

## ДИНАМИЧЕСКОЕ ПАКЕТИРОВАНИЕ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ТУРОПЕРЕЙТИНГА

к. э. н. Нагай Н. Г.

*Российская Федерация, г. Шахты,  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства  
(филиал Донского государственного технического университета)*

**Abstract.** *This article describes problems of development of the tourist services market in Russia. The distinctive features of development of the Internet technologies shaping the market trends of the tourism industry all over the world are analyzed. The article reveals and proves necessity of new technologies integration into tourism activity in order to overcome the economic crisis consequences. It shows that use of dynamic packaging will allow to eliminate risks of setting quotas for housing and transportation of tourists, to provide the customer guarantee of delivering services, to broaden tourist product offering. The analysis of the experience of dynamic tour packaging in the Western European countries and the USA enables the author to estimate prospects for development of the practice in Russia and to state its fundamental advantages for all participants of the tourist market.*

**Keywords:** *e-commerce, dynamic pricing, dynamic packing, virtual tour operating, technologies of a tour operating*

В настоящее время в отечественном туристском бизнесе активно ведется работа по продвижению на рынок, так называемого, динамического пакетирования туров. Это новая для нашего рынка технология формирования и реализации турпродукта путем обращения непосредственно к ресурсным системам авиакомпаний, отелей и агрегаторов туристских услуг.

Специалисты профессионального сообщества обсуждают влияние на рынок внедрения данной технологии, ее преимущества для агентств и туристов.

Следует отметить, что технология динамического пакетирования появилась в Америке и в Европе более десяти лет назад. В последнее время доля динамических пакетов составляет половину объема турпродукта, продаваемого на европейском рынке.

Ввиду своей высокой технологичности и субституции (взаимозаменяемости) основных услуг, входящих в тур, данный продукт идеально подходит для онлайн бронирования. В Европе реализация туров онлайн растет преимущественно за счет динамически сформированных пакетов.

Динамически сформированные пакеты имеют ряд существенных преимуществ относительно классических туров. В ходе опроса туристов, проведенного London Economics в 17 европейских странах были названы следующие преимущества динамичного пакетирования: 53% пользователей отметили большую гибкость при планировании, 50% оценили возможность сэкономить, 25% сообщили, что они купили пакеты на те направления, где не были доступны традиционные туры [2].

У крупных европейских туроператоров по данным PhoCusWright доля динамических пакетов в 2013 году была ниже средней по рынку – Thomas Cook – 20%, TUI – 10%, FTI, четвертый по величине туроператор – 24%. Однако, по заявлениям этих компаний, динамическое пакетирование позволило расширить ассортимент, повысить эффективность, выйти на новые потребительские сегменты, а также увеличить долю продаж онлайн.

Одной из основных тенденцией европейского рынка стало массовое появление виртуальных туроператоров, занимающихся исключительно динамическим пакетированием. Наиболее известные на рынке Германии JT Touristik и Vtours. По данным PhoCusWright из 140 немецких туроператоров 30 были полностью виртуальными уже в 2012 году.

Для успешного развития динамического пакетирования в России уже существует ряд предпосылок.

За последние годы количество отечественных пользователей сети выросло и превысило 80 миллионов человек. Интернет-аудитория активно использует глобальную сеть для планирования и организации путешествий. По мнению экспертов, рынок туристских онлайн услуг является одним из самых динамично развивающихся секторов электронной коммерции. В

2014 году он вырос на 43% и составил 279 млрд рублей. Почти половина россиян, осуществивших туристские поездки по России за последние два года, использовали Интернет для их организации и планирования [1].

Каждый третий рубль, потраченный иностранными туристами, и каждый десятый рубль, потраченный российскими гражданами в ходе туристских поездок по России, был израсходован с использованием Интернета.

Развитие интернет технологий является основой для формирования тенденций развития рынка туристской индустрии во всем мире, в том числе и в России.

Среди них следует выделить:

- глобализацию бизнеса;
- активное развитие транснациональных интернет ресурсов;
- сближение поставщиков туруслуг и потребителей;
- возникновение новых каналов дистрибуции;
- массовый выход офлайн предприятий в Интернет;
- изменение модели потребления: индивидуализация подхода в организации путешествия; применение мобильных приложений [2].

При этом наблюдается проявление конфликта интересов между поставщиками туруслуг и туристскими предприятиями в борьбе за потребителя:

- отмена агентских комиссий авиакомпаниями с целью сокращения издержек на дистрибуцию;
- программы лояльности для туристов, повышающих привлекательность прямого бронирования;
- цены на сайтах авиакомпаний нередко ниже блокчартерных.

В условиях синхронного кризиса, падения потребительского спроса бизнес традиционных операторов становится убыточным, низкая доходность турдеятельности не позволяет управлять рисками, связанными с производством оптового турпродукта.

В сложившихся условиях туристские предприятия должны интегрировать услуги и продукты, за которые готовы платить туристы, и которые им не может предоставить отдельно взятый поставщик, даже системообразующий.

Новые потребительские ценности необходимо создавать по следующим направлениям:

- расширение спектра дополнительных услуг;
- повышение качества после продажного сопровождения туриста;
- внедрение международных стандартов сервиса.

