримечательностей, знакомства с различными городами, организации передвижений, посещения объектов культуры и искусства и т.п.	Каждые 20 минут (включая не полные)	500 руб.	При приобретении соответствующего тура не позднее 3-х дней с даты консультации стоимость услуги вычитается из стоимости тура.
К02	Консультации по визовым вопросам (исключая визы США)	Каждые 15 минут (включая не полные)	400 руб.	
К03	Консультация по визовым вопросам США	Каждые 60 минут (включая не полные)	5 000 руб.	
К04	Консультации по самостоятельно приобретаемым или приобретенным авиаперелетам	Каждые 20 минут (включая не полные)	800 руб.	
Т01	Ксерокопирование документа А4	1 прогон с 1 стороны	40 руб.	
Т02	Сканирование документа А4	1 страница	30 руб.	
Т03	Сканирование документа А4 более 1 страницы	За каждую страницу	35 руб.	
Т04	Механическая прошивка документов	За комплект до 20 листов	120 руб.	
Т05	Распечатка документов	1 страница А4 с 1 стороны	30 руб.	
Т06	Запрос дубликата документа	1 страница А4 с 1 стороны	50 руб.	
П01	Отправка документов Почтой России (обычное письмо)	Включая стоимость конверта	100 руб.	Стоимость марок оплачивается дополнительно
П02	Отправка документов Заказным письмом Почта России	Включая стоимость конверта	200 руб.	Стоимость услуг почты оплачивается дополнительно

## Окончание ПРИЛОЖЕНИЯ В

## Окончание т а б л и ц ы В.1

1	2	3	4	5
П03	Отправка документов курьерской почтой		150 руб.	Стоимость услуг по пересылке оплачивается дополнительно
Я01	Перевод документа с русского на английский язык	1 страница А4	800 руб.	Срок исполнения 3 – 5 рабочих дней
Я02	Срочный перевод документа с русского на английский язык	1 страница А4	1 300 руб.	24 часа (в рабочие дни)
Я03	Перевод документа с русского на французский язык	1 страница А4	900 руб.	Срок исполнения 3 – 5 рабочих дней
Я04	Срочный перевод документа с русского на французский язык	1 страница А4	1 400 руб.	24 часа (в рабочие дни)
Я05	Перевод документа с русского на иностранный язык (исключая английский и французский)	1 страница А4	1 400 руб.	Срок исполнения 3 – 5 рабочих дней
Я06	Срочный перевод документа с русского на английский язык	1 страница А4	2 800 руб.	24 часа (в рабочие дни)
Я07	Перевод документа с английского языка на русский	1 страница А4	800 руб.	Срок исполнения 3 – 5 рабочих дней
Я08	Срочный перевод документа с английского языка на русский	1 страница А4	1 300 руб.	24 часа (в рабочие дни)
Я09	Перевод документа с французского языка на русский	1 страница А4	900 руб.	Срок исполнения 3 – 5 рабочих дней
Я10	Срочный перевод документа с французского языка на русский	1 страница А4	1 400 руб.	24 часа (в рабочие дни)
Я11	Перевод документа с иностранного языка (исключая английский и французский) на русский	1 страница А4	1 400 руб.	Срок исполнения 3 – 5 рабочих дней
Я12	Срочный перевод документа с иностранного языка (исключая английский и французский) на русский	1 страница А4	2 800 руб.	24 часа (в рабочие дни)

## ОТЗЫВ РЕЦЕНЗЕНТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Автор (студент/ка) Лыжина Наталья Николаевна  
 Факультет довузовской подготовки и среднего профессионального образования  
 Выпускающая предметная цикловая комиссия (кафедра) общепрофессиональных и  
 специальных (туристских) дисциплин  
 Специальность: 43.02.10 Туризм  
 Наименование темы Роботности работы менеджера  
туристского  
 Рецензент \_\_\_\_\_

(Фамилия И.О., место работы, должность, ученое звание, степень)

### Оценка выпускной квалификационной работы

№ п/п	Показатель	Оценка				
		5	4	3	2	*
1	Актуальность тематики работы	✓				
2	Степень полноты обзора состояния вопроса и корректность постановки задачи	✓				
3	Уровень и корректность использования в работе методов исследований, математического моделирования, расчетов	✓				
4	Степень комплексности работы, применение в ней знаний общепрофессиональных и специальных дисциплин	✓				
5	Ясность, четкость, последовательность и обоснованность изложения	✓				
6	Применение современного математического и программного обеспечения, компьютерных технологий в работе	✓				
7	Качество оформления (общий уровень грамотности, стиль изложения, качество иллюстраций, соответствие требованиям стандартов)	✓				
8	Объем и качество выполнения графического материала, его соответствие тексту	✓				
9	Обоснованность и доказательность выводов работы	✓				
10	Оригинальность и новизна полученных результатов, научно-исследовательских или производственно-технических решений	✓				

\* - не оценивается (трудно оценить)

Отмеченные достоинства Дипломная работа Лисиной Натальи  
Николаевны целиком соответствует требованиям,  
предъявляемым к данной работе. Автор  
добросовестно выполняет свою работу, представив  
достойную самостоятельную работу. Соискательница подробно  
раскрыты теоретические аспекты изучения монопро-  
фильной турбинатора и сформулированы задачи  
и методы применения на практике, проанализировав  
достоинства и недостатки монопрофильного турбинатора.

