

УДК 658.64

10.17213/2075-2067-2020-1-76-81

## ФОРМАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА «ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ» В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРОПЕРАТОРА

© 2020 г. О. И. Лантратов, О. В. Елисеева, О. С. Мысова, Н. Г. Нагай

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ, г. Шахты*

*Целью данного исследования является поиск способа совершенствования принципов и организационно-методических аспектов функционирования систем управления путем формализации и моделирования бизнес-процессов деятельности туроператора по направлению «въездной туризм» в деятельности туристской фирмы ООО «Саквоаж желаний». Результаты: на основе существующих принципов и методик моделирования бизнес-процессов были разработаны и формализованы бизнес-процессы в деятельности регионального туроператора въездного туризма.*

*Ключевые слова: бизнес-процесс; формализация; въездной туризм.*

*The purpose of this study is to find a way to improve the principles and organizational and methodological aspects of the functioning of management systems by formalizing and modeling the business processes of the tour operator's activities in the direction of entry tourism in the activities of the tourism company «Sakvoage of Wishes». Results: based on the existing principles and methods of business process modeling, business processes in the activities of the regional tour operator of entry tourism were developed and formalized.*

*Key words: business process; formalization; entrance tourism.*

Интегральная роль международного туризма в экономической, социальной, гуманитарной, экологической, культурной сферах, в мировой, национальных и региональных экономиках повышает его значение как формы внешнеэкономической деятельности регионов страны, в частности, Ростовской области.

Туроперейтинг во въездном туризме представляет собой особое направление предпринимательской внешнеэкономической деятельности. Рецептный туроператор по сути осуществляет экспорт нематериальной продукции сферы услуг, включающей коммерческие, профессиональные и потребительские услуги, обслуживая на территории Российской Федерации иностранного заказчика.

Ввиду особой роли въездного туризма и его мультипликативного эффекта поддержка национального турпродукта приори-

тетна для государства, а рецептный туроперейтинг можно отнести к перспективным, социально и экономически значимым направлениям бизнеса.

Чтобы исследуемое направление туризма могло стать отправной точкой совершенствования транспортной инфраструктуры, агропромышленного комплекса, информационно-телекоммуникационных систем, оптовой и розничной торговли, энергетических и коммунальных систем, образовательных услуг региона, требуется разработка теоретико-методических основ управления туристскими услугами и предприятиями, в том числе процессного управления.

Процесс (от лат. processus — продвижение) — это динамическое изменение системы во времени [1]. В таком широком значении его используют во многих областях знаний: психологии, экономике, биологии,

сфере информационных технологий, социологии, политологии.

Как философская категория процесс характеризует совокупность необратимых, взаимосвязанных, длительных изменений, как спонтанных, так и управляемых, как самоорганизованных, так и организуемых, результатом которых является некое новшество или нововведение (новые морфологические формы организмов, новые разновидности, социальные, научные, культурные и другие инновации).

Само это понятие подчеркивает момент направленности в изменении объектов, подчиненность пространственной распределенности временному развертыванию, ориентацию на достижение целей и результатов.

В своей речи и текстах мы используем слово «процесс», чтобы указать на некое движение, изменение, становление, развитие, воспроизводство. В менеджменте же термин получил более узкое и емкое определение.

Под бизнес-процессом понимают устойчивую, целенаправленную совокупность взаимосвязанных видов деятельности (последовательность работ), которая по определенной технологии преобразует входы в выходы, представляющие ценность для потребителя [1].

В общенаучном и философском смыслах «формализация» означает отображение содержательного знания в формализованной теории (исчислении). Формализуемое знание должно представлять собой каким-то образом фиксированную совокупность утверждений [2].

Формализованное отображение объектов позволяет перевести результаты мыслительной деятельности человека в точные понятия и утверждения. Простейший вид формализации, который люди используют в повседневной жизни, — прямая репрезентация (обозначение, именование, описание) объектов с помощью терминов.

