ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СОВРЕМЕННОГО ОТЕЛЯ И ТУРОПЕРАТОРА

Функции туроператора

Туристический оператор — активный субъект туристического рынка, непосредственно участвующий в планировании, разработке, продвижении и реализации туристического продукта с коммерческими целями

Основной задачей любого туроператора становится <u>планирование предстоящего</u> тура, то есть создание упорядоченного по времени, отвечающего требуемому и ценному для туриста составу и качеству графика предоставления заявленных услуг.

Функции:

- ценообразования на туристическом рынке
- продвижения туристического продукта
- информативная функция
- новаторская функция
- бюджетообразующая
- интегрирующая функция
- операторское лобби

Функция ценообразования на туристическом рынке

Возможности каждого туроператора в сфере ценообразования различны и определяются целым рядом как субъективных, так и объективных факторов. Прежде всего, это объемы работы оператора. Крупные туристические операторы при любых условиях являются законодателями цен на туристических рынках.

Функция продвижения туристического продукта

Является важней шей формой маркетинговой активности туроператора. В целях достижения максимальной рентабельности туристического проекта выступает наиболее туроператор заинтересованной в распространении всех видов информации о нем стороной, применяя в практике как можно большее инструментов рекламы, число стимулирования продаж.

Информативная функция

Проявляется в том, что в ходе разработки, продвижения, реализации туров оператор распространяет на рынке все возможные данные, зачастую малоизвестные, либо вообще ранее не известные, полученные в результате кропотливой работы туроператора как со вторичными источниками информации, так и в ходе командировок и ознакомительных поездок.

Новаторская функция

Выражает стремление любой коммерческой организации к выживанию в изменяющихся рыночных условиях, требующее перманентного мониторинга конъюнктуры туристического рынка модификации своевременной существующего или создание принципиально нового турпродукта, максимально отвечающего существующим потребностям туристов, многоуровневая продажа которого не потребует кардинальных структурных изменений в работе агентской сети.

Бюджетообразующая функция

Данную функцию не могут не выполнять предприятиями с довольно крупным оборотом денежных средств, со значительным штатом работников, туристические операторы. Операторы, занимающие лидирующее положение на туристическом рынке региона, обеспечивают солидные денежные поступления в бюджеты этих регионов или государств за счет налоговых сборов, в том числе, инкаминговые операторы валютных поступлений, формирующихся за счет сбережений граждан как родного так и других государств.

Интегрирующая функция

Состоит в способности туроператора прямо или косвенно определять принципы внешней политики стран, их приоритеты и курс на мировой внешнеполитической арене. Являясь не только формой внешнеэкономических связей, но эффективным средством культурного, социального, научного обмена, международный туризм зачастую способен сделать больше, чем дипломатические переговоры на самом высоком уровне.

Операторское лобби

Из числа функций, приобретенных туроператорами совсем недавно, характерных в большей степени для постиндустриальных экономических систем, можно выделить данную функцию. Eë смысл имеет много общего с политическим толкованием данного термина. Туроператоры получили реальную возможность оказывать давление на прямо косвенно зависящие от его функционирования предприятия других сфер экономики.

Виды туроператоров

- аутгоинговый
- инкаминговый
- инсай динговый

Аутгоинговый туроператор

Специализируется на разработке, продвижении и реализации выездных международных туров, то есть путешествий граждан своей страны за ее пределы. Это наиболее сложный, требующий приложения наибольших усилий И капиталовложений ВИД туроперей тинга.

Инкаминговый туроператор

Туроператор по разработке, продвижению и организации туров на территории собственной страны для иностранных граждан. Именно инкаминг для властей наиболее является направлением приоритетным туроперей тинга, поскольку от его развития напрямую зависит валютных поступлений в экономику страны-реципиента, ситуация на рынке рабочей силы, уровень развития инфраструктуры.

Инсай д-туроператор

Вид туроперей тинга, планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт — то есть туры по территории своей страны для своих Инсай д-туроперей тинг сограждан. базируется туристическом на своей потенциале страны, ориентирован удовлетворение на потребностей своих туристических сограждан.

Виды взаимоотношений туроператора и хотельера

- Аренда отеля
- Покупка блока мест на основе комитмента
- Покупка блока мест на основе элотмента
- Безотзывное бронирование
- Работа на условиях повышенной комиссии
- Приоритетное бронирование
- Работа по разовым заявкам

Аренда отеля

Аренда гостиничного предприятия является признаком наиболее развитого туроперей тинга, поскольку решивший ся на столь рискованное предприятие оператор должен не только обладать довольно солидными финансовыми ресурсами, необходимыми оформление договора аренды гостиницы, но и иметь реальные возможности для эффективной и как можно более скорой продажи комнат в течении срока аренды.

Аренда отеля – обмен права хотельера на пользование гостиничными номерами на уплачиваемую туроператором (разово или периодически) сумму арендной платы.

