



Project funded by  
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.



**ԴԱՍԸՆԹԱՑ 2:  
ՉԲՈՍԱԿՇՐՋՈՒԹՅԱՆ  
ՄԱՐՔԵԹԻՆԳ ԵՎ ՄԵՆԵՋՄԵՆԹ**

**ՄՈԴՈՒԼ 5: ՏՈՒՐ  
ՕՊԵՐԵՅԹԻՆԳ**



Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Common borders. Common solutions.

### Ո՞վ է տուր օպերատորը

#### Տուր օպերատորի բնորոշումը

Համաձայն ՄԱԿ ԶՀԿ-ի Զբոսաշրջության տերմինների բառարանի՝ Տուր օպերատորը անձ կամ ընկերություն է, որը ստեղծում և/կամ շուկա է հանում ինքյուզիվ տուրեր և մատակարարների հետ ենթապայմանագրեր կնքում փաթեթ ստեղծելու համար:

Համաձայն ԱՄՅ-ի, ՏՀԶԿ-ի, Եվրոստատի և ԱՄԿ-ի կողմից մշակված վիճակագրական տերմինների բառարանի՝ տուրօպերատորները նաև ընկերություններ են, որոնք համատեղում են երկու կամ ավելի ճամփորդական ծառայություններ (օրինակ՝ տրանսպորտ, կացարան, սնունդ, ժամանց, մշակույթի ուսումնասիրություն, տեսարժան վայրեր այցելություն) և վաճառում դրանք վերջնական սպառողներին տուրիստական գործակալությունների միջոցով կամ ուղղակիորեն որպես մեկ ապրանք (կոչվում է փաթեթային տուր) ընդհանրական գնով:





Project funded by  
EUROPEAN UNION



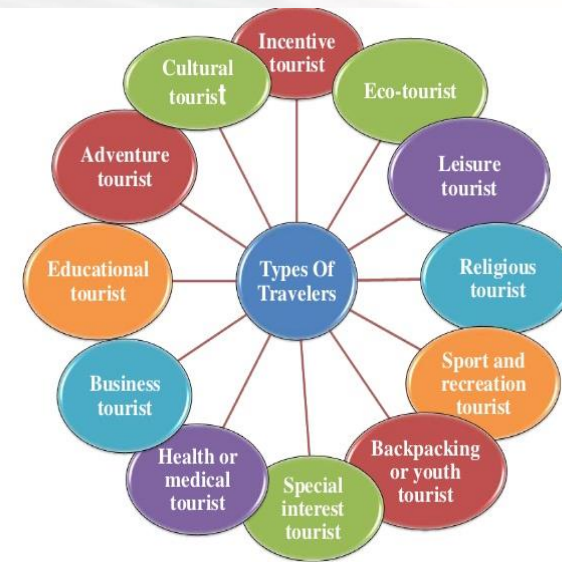
## Common borders. Common solutions.

### Ի՞նչ է տուրը

Համաձայն ՄԱԿ ԶՅԿ-ի տերմինների և միջազգային առաջարկությունների բառարանի՝ տուրը կամ շրջագայությունը նախապես կազմակերպված ճանապարհորդություն է մեկ կամ մի քանի ուղղություններով, որի հիմնական շարժառիթն է բացահայտել, ճանաչել և ուսումնասիրել տարբեր տեղանքներ և տեսարժան վայրեր, ճամփորդել որոշակի ժամանակահատվածում, հատուկ նշանակության և զբոսաշրջիկի կողմից տրամադրված երթուղու երկայնքով: Մյուս սահմանման համաձայն՝ շրջագայությունը ճամփորդություն է որոշակի ժամկետով և սահմանված նպատակով և երթուղիով, որը նախատեսված է տուր փաթեթով:

Գոյություն ունեն շրջագայությունների հետևյալ տեսակները.

- Արկածային տուր.
- Թեմատիկ շրջագայություն.
- Խրախուսական շրջագայություն.
- Անկախ շրջագայություն.
- Էթնիկ շրջագայություն.
- Հատուկ միջոցառումների շրջագայություն.





Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Common borders. Common solutions.

### Ի՞նչ է տուր փաթեթը

Տուր փաթեթը տարբեր մատակարարների կողմից տրամադրվող մի քանի ճամփորդական բաղադրիչների համակցություն է, որոնք սպառողին վաճառվում են որպես մեկ ապրանք մեկ գնով:

Տուր փաթեթի ծառայությունների հիմնական տեսակը ներառում է տարրերի նախապես պայմանավորված համակցություն, ինչպիսիք են օդային, ճանապարհորդական ապահովագրություն, տրանսֆերային ծառայություններ (մեքենայի վարձույթ), հյուրանոց, տեսարժան վայրեր և սոցիալական միջոցառումներ, որոնք հավաքվել և վաճառվել են ինքյուզիվ փաթեթի գնով:





Project funded by  
EUROPEAN UNION



**Common borders. Common solutions.**

## Արտադրանքի մշակում և դիվերսիֆիկացում

Արտադրանքի մշակման գործընթացը ներառում է բոլոր քայլերը, որոնք անհրաժեշտ են ապրանքը հայեցակարգից մինչև շուկայական հասանելիություն տեղափոխելու համար:

Սա ներառում է շուկայի կարիքների բացահայտում, մրցակցային լանդշաֆտի ուսումնասիրություն, լուծումների հայեցակարգում, արտադրանքի ճանապարհային քարտեզի մշակում, նվազագույն կենսունակ արտադրանքի ստեղծում և այլն:





Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Common borders. Common solutions.

### Ռեսուրսների տվյալների բազայի ստեղծում

Ձբոսաշրջության ռեսուրս տերմինը նկարագրում է բնական և տեխնաճին գրավչությունները, ենթակառուցվածքները, ծառայությունները և այն պայմանները, որոնք գրավում են զբոսաշրջիկներին դեպի տարածք և կարող են նպաստել զբոսաշրջության վայրի ճնշվածությանը:

Ձբոսաշրջության համակարգի հինգ կենսական բաղադրիչներն են.

- Տեսարժան վայրեր
- Հասանելիություն
- Տեղավորում
- Հարմարություններ
- Գործունեություն.





Project funded by  
EUROPEAN UNION

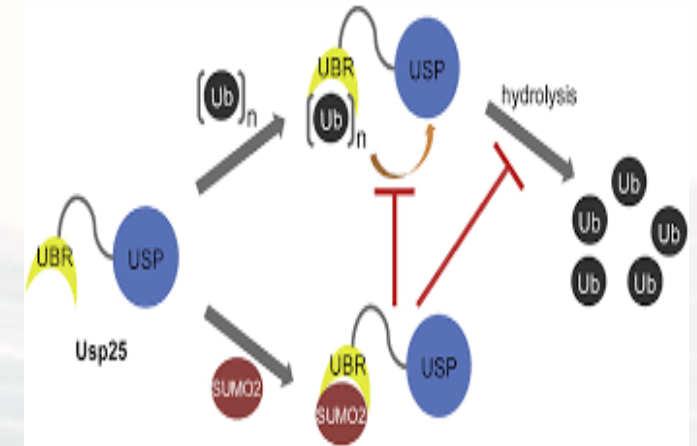


## Common borders. Common solutions.

### USP-ների և UBR-ների բնորոշում

USP - Եզակի վաճառքի առաջարկը կայուն, մրցակցային առավելություն է, որն ունի ապրանքը այլ ապրանքների նկատմամբ: USP-ն շուկայավարման հիմնական հասկացություններից մեկն է, բիզնեսի հիմնական տարբերակիչ նշանը և այն, ինչը տարբերում է ձեր բիզնեսը և դրա արտադրանքը կամ ծառայությունները: Եզակի վաճառքի առաջարկ՝ հիմնված երկու ամենակարևոր բառերի վրա՝ «օգուտ» և «տարբեր» և արմատապես տարբերվող մրցակցային առաջարկներից:

UBR-ի (եզակի գնման պատճառը) գնումն է, հետևաբար հաճախորդը և նրա կարիքները: Գնման եզակի պատճառն (UBR) այն է, թե ինչու է հաճախորդը ցանկանում գնել ձեր ապրանքը կամ ծառայությունը: Ի տարբերություն USP-ի (Unique Selling Point) առավել հայտնի տերմինի, որտեղ ընկերությունները կենտրոնական դերում են, UBR-ը ենթադրում է հաճախորդի կարիքները:





Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Common borders. Common solutions.

