

# Пряма і опосередкована схема організації туристичного продукту: переваги та недоліки



- При організації планованого туру передусім необхідно визначити спосіб організації туристського продукту. Вибір способу реалізації туру залежить насамперед від типу туроператора, а точніше - від того, яким видам туризму він віддає перевагу: внутрішньому, в'їзному чи виїзному.
- Відправляючий туроператор, як найбільш складний вид туроператора має дві схеми організації турів: перша - безпосередній контакт з постачальниками всіх туристичних продуктів, що беруть участь в туристичному пакеті, і організація турів за участю посередника - приймаючої туроператорської компанії (meet-компанії).



- Пряма організація турів - контакт відправляючого туроператора зі всіма постачальниками туристичних продуктів: транспортом, засобами розміщення, екскурсійними бюро, дозволеними організаціями та ін.
- Для прямої організації турів необхідні:
- відмінне володіння працівниками туроператора всією інформацією про особливості роботи постачальників туристичних продуктів;
- - особисті зв'язки менеджменту туроператора з керівництвом компаній постачальників туристичних продуктів (транспортом, готельєрами, аніматорами та ін.);
- - володіння іноземними мовами;
- - наявність можливостей легального переведення грошових коштів закордон.



- Перевагами "прямої" схеми організації роботи відправляючого туроператора є:
- - можливості укладення вигідних договорів оператора і хотельєрів (що мають на увазі значні знижки за оптові покупки номерів на туристичний сезон), оператора і транспорту (фрахт транспортного засобу);
- - безпосередня відповідальність туроператора за якість продуктів, що продаються їм;
- - відсутність необхідності переплачувати за посередницькі послуги іноземним партнерам.

- Негативні наслідки під час організації "прямої" схеми роботи на відправляючому туроператорі:
  - - необхідність володіти колосальною інформаційною базою (щодо всіх засобів розміщення в асортименті оператора, анімаційних і екскурсійних фірм, транспорту), що, поза сумнівом, вимагає від туроператора значного штату працівників;
  - - необхідність відряджень у курортні місцевості (з метою укладення договорів про співпрацю з місцевими підприємствами - постачальниками туристичних продуктів), що істотно підвищує витрати оператора;
  - - необхідність міжнародних переказів грошових коштів;
  - - необхідність зважати на специфіку роботи персоналу зарубіжних фірм - постачальників туристичних продуктів;
  - - необхідність високих витрат в організації турів;
  - - відсутність гарантії того, що номери, викуплені оператором як блок або оренда готелю, з успіхом не продаються на місці хотельєром. З метою контролю над реальним станом викупленого номерного фонду зарубіжних готелів потрібна наявність постійного представника туроператора на курорті, що вимагає зростання витрат оператора.

- Опосередкована організація турів відрізняється від прямої появою у відносинах між туроператором і зарубіжними постачальниками туристських послуг якогось посередника, яким в даний час виступають так звані meet-компанії, зарубіжні оператори, що спеціалізуються на прийомі туристів (рецептивні туроператори). З огляду на те, що приймаюча туроператорська компанія розташована безпосередньо на курортах або в туристичних центрах, або має там своїх представників, а її працівники - громадяни іноземної держави, можна припустити, що рівень інформованості їхнього персоналу в порівнянні з працівниками відправляючого туроператора значно вища. Крім того, приймаючі туроператорські компанії зазвичай включають у туристичний продукт не тільки розселення в готелях курорту, але й організацію логістики з аеропорту і назад, екскурсійну і культурну програму, тобто так зване наземне обслуговування. Це приводить до значного спрощення в'їзного туроперейтингу.

- До переваг організації роботи туроператора за допомогою туристичного продукту приймаючої туроператорської компанії можна віднести:
- поточну інформацію про пропозиції готельєрів, наявність місць, опис готелів та ін., яка виходить від одного джерела (приймаючі туроператорські компанії), що істотно полегшує роботу менеджерів оператора;
- - роботу з приймаючою туроператорською компанією, що обіцяє значно менші витрати, ніж пряма організація турів (немає необхідності в тривалих і частих телефонних переговорах, відрядженнях та ін.);
- - визначення єдиної відповідальної за якісне надання сплачених оператором продуктів особи;
- - економічну вигоду - можливість набувати туристичного продукту і "наземного обслуговування" у великих зарубіжних приймаючих туроператорів, які, внаслідок наявності у них жорстких блоків місць у ряді місцевих готелів мають значні знижки на продукти готельєрів. Часто придбання продуктів готелю безпосередньо виходить значно дорожчим, ніж під час покупки їх у приймаючої туроператорської компанії;
- - спрощення або значне полегшення процедури міжнародних переказів валюти.

- ▣ Недоліками співпраці туроператорів, які відправляють, і туроператорів, які приймають, під час організації зарубіжних турів прийнято вважати дорожчання пропонованих постачальниками продуктів.



- Незважаючи на всі недоліки, схема роботи туроператорів з організації та реалізації закордонних турів через посередника на сучасному ринку найбільш поширена. Саме до такої схеми вдаються більшість туроператорів, що працюють на масових і популярних напрямках. Тоді як схема прямої організації турів типова для туроператорів, що працюють на індивідуальних напрямках.