В процессном подходе к управлению туристским предприятием формализация предполагает создание документации, описывающей и определяющей ход, результаты процессов и порядок управления ими.

Архитектору процесса следует последовательно:

— определить, какие именно процессы должны быть формализованы;

— описать процесс с точки зрения его структурных компонентов;

— документировать входы, выходы и подпроцессы по шаблону.

Так как процесс рецептивного туроперейтинга станет новым для ООО «Саквож желаний», построение модели системы процессов следует начать именно с его формализации. Результаты формализации послужат в дальнейшем основой для системы процессов и показателей, нормативно-методических документов, построения графических моделей.

Формализация была начата с общего описания процесса. Как бизнес-процесс туроперейтинг по направлению «въездной туризм» представляет собой целенаправленную совокупность следующих видов деятельности:

— общее планирование: выбор зарубежных туристских рынков и оценка спроса на турпродукт;

— поиск зарубежных партнеров и установление договорных отношений;

— поиск российских поставщиков услуг и установление договорных отношений;

— контроль хода продажи и продвижения своего продукта иностранным партнером;

— проведение взаиморасчетов с поставщиками по договорам;

— проведение взаиморасчетов с иностранными партнерами;

— контроль соблюдения российскими поставщиками услуг согласованных условий обслуживания;

— анализ результатов реализации продукта.

Опишем поэтапно деятельность туроператора по направлению въездного туризма.

Этап 1. Общее планирование. Туроператор осуществляет выбор зарубежных туристских рынков, оценивая существующий спрос на туры в Россию, политическую обстановку, существующие у потенциальных потребителей представления о стране и регионе. На основе изучения конъюнктуры зарубежных туристских рынков определяются такие показатели, как число потенциальных туристов, цели путешествий, сезоны. На этом же этапе проводится анализ собственных материально-технических, финансовых и трудовых ресурсов туроператора для дальнейшего планирования маршрутов, программ, состава и классности пакета услуг.

Этап 2. Установление сотрудничества с инициативными туроператорами за рубежом. Согласование с ними конкретных условий приема и обслуживания иностранных туристов в Ростовской области:

- общее число иностранных туристов, количество групп и их численный состав;
- даты прибытия и отъезда групп, вид международного транспорта;
- маршруты и программы путешествия иностранных туристов в Россию;
- пакет предоставляемых услуг, их количественный и качественный состав;
- цена пакета услуг;
- обязательство визовой поддержки, условия расчетов, бронирования и аннуляции брони;
- ответственность за надлежащее исполнение туроператором условий обслуживания, порядок рекламаций и другие существенные условия.

Этап 3. Взаимодействие с российскими поставщиками услуг. Подбор поставщиков, заключение договоров, определение объема услуг и сроков их оказания. Взаимоотношения с гостиницами, перевозчиками, предприятиями питания оформляются в контрактной форме (путем заключения договоров). Каждому году работы (или другому рабочему периоду) предшествует договорная кампания, во время которой и заключаются соглашения.

Взаимодействие рецептивного туроператора с поставщиками включает три периода:

- 1) планирование и переговоры (переговоры с гостиницами, перевозчиками, экскурсионными фирмами, с которыми туроператор уже сотрудничает или предполагает сотрудничать в планируемом периоде);
- 2) договорная кампания, обновление и переиздание буклетов и каталогов (заключение договоров, формирование системы услуг, печать рекламных материалов);
- 3) реализация турпродукта (подготовка и назначение гидов, инструкторов, аниматоров, руководителей групп к началу сезона и обслуживанию туристов).

С каждым из поставщиков туроператор взаимодействует по отдельному письменному соглашению.

Этап 4. Начало продвижения и реализации турпродукта. Туроператору необходимо установить контроль хода продажи. В этих

целях инициативный туроператор принимает на себя обязательство высылать российской стороне регулярную информацию о проданных турах по каждой забронированной группе. Российская сторона также должна обеспечить своевременную визовую поддержку для иностранных туристов по каждому забронированному туру (согласие в качестве принимающей стороны предоставить туристу обслуживание по согласованному маршруту в подтвержденные сроки и приглашение).