### Տուրիստական ապրանքների (փաթեթների) մշակում

Ցանկացած բիզնեսի հիմնական խնդիրն է ստեղծել այնպիսի ապրանք, որը պետք է գնորդին և նա պատրաստ է վճարել դրա համար, ուստի նոր ապրանքի վրա աշխատելիս ամենակարևոր գործոններից մեկը հաճախորդին նույնականացնելն է և նրա հետ անընդհատ շփվելը՝ նրա նախասիրությունները ուսումնասիրելու և հետադարձ կապ ստանալու համար:

Զբոսաշրջային արտադրանքի նախագծման ժամանակ պետք է հաշվի առնել հետևյալը.

- Լինի իսկական և պետք է արտացոլի նպատակակետի եզակի հատկանիշները:
- Ստանալ հյուրընկալող համայնքի աջակցությունը:
- Հարգել բնական և մշակութային միջավայրը:
- Տարբերվել մրցակիցներից՝ խուսափելով զարգացումները կուրորեն կրկնօրինակելուց:
- Բավարար մասշտաբի լինի զգալի տնտեսական ներդրում անելու համար, բայց ոչ շատ մեծ՝ բարձր տնտեսական արտադրոս ստեղծելու համար:







Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Common borders. Common solutions.

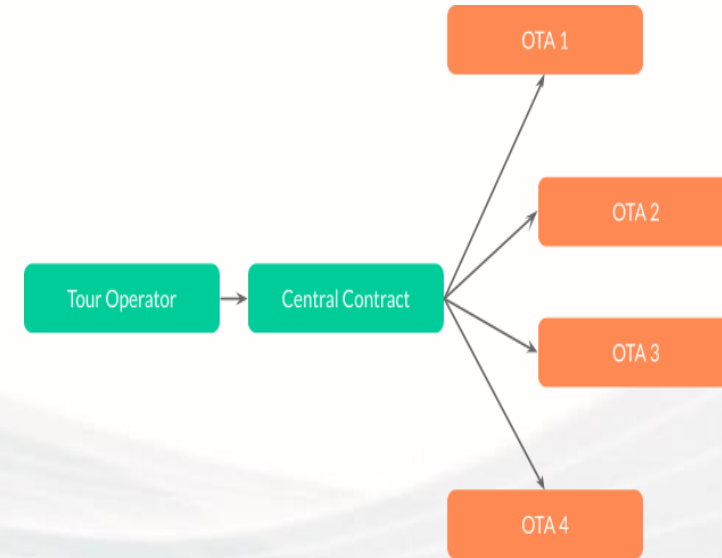
### Պայմանագրի կնքում

Չբուսաշրջային ընկերությունները և հաճախորդները հաճախ ժամանակ են ծախսում պայմանագրի մանրամասները պարզելու համար, որպեսզի համոզվեն, որ բոլորի շահերը պատշաճ կերպով ծածկված են մինչև վերջնական պայմանագիրը:

### Առաջարկություններ կատարելը

Ձեր բիզնեսը սկսելու և ձեզ հնարավորինս պաշտպանելու համար տուրօպերատորը պետք է չորս տեսակի պայմանագրեր կազմի: Ըստ կարևորության՝ դրանք հետևյալն են.

- Տուրի մասնակցի պայմանագիր.
- Հյուրընկալող գործակալության պայմանագիր.
- Նպատակակետ կառավարող ընկերության (DMC) համաձայնագիր.
- Չբուսաշրջային ուղեկցորդի պայմանագրեր.





Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Common borders. Common solutions.