В сложившихся на отечественном рынке условиях одной из наиболее перспективных технологий может стать динамическое пакетирование туров – новая технология формирования и реализации турпродукта путем прямого обращения к ресурсным системам авиакомпаний, отелей и агрегаторов туруслуг. На данный момент в России динамическое пакетирование представляют три технологические платформы: BOOKINNA, United Travel и сервис Robinzon.travel. Разработчиком системы BOOKINNA выступает компания «Инна Тур». На данный момент партнерами по проекту выступают авиакомпании РусЛайн, Red Wings и компания OKTOGO Venture Club, Евросеть, Связной Трэвел, сеть отелей Marriot, компания УФС, Яндекс. Количество подключенных агентств – 1000, количество обслуженных туристов – 1 000 000 чел.

Платформу United Travel представляет одноименный международный онлайн туроператор со штаб-квартирой в Центральной Европе (г.Братислава). Среди преимуществ своей системы United Travel указывает аккредитацию IATA, прямые договоры с принимающими компаниями (DMC), крупнейшими мировыми консолидаторами/провайдерами отельного фонда и сетями отелей, авиакомпаниями, BSP, SITA, крупнейшими глобальными дистрибуторскими системами GDS (Sabre, Amadeus, Gabriel, Travelport Galileo, Wordspan, Сирена) и иными поставщиками услуг. Интернет сервис по динамическим турпакетам Robinzon.travel – является проектом туроператора «Питертур», лидера Северо-Западного региона по формированию туристских услуг на регулярных авиалиниях и продажи авиабилетов российских и зарубежных авиакомпаний. Robinzon.travel создан с использованием технологии Amadeus Web Services, обеспечивающей прямой доступ к источнику данных по всем тарифам, расписанию и наличию мест на рейсы свыше 480 авиакомпаний, представленных в глобальной системе бронирования Amadeus.

Важное значение новая технология имеет для расширения географии внутрироссийс-

кого турпродукта. Она позволяет довести до потребителя разрозненный ресурс небольших курортов, отдельных объектов размещения, которые сегодня никем не продвигаются на рынке в привычном для организованного туриста формате. Это решение делает доступными регионы, в которые невозможна организация чартерных программ.

В ближайшей перспективе динамические пакеты будут создаваться на базе железнодорожной перевозки, автобусного сообщения, что обеспечит максимальный доступ туристских объектов для организованных и самостоятельных путешественников.

Принципиально новая технологическая модель организации российской туристической индустрии обеспечит преимущества для всех участников российского рынка: от потребителей до поставщиков туруслуг (авиакомпаний, гостиниц).

Динамическое пакетирование туров по России позволяет увеличить рост числа путешествующих за счет включения ресурса российских объектов размещения в отраслевые поисковые системы, пользователями которых являются более 25 тысяч турагентств, традиционно специализирующихся на продаже пакетных туров. Кроме того, обеспечивается включение новых каналов продажи туров:

- глобальные поисковые платформы;
- официальные сайты авиакомпаний;
- онлайн агенты, продвигающие ресурс системы в интернете;
- сетевые ритейл проекты (Евросеть, Связной), сетевые банки;
- предприятия и организации, использующие ресурс для организации деловых и личных поездок сотрудников.

Интеграция в единую базу данных информации об объектах размещения как федерального, так и регионального уровня делает её доступной для миллионов российских граждан.

Таким образом, использование динамического пакетирования является технологической стратегией развития современного туроперейтинга, позволяющей исключить риски квотирования на размещение и перевозку туристов, обеспечить потребителю гарантию предоставления реализованных услуг, расширить ассортимент предлагаемого турпродукта.

Наряду с совершенствованием традиционных технологий, ряд операторов определяют для себя новый ресурс, используя уже функционирующие платформы динамического пакетирования и дополняя готовый контент своими предложениями, как посредством размещения, так и по транспортировке. Это обеспечивает существенное и своевременное расширение географии предложений с сохранением преимуществ в продвижении приоритетных направлений. Подобная стратегия преобразования туристского продукта может стать одним из способов сохранения туроператорского бизнеса в условиях острого кризиса, когда количество чартерных направлений значительно сократилось, а регулярная перевозка становится ключевой составляющей турпакетов.

Говоря о преимуществах рассматриваемой технологии для российских турагентств, можно отметить, что данное технологическое решение обеспечит:

- конкурентоспособность с международными интернет ресурсами туруслуг;
- повышение производительности труда сотрудников и эффективности деятельности компании в целом,
- оптимизацию и автоматизацию бизнес процессов турагентской деятельности;
- внедрение международных стандартов обслуживания потребителей.

Можно констатировать, что переориентация на динамическое пакетирование с использованием сайта с полноценным конкурентоспособным онлайн ресурсом откроет агентствам дополнительные возможности по сохранению бизнеса в кризисных условиях.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Цифровая революция в туризме: что делать? Инновационным технологиям нет альтернативы. Информационный портал «Российский туризм». [http://russiantourism.ru/experts-rt/experts-rt\\_15208.html](http://russiantourism.ru/experts-rt/experts-rt_15208.html)

2. Динамическое пакетирование туров – новая технологическая основа развития туризма в России. Пресс-релиз. Официальный блог туроператора ИННА ТУР. [http://blog.inna.ru/2015/06/19/dynamic\\_packaging/](http://blog.inna.ru/2015/06/19/dynamic_packaging/)