

К. В. Гурджиян,  
к. е. н., асистент кафедри маркетингу та реклами,  
Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

## ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ТУРИСТИЧНИМИ ОПЕРАТОРАМИ УКРАЇНИ

К. Gurdzhyian,  
Candidate of Economic Sciences, Assistant of the Department  
of Marketing and Advertising, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv

### INSTRUMENTS OF FORMING OF CUSTOMER LOYALTY BY TRAVEL OPERATORS OF UKRAINE

*Сучасний стан розвитку світового ринку туристичних послуг характеризується щорічним збільшенням кількості туристичних підприємств та розширенням номенклатури послуг, що ними пропонуються, загостренням конкурентної боротьби між ними, посиленням вимог ринку споживача, розширенням та задоволенням його потреб.*

*У статті відображено результати дослідження програм лояльності одинадцяти туристичних операторів України, проведено порівняльний аналіз їх B2D програм лояльності, визначено інструменти формування лояльності менеджерів туристичних агентств та фактори, які впливають на рівень комісійної винагороди туристичного агентства.*

*Оскільки, починаючи з 2010 року збанкрутувало шість великих туроператорів: "Карія Тур Юкрейн", "Зета", "Ерай Тур", "Ета Україна", "Проланд" та "Ньюз Тревел", значно підвищилися вимоги споживачів та турагентств до туроператорів. Саме тому особливу увагу слід зосередити на формуванні лояльності менеджерів та директорів туристичних агентств шляхом впровадження бонусних програм лояльності, які передбачають використання як цінових інструментів формування лояльності споживачів, так і товарних та сервісних.*

*Фактично більшість туроператорів впроваджують саме бонусні програми лояльності, але не приділяють належної уваги нефінансовому та нематеріальному заохоченню співробітників турагентств, які сприяють формуванню в них саме емоційної лояльності, що є надзвичайно актуальним в умовах кризи, фінансової нестабільності підприємств та, як результат, в умовах зниження рівня довіри до партнерів.*

*The current state of the global tourism market is characterized by an annual increase in the number of tourist enterprises and expanding the range of services they offer, sharpening of competition among them, increasing of the consumer market requirements, expansion and satisfaction of its needs.*

*The article shows the results of the research of loyalty programs of eleven tour operators of Ukraine, a comparative analysis of their B2D loyalty programs is done, the instruments of forming of loyalty of managers of travel agencies and the factors that affect the level of commission of travel agency are defined.*

*As, since 2010 six major touroperators went bankrupt ("Karya Tour Ukraine", "Zeta", "Eray Tour", "Etta Ukraine", "PROLAND" and "News Travel"), demands of consumers and travel agents to touroperators increased significantly. Therefore, special attention should be focused on building loyalty of managers and directors of travel agencies through the introduction of bonus loyalty programs, which involve the use of as price tools of formation of loyalty, so as product and service tools.*

*In fact, most touroperators introduce bonus loyalty programs, but do not pay enough attention to the non-financial and intangible encourage of employees of travel agencies that contribute to form exactly the emotional loyalty, that is extremely important in times of crisis, financial instability of business, and, as a result, of the decline of trust in partners.*

*Ключові слова: лояльність, інструменти формування лояльності споживачів, програми лояльності туристичних операторів.*

*Key words: loyalty, tools of forming of customer loyalty, principles of forming of customer loyalty.*

Сучасний стан розвитку світового ринку туристичних послуг характеризується щорічним збільшенням кількості туристичних підприємств та розширенням номенклатури послуг, що ними пропонуються, загостренням конкурентної боротьби між ними, посиленням вимог ринку споживача, розширенням та задоволенням

його потреб. Оскільки, починаючи з 2010 року збанкрутувало шість великих туроператорів: "Карія Тур Юк-рейн", "Зета", "Ерай Тур", "Ета Україна", "Пролад" та "Ньюз Тревел", значно підвищилися вимоги споживачів та турагентств до туроператорів, тому особливу увагу слід зосередити на формуванні лояльності менеджерів та директорів туристичних агентств [1].

Проблеми теорії та практики формування лояльності знайшли відображення у працях таких закордонних науковців, як Д. Аакер, К. Безу, Г. Беккер, А. Дік, Т.В. Євстигнєєва, А.В. Мартишев, А. Нейман, Л.Персі, Ф. Рейчхельд, Д.Р. Россітер, С. Сисоєва, Я. Хофмаер, А.В. Цисар та ін. В Україні проблемі формування лояльності споживачів переважно увагу приділяють маркетинго-логі-практики.

Основною метою даної статті є проведення порівняльного аналізу B2D програм лояльності туристичних операторів України з метою визначення інструментів формування лояльності менеджерів туристичних

агентств та факторів, які впливають на рівень комісійної винагороди туристичних агентств.