### Ինչպե՞ս փակել գործարքները

Գործարքի փակումը վաճառքի ցիկլի ամենակարևոր մասն է, որը պահանջում է տուրօպերատորներից (կամ վաճառքի մասնագետներից) լինել նախաձեռնող և որդեգրել արդյունավետ ռազմավարություններ: Ավարտին հասնելու լավագույն միջոցներից մեկը պլան պատրաստելն է

Բացի այդ, այն պահանջում է հետևյալ քայլերը.

- Կատարված հետազոտություն
- Խոսել բյուջեների և ժամանակացույցի մասին
- Առաջարկել լուծումներ
- Կարգավորել առարկությունները
- Խնդրեք վաճառքը
- Սահմանեք հաջորդ քայլերը





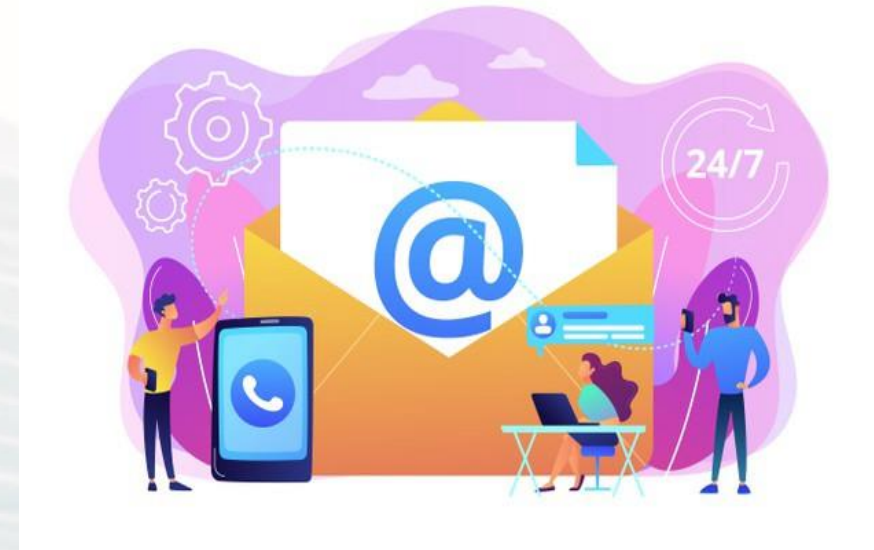
Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Common borders. Common solutions.

### Էլիտուտի հաստատման արժեքը

Հաստատման նամակը գործարքային նամակ է, որն ուղարկվում է հաճախորդին, ում հետ ընկերությունը կապ է հաստատել այն բանից հետո, երբ նրանք կատարել են որոշակի գործողություն կամ բավարարել որոշակի պայմանի: Հաճախորդները սիրում են ստանալ հաստատող էլ. նամակներ, քանի որ նրանք լավ են զգում, երբ վստահ են ինչ-որ բանում, ինչը պատվիրել են:





Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Common borders. Common solutions.

### Նախապայմանագրային տեղեկատվություն

Նախապայմանագիրը ակտ է, որն ամփոփում է զբոսաշրջային ընկերության և հաճախորդի միջև հաստատված վաճառքի բոլոր պայմանները՝ ամրագրման պայմանագիր, ծառայության գինը, նախադեպային պայմանները և պատվերի վերջնաժամկետը: Այն ներառում է նաև պարտավորությունների խոստումները (հաճախորդի և տուրիստական ընկերության կողմից) և ընդունում է տուրիստական ընկերության համաձայնությունը վաճառքի սկզբունքներին և նախադեպային պայմաններին:

Բոլոր նախապայմանագրերը պետք է պարունակեն.

- Ծառայությունների նույնականացում (ներառյալ ճանապարհորդական/կացարանային փաթեթներ և արտոնություններ);
- Վաճառքի գին.
- Նախադեպային պայմաններ (տարբերվում են ըստ դեպքի);
- Ծառայությունների ամսաթիվը:





Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Common borders. Common solutions.