Этап 5. Подготовка к прибытию туристов. Накануне прибытия иностранных туристов в Российскую Федерацию российский туроператор обязан проверить своевременное поступление авансовых платежей от иностранного партнера.

В этот же период проверяется готовность поставщиков отдельных услуг к обслуживанию туристов, уточняется информация о времени прибытия туристов в гостиницу, их окончательное число, пофамильные списки размещения, время организации питания, меню, время подачи автотранспорта для трансфера, наличие билетов в музеи и театры и пр.

Этап 6. Реализация турпродукта, обслуживание. Туроператор контролирует соблюдение российскими поставщиками услуг согласованных условий обслуживания. Туроператор назначает ответственного менеджера, который следит за тем, как обслуживаются иностранные туристы, и принимает незамедлительные меры к устранению возникающих недостатков продукта.

Этап 7. По завершении обслуживания иностранной группы необходимо обеспечить трансфер, сопровождение туристов, покидающих страну. Туроператор получает отчет от своего иностранного партнера.

С точки зрения уровней процессного управления туроперейтинг по направлению въездного туризма является процессной группой, входящей в процессную категорию «туроперейтинг» наравне с внутренним и выездным туризмом и включающей в себя несколько процессов, объединенных по критерию получения общих результатов (турпродукта), имеющих ценность для внешних клиентов.

В состав группы процессов «въездной туризм» войдут три процесса:

- формирование туристского продукта для въездного туризма;

— реализация туристского продукта для въездного туризма;

— продвижение туристского продукта для въездного туризма.

В состав процесса «формирование туристского продукта для въездного туризма» входят операционные процессы: анализ зарубежного туристского рынка, установление сотрудничества с инициативными туроператорами, планирование туристского продукта, установление сотрудничества с российскими поставщиками услуг, определение финансовых показателей.

В процессе «продвижение туристского продукта для въездного туризма» можно выделить следующие операционные процессы: подготовка комплекса мер продвижения, проведение рекламной кампании и продвижения турпродукта, анализ результатов продвижения, корректировка продвижения туристского продукта.

Процесс «реализация туристского продукта для въездного туризма» в иерархическом справочнике декомпозирован до операционных процессов: бронирование, подготовка к приему туристов, прием и обслуживание туристов.

Каждый из операционных процессов декомпозируется до отдельных операций, в которых в свою очередь выделяются транзакции. Разработанный иерархический справочник не является исчерпывающим перечнем всех операций, проводимых сотрудниками туроператора. В нем показаны далеко не все элементарные процессы, только самые значимые для исследуемого направления туроператорской деятельности. Детализировать процесс до простейших действий не требуется в силу того, что это может существенно осложнить практическое использование информационной карты.

Структура проектируемого процесса туроператора будет соответствовать стандартной и иметь все обязательные элементы. Входом проектируемого процесса будут услуги поставщиков (перевозчиков, гостиниц, экскурсионных бюро, анимационные программы и др.), выходом — туристский продукт, то есть комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей иностранного туриста в период его путешествия.

Как бизнес-процесс въездной международной туроперейтинг преобразует входы

в выход (турпродукт), полезный с точки зрения потребителя.

Владельцем данного бизнес-процесса будет выступать менеджер туроператора по въездному туризму, так как именно в его распоряжении находятся все материальные и нематериальные ресурсы и он несет ответственность за процесс. Компания имеет достаточно простую организационную структуру управления, в ней отсутствуют структурные подразделения и их руководители, которые могли бы исполнить роль владельца бизнес-процесса.

Заказчиком является туроператор, который принимает решение о проведении работ по описанию, регламентации или проверке бизнес-процесса рецептивного туроперейтинга; утверждает все нормативно-методические документы, заключает договора с поставщиками и партнерами.