Отмеченные недостатки Недостатков в работе выявлено  
не было

Заключение Работа носит законченный характер. Отвечает  
всем требованиям, предъявляемым к такой работе.  
Заслуживает высокой квалификации  
и получения высокой оценки («отлично»)

Рецензент Григорьев «15» июня 2019 г.



**ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ  
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**

Тема работы: Особенности работы монопрофильного туроператора  
 Автор (студент/ка): Лялина Наталья Николаевна  
 Факультет довузовской подготовки и среднего профессионального образования  
 Выпускающая предметная цикловая комиссия (кафедра) общепрофессиональных и специальных (туристских) дисциплин  
 Специальность: 43.02.10 Туризм  
 Руководитель: Красильникова Н. В., преподаватель ВКК ФДП и СПО, канд.пед.наук

**Оценка соответствия требованиям ФГОС подготовленности  
автора выпускной работы**

Требования к профессиональной подготовке	Соответствует	В основном соответствует	Не соответствует
Уметь корректно формулировать и ставить задачи (проблемы) своей деятельности при выполнении дипломной работы, анализировать, диагностировать причины появления проблем, их актуальность	*		
Устанавливать приоритеты и методы решения поставленных задач (проблем)	*		
Уметь использовать информацию – правильно оценить и обобщить степень изученности объекта исследования (в соответствии со специализацией)	*		
Владеть компьютерными методами сбора, хранения и обработки (редактирования) информации, применяемой в сфере профессиональной деятельности (по специализации)	*		
Владеть современными методами анализа и интерпретации полученной информации, оценивать их возможности при решении поставленных задач (по специализации)	*		
Уметь рационально планировать время выполнения работы, определять грамотную последовательность и объем операций и решений при выполнении поставленной задачи	*		
Уметь объективно оценивать полученные результаты расчетов, вычислений, используя для сравнения данные других направлений	*		
Уметь анализировать полученные результаты интерпретации данных (в рамках специализации)	*		
Знать методы системного анализа	*		
Уметь осуществлять деятельность в кооперации с коллегами, находить компромиссы при совместной деятельности	*		
Уметь делать самостоятельные обоснованные и достоверные выводы из проделанной работы	*		
Уметь пользоваться научной литературой профессиональной направленности	*		

**Отмеченные достоинства:** дипломная работа Лялиной Натальи Николаевны полностью

соответствует требованиям, предъявляемым к данному видам исследований. Автор доказал актуальность своей работы, предъявив объективные аргументы и состояние ее проработанности в современной науке.

Стоит отметить полноту исходных теоретических данных (использование не только учебников и периодического материала, но и монографий, авторефератов, статистических данных и т.п.), их анализ и умение формулировать собственную точку зрения по теме выпускной квалификационной работы.

В дипломной работе автор подробно раскрывает не только весь спектр теоретических исследований данного вопроса, но и проводит доскональный анализ деятельности монопрофильных туроператоров, подтверждая надежность фактологической основой (проработанной на базе практики) исследования, которая обеспечивает объективность и достоверность выводов.

Лялина Н. Н. очень ответственно подошла к написанию своей работы, о чем свидетельствует богатый материал, собранный на базе преддипломной практики, который помог соискателю сделать достойные выводы по главам.

Структура работы логична, материал изложен последовательно, а содержание свидетельствует о творческом подходе автора к рассматриваемой проблеме. Тема ВКР, заявленная к рассмотрению, раскрыта надлежащим образом.

**Отмеченные недостатки:** недостатков работе выявлено не было.

**Заключение:** дипломная работа выполнена на хорошем теоретическом и практическом уровне, носит законченный характер, отвечает всем требованиям, предъявляемым к такого рода исследованиям и может быть допущена к защите, а ее автор заслуживает присвоения искомой квалификации «Специалист по туризму».

Руководитель

*Крив*  
(подпись)

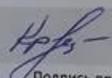
«07» июня

2019 г.

## СПРАВКА

о результатах проверки текстового документа  
на наличие заимствований

Проверка выполнена в системе  
Антиплагиат.ВУЗ

Автор работы	Лялина Наталья Николаевна
Факультет, кафедра, номер группы	факультет довузовской подготовки и среднего профессионального образования
Тип работы	Дипломная работа
Название работы	Особенности работы монопрофильного туроператора
Название файла	Diplom_novy.docx
Процент заимствования	26,49%
Процент цитирования	2,18%
Процент оригинальности	71,32%
Дата проверки	17:12:51 17 июня 2019г.
Модули поиска	Сводная коллекция ЭБС; Коллекция РГБ; Цитирования; Переводные заимствования; Коллекция Гарант; Модуль поиска Интернет; Модуль поиска "МГУ им. Н. П. Огарева"; Модуль поиска перефразирований Интернет; Модуль поиска общеупотребительных выражений; Кольцо Вузов
Работу проверил	КРАСИЛЬНИКОВА НАТАЛЬЯ ВЛАДИМИРОВНА ФИО проверяющего
Дата подписи	17.06.2019г.  Подпись проверяющего

Чтобы убедиться  
в подлинности справки,  
используйте QR-код, который  
содержит ссылку на отчет.



Ответ на вопрос, является ли обнаруженное заимствование  
корректным, система оставляет на усмотрение проверяющего.  
Предоставленная информация не подлежит использованию  
в коммерческих целях.