### Պայմանագրեր և հավելվածներ (ինչը պետք է ներառվի)

Պայմանագիրը, ամենապարզ ձևով սահմանած, օրինական ուժի մեջ մտած պայմանագիր է երկու կամ ավելի կողմերի միջև, որը ցանկանում է խթանել ապրանքները կամ ծառայությունները: Պայմանագրի կնքումը պահանջում է երկու կամ ավելի անձանց փոխադարձ համաձայնությունը, որոնցից մեկը սովորաբար առաջարկում է, իսկ մյուսը ընդունում է:

Զբոսաշրջության պայմանագրային փաստաթղթերը ներառում են.

- Համաձայնագրի ձևը
- Պայմանագրի պայմանները
- Պայմանագրի տվյալներ
- Գներ, միջոցառումների ժամանակացույց, քանակական հաշվարկ
- Աշխատանքների մասին տեղեկատվություն
- Վայրի մասին տեղեկատվություն





Project funded by  
EUROPEAN UNION



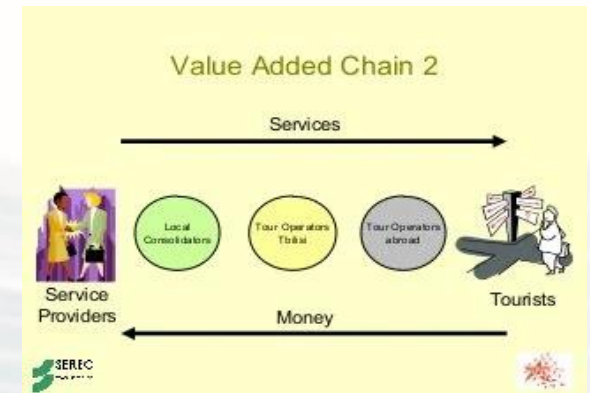
## Common borders. Common solutions.

### Ավելացված արժեք տուրօպերատորի համար

Ավելացված արժեքն այն լրացուցիչ հատկանիշն է կամ տնտեսական արժեքն է, որը զբոսաշրջային ընկերությունը ավելացնում է իր ապրանքներին և ծառայություններին՝ նախքան դրանք հաճախորդներին առաջարկելը:

Տուրօպերատորը կարող է մշակել այս ավելացված արժեքի բաղադրիչները.

- Անվճար սնունդ կամ ջուր:
- գրանցման տարբերակներ;
- «Սառույց կոտրելու» հարցեր;
- Քարտեզները կամ վիրտուալ հղումներն ուղարկվում են նախօրեին;
- Քաղաքը լավագույնս տեսնելու տարբերակներ;
- Տեսարժան վայրեր այցելելու խորհուրդներ և լավագույն վայրեր՝ կախված նրանց ճանապարհորդության երկարությունից:





Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Common borders. Common solutions.

### Գնագոյացում

Համաձայն UNWTO զբոսաշրջության տերմինների բառարանի՝ Գնագոյացումը որոշումների կայացման գործընթացն է՝ պարզելու, թե ինչ գին պետք է գանձվի տվյալ շրջագայության համար, երբ հայտնի լինեն ընդհանուր ծախսերը: Գնագոյացումը ներառում է նշագծման որոշում, մրցակցության ուսումնասիրություն և շրջագայության արժեքի գնահատում գանձվող գնի համար. գործառույթ, որը կատարում է գործառնությունների կառավարիչը: Հաճախորդներ գրավելու համար գնագոյացման ռազմավարություն մշակելիս պետք է հաշվի առնել զբոսաշրջային ընկերությունները (ներկայացնելով բոլորովին նոր ապրանքներ կամ ծառայություններ):

- Շուկա ներթափանցման գնագոյացում
- Պրեմիում գնագոյացում
- Գների շեղում
- Տնտեսական գնագոյացում
- Փաթեթային գնագոյացում
- Արժեքի վրա հիմնված գնագոյացում
- Դինամիկ գնագոյացում





Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Common borders. Common solutions.