Факторы, влияющие на размер арендной платы:

- класс отеля, его месторасположение и популярность;
- □ категории арендуемых гостиничных номеров;
- празмер номерного фонда арендуемого отеля;
- □ срок аренды;
- 🛮 условия оплаты арендной платы хотельеру;
- оговоренное количество и качество дополнительных услуг;
- динамичность предлагаемого туроператором графика заезда постояльцев;
- степень участия туроператора в усовершенствовании гостиничного сервиса.

Способы реализации номеров туроператором:

- в составе собственных турпакетов;
- включение в туры других туроператоров;
- реализация непосредственно при самом отеле.

Покупка блока мест на условиях комитмента

Это наиболее распространенная форма работы туристического оператора и отеля. Прежде всего ее популярность объясняется гораздо меньшими, по сравнению с арендой отеля расходами и риском туроператора. В случае приобретения блоков мест оператор имеет возможность выбирать количество комнат, риск за продажи которых он готов принять на себя, регулируя его, основываясь на собственном опыте работы, возможности продаж, эффективности функционирования своей агентской сети.

Блок мест — количественно и временно ограниченная совокупность кой комест в отеле, материальную ответственность за продажу которых перед хотельером несет туристический оператор.

Блок мест имеет следующие характеристики:

- 🛮 количество номеров и их категория;
- □ длительность блока мест;
- размер дисконта, предоставляемый хотельером

Виды блоков мест

По условиям продажи:

- □ свободно фиксированные;
- 🛘 строго фиксированные.

В зависимости от степени принимаемого туроператором риска:

- □ жесткий блок;
- □ мягкий блок.

В зависимости от размера приобретаемых блоков:

- □ эксклюзивные
- (размер блока превышает половину номерного фонда отеля);
- □ крупные
- (размер блока 30—50% номерного фонда отеля);
- □ значительные
- (размер блока 15—30% номерного фонда отеля);
- □ незначительные
- (до 15% номерного фонда).

Комитмент-условия приобретения блоков комнат состоят в полной или частичной (не менее 50%) предоплате заявленного количества номеров непосредственно перед сезоном, также в практической невозможности туроператора отказаться заявленного блока до истечения срока комитмента.

Факторы, влияющие на размер дисконта:

- длительность блока мест;
- категория и популярность отеля;
- перечень и качество дополнительных услуг;
- вид, срок оплаты комитментов.

Покупка блока мест на условиях элотмента

отличие от комитмента, в случае элотмента оператор заявляет о размерах и длительности собственного блока мест, однако оплачивает не его предварительно, а получает возможность вносить оплату хотельеру непосредственно перед каждым заездом поставляемых туристов.

Работа на условиях безотзывного бронирования

Смысл ее состоит в резервировании туроператором определенного количества комнат на сравнительно небольшой временной период с указанием в заявке край него срока оплаты брони. При этом отказ туроператора от забронированных номеров без уплаты им штрафных санкций невозможен.

Гарантии своевременной оплаты брони не позднее указанного в заявке на резервирование срока подкрепляются соответствующим <u>гарантий ным письмом</u>.

Виды безотзывного бронирования:

• строго фиксированное бронирование

резервирование комнат на конкретные даты без возможности туроператора изменять даты или длительность заездов;

• пролонгируемое бронирование

туроператор имеет возможность перенести на более поздний срок даты заезда без уплаты хотельеру штрафных санкций.

Работа на условиях повышенной комиссии

Отличительная черта работы на условиях повышенной комиссии — это резервирование и оплата комнат под конкретного, согласного с условиями тура, внесшего предоплату или даже полностью оплатившего стоимость услуг клиента туроператора. Это исключает риск в работе туроператора, хотя и значительно сокращает размеры скидок хотельера.

В этих случаях принято говорить не о дисконте, а о простом комиссионном вознаграждении оператора со стороны хотельера.

Комиссионное вознаграждение (комиссия)

есть определенный размер (обычно в процентном выражении) стоимости номера, устанавливаемый хотельером, формирующий доход туроператора с каждого проданного кой ко-места.

Работа на условиях повышенной комиссии уместна, если:

- услуги данного отеля входят в состав индивидуальных туров;
- отель имеет высочай шую популярность среди туристов;
- средняя стоимость услуг отеля чрезвычай но высока.

Прогрессивная комиссия - размер комиссионного вознаграждения увеличивается в зависимости от объема продаж

Виды:

- □ нарабатываемая
 - без обратной силы
 - имеющая обратную силу
- □ стартовая

Работа на условиях приоритетного бронирования

Хотельер рассматривает подтверждает заявки оператора вне очереди и с максимальным приоритетом, в том числе в ущерб интересам других туроператоров, имеющим в этой гостинице забронированные, но неоплаченные комнаты.

словиях стандартной

комиссии

Это наиболее примитивная форма сотрудничества отеля и оператора, не связанная ни с принятием оператором определенных обязанностей ни с предоставлением риска, хотельером дополнительных скидок. Резервирование номера оператором происходит под желания конкретного клиента, либо внесшего предоплату, либо оплатившего гостиничную услугу полностью.

Способы работы:

- с оплатой услуг туроператору (туроператор перечисляет оплату хотельеру, оставляя себе комиссию);
- с оплатой услуг на месте (после оплаты клиентом услуги хотельер перечисляет комиссию на счет туроператора).