Клиентом процесса можно считать инициативного туроператора, который, хотя и не является конечным потребителем, пользуется его выходом и получает полезный для себя результат путем продажи турпродукта иностранному туристу.

По отношению к клиентам бизнес-процесс рецептивного туроперейтинга относится к внешним, так как его результат потребляется исключительно другим субъектом вне среды предприятия, не становясь входом для собственных процессов туроператора. С точки зрения создания ценности этот процесс — основной, ему принадлежит центральное место в цепочке создания ценности туристского продукта.

Формализация процесса даст туроператору возможность освободиться от обращения к интуитивным представлениям, что имеет решающее значение для объективного видения складывающейся в компании ситуации.

Данный этап процессного управления необходим туроператору для более точного и корректного описания процесса, что позволит создать или откорректировать должностные инструкции, закрепить ответственность, укрепить нормативную базу организации. Формализованный процесс лучше поддается модернизации и контролю. Кроме того, формализация бизнес-процессов въездного туризма является основой для последующей автоматизации бизнеса.

**Литература**

1. Голубева Т.Б. Основы моделирования и оптимизации процессов и систем сервиса: учеб. пособие / Т.Б. Голубева —

Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. — 108 с.

2. Новая философская энциклопедия. / ред. совет: В.С. Степин, А.А. Гусейнов, Г.Ю. Семигин. — М., Мысль, 2010. — С.266–267.

*Поступила в редакцию*

*21 декабря 2019 г.*



**Лантратов Олег Игоревич** — магистрант направления подготовки 43.04.02 «Туризм» Института сферы обслуживания и предпринимательства (филиала) ДГТУ в г. Шахты.

**Lantratov Oleg Igorevich** — master's degree in the field of training 43.04.02 «Tourism» of the Institute of Service Sphere and Entrepreneurship of DSTU (branch) in Shakhty.

346500, г. Шахты, ул. Советская, 235, кв. 79  
235 Sovetskaya st., app. 79, 346500, Shakhty, Russia  
Тел.: +7 (918) 551-53-30; e-mail: oblomovo@mail.ru



**Елисеева Ольга Валерьевна** — кандидат экономических наук, доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства» Института сферы обслуживания и предпринимательства (филиала) ДГТУ в г. Шахты.

**Eliseeva Olga Valerievna** — PhD in economics, associate professor of department «Service, tourism and the industry of hospitality» of the Institute of Service Sphere and Entrepreneurship of DSTU (branch) in Shakhty.

345500, г. Шахты, ул. Пролетарская, 188, уч. корп. 3  
188 Proletarskaya st., ed. bld. 3, 345500, Shakhty, Russia  
Тел.: 8 (903) 407-40-23; e-mail: eov1974@mail.ru



**Мысова Ольга Сергеевна** — кандидат экономических наук, доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства» Института сферы обслуживания и предпринимательства (филиала) ДГТУ в г. Шахты.

**Mysova Olga Sergeevna** — PhD in economics, associate professor of department «Service, tourism and the industry of hospitality» of the Institute of Service Sphere and Entrepreneurship of DSTU (branch) in Shakhty.

345500, г. Шахты, ул. Пролетарская, 188, уч. корп. 3  
188 Proletarskaya st., ed. bld. 3, 345500, Shakhty, Russia  
Тел.: 8 (928) 151-10-00; e-mail: eliseewa.olga@mail.ru



**Нагай Наталья Геннадьевна** — кандидат экономических наук, доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства» Института сферы обслуживания и предпринимательства (филиала) ДГТУ в г. Шахты.

**Nagai Natalia Gennadievna** — PhD in economics, associate professor of department «Service, tourism and the industry of hospitality» of the Institute of Service Sphere and Entrepreneurship of DSTU (branch) in Shakhty.

345500, г. Шахты, ул. Пролетарская, 188, уч. корп. 3  
188 Proletarskaya st., ed. bld. 3, 345500, Shakhty, Russia  
Тел.: 8 (928) 772-83-60; e-mail: nagay\_78@rambler.ru