### Փաթեթի ճանապարհորդության կանոններ

#### 1) Միջազգային կանոնակարգեր

Միջազգային կանոնակարգերի համաձայն՝ փաթեթային ճանապարհորդության կանոնակարգերը կառավարության կողմից ստեղծված կանոնակարգերի փաթեթ են՝ փաթեթային ճանապարհորդության հրահանգի ներքո, որը պաշտպանում է սպառողների ամրագրման փաթեթային արձակուրդները և ճանապարհորդական պայմանավորվածությունները:

#### 1) Ազգային կանոնակարգեր

Ազգային կանոնակարգերը և ազգային օրենսդիրները կարգավորում են զբոսաշրջության կառավարումը պետության, քաղաքապետարանների և զբոսաշրջության հետ կապված այլ սուբյեկտների միջև հարաբերությունների առումով: Կառավարությունները սովորաբար որոշում են զբոսաշրջության ոլորտում պետական քաղաքականությունը:







Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Common borders. Common solutions.

### Տուրօպերատորի դերն ու նշանակությունը

Չբուսաշրջային օպերատորները նշանակալի դեր ունեն և առանցքային գործոն են զբոսաշրջության ոլորտի հաջողության համար: Չբուսաշրջիկները հույսը դնում են զբոսաշրջային օպերատորների վրա՝ իրենց երազած արձակուրդները իրականություն դարձնելու համար, այդ իսկ պատճառով տուրօպերատորները ծառայությունները համարում են զբոսաշրջիկների գոհունակության ապահովման համար ստեղծված արդյունք:

#### 1) Պատասխանատվություն

Տուրօպերատորի հիմնական պարտականություններից է զբոսաշրջային փաթեթների և երթուղիների մշակումը տարբեր անհատ հաճախորդների և խմբերի համար: Նրանք ստեղծում են փաթեթային արձակուրդ՝ համատեղելով բոլոր տարրերը, ինչպիսիք են հյուրանոցը, օդանավակայանի տրանսֆերը, գործունեությունը, ռեստորանները, շրջագայությունները և այլն:





Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Common borders. Common solutions.

### Ծառայություն

Տուրօպերատորի հիմնական գործառույթն է կազմակերպել հաճախորդին մատուցվող ծառայությունները, փոփոխել զբոսաշրջային փաթեթները, տրամադրել զբոսաշրջային օգնություն, պայմանագիր կնքել և այլ վաճառողների հետ բանակցություններ վարել, կազմակերպել ժամանման և մեկնման ընթացակարգը: Բացի այդ, տուրօպերատորները պլանավորում և կազմակերպում են տեղական փաթեթային շրջագայություններ և սահմանում են շրջագայության գործառնական ուղեցույցներ, կառավարում են տուրիստական բյուջեն՝ ուղեկցելով զբոսաշրջիկներին, տրամադրում են շուկայի տեղեկատվություն, փաթեթի ծախսերի և գնի որոշում և բանակցում են զբոսաշրջային ապրանքների մատակարարների հետ, ինչպիսիք են հյուրանոցները, ավիաընկերությունները և տրամադրում են լավագույն հնարավոր գինը զբոսաշրջիկին:





Project funded by  
EUROPEAN UNION



## Common borders. Common solutions.

### իրական փորձի ապահովում

Նպատակակետի փորձը այցի հիմնական բաղադրիչն է և սովորաբար ներառում է տարբեր տեսակի ծառայություններ և գործողություններ (օրինակ՝ տեսարժան վայրեր, ժամանց, գնումներ, կացարան և տեղային ճանապարհորդություններ), ինչպես նաև տեղական բնակչության հետ շփման տարբեր մակարդակներ: Այնուհետև, փորձը վերապրվում է գրույցների և հիշողությունների մեջ, ինչպես նաև կիսվելով լուսանկարներով, տեսանյութերով և հուշանվերներով: Հաճախորդի հետ ավելի մարդկային մակարդակով կապվելը կարող է ամրապնդել և խորացնել ձեր ապրանքանիշի հարաբերությունները հաճախորդի հետ՝ հանգեցնելով իրական և չափելի գործունեության բարելավման:





Project funded by  
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

# Շնորհակալություն

Հարցեր