З метою виявлення інструментів, які фактично застосовуються для формування лояльності співробітників туристичних агентств до туристичних операторів, автором було проведено дослідження програм лояльності одинадцяти туристичних операторів, співпраця з якими є найбажанішою для турагентств та які визначені, як найбільш фінансово стабільні та комфортні у співпраці, а саме: TUI Ukraine / Туртесс Тревел, Tez Tour, Coral Travel, Пегас Туристик, Join Up!, Mouzenidis, MIBS Travel, Наталі Турс, TRG та Анекс тур (таблиця 1). Так, було визначено, що 55% досліджених туристичних операторів мають одну діючу програму лояльності, а 45% — дві одночасно діючі програми. Проаналізувавши умови програм лояльності цих туристичних операторів, було визначено, що всі, окрім TRG, впроваджують бонусні програми лояльності, але від стимулювання, умови отримання балів та заохочення в програмах відрізняються.

**Таблиця 1. Порівняльна характеристика B2D програм лояльності туристичних операторів України у 2014 році**

Туристичний оператор	Кількість одночасно діючих програм лояльності	Вид програми лояльності	Умови отримання балів, заохочення в програмі лояльності	Вид стимулювання в програмі лояльності	Умови використання бонусів
TRG	1	Дисконтна накопичувальна	Кількість відправлених туристів або обсяг продажів за період	Матеріальне: фінансове стимулювання (підвищення комісійної винагороди)	-
TUI Ukraine / Туртесс Тревел	2	Бонусна	Кількість туристів у бронюванні (1 турист = 1 бал)	Матеріальне: фінансове стимулювання (оплата особистих інфотурів та пакетних турів менеджера агентства)	1 бал = \$1. Використовувати бали можливо після накопичення 200 балів
		Клубна	Кількість відправлених туристів або обсяг продажів за період	Матеріальне: нефінансове (mystery shopping, безкоштовний директорський тур, безкоштовний переклад документів при оформленні візи) та нематеріальне стимулювання (пріоритет при підтвердженні участі в рекламних турах і інших подіях компанії, спеціальні (ексклюзивні) акції, індивідуальний підхід у вирішенні фінансових питань)	-
Tez Tour	1	Бонусна	Обсяг продажу в г.о. (5 бонусів за кожні \$100 продажів; 6 бонусів за кожні €100 продажів)	Матеріальне: фінансове стимулювання (знижки на проживання, рекламні тури, екскурсії та трансфер). Нематеріальне стимулювання (сертифікат учасника заохочувальної програми)	12 бонусів = \$1, 20 бонусів = €1
Coral Travel	2	Дисконтна накопичувальна	Кількість відправлених туристів або обсяг продажів у г.о. за період	Матеріальне: фінансове стимулювання (підвищення комісійної винагороди, знижки на власний відпочинок)	-
		Бонусна	Обсяг продажу в г.о. (6% від вартості туру до сплати)	Матеріальне: фінансове стимулювання (оплата особистих інфотурів та пакетних турів туристів)	1000 балів = \$100. Використовувати бали можливо після накопичення 1000 балів
Пегас Туристик	1	Дисконтно-бонусна	Раннє бронювання. Кількість відправлених туристів за період	Матеріальне: фінансове (підвищення комісійної винагороди) та нефінансове стимулювання (безкоштовний інфотур)	-
Join Up!	2	Дисконтна накопичувальна	Кількість відправлених туристів або обсяг продажів за період	Матеріальне: фінансове стимулювання (підвищення комісійної винагороди).	-
		Бонусна	Кількість відправлених туристів (1 турист = 1 бонус)	Матеріальне: фінансове (оплата особистих інфотурів та пакетних турів туристів) та нефінансове стимулювання (подарунки)	1 бонус = \$1, 1,5 бонуса = €1
Mouzenidis	1	Бонусна	Обсяг продажу в г.о. (0,5% від вартості туру до сплати)	Матеріальне: фінансове (оплата будь-яких послуг) та нематеріальне стимулювання (надаються інформаційні матеріали та фрейм з підбору турів для сайту агентства-партнера, проведення вебінарів, розміщення інформації про турагентство на сайті туроператора в розділі «Де Купити?»)	-
MIBS Travel	2	Дисконтна накопичувальна + Бонусна	Кількість відправлених туристів або обсяг продажів в у.о. за період	Матеріальне: фінансове (підвищення комісійної винагороди, знижка на інфотури), нефінансове (безкоштовна подорож) та нематеріальне стимулювання (розміщення контактів компанії на сайті туроператора у розділі «Де купити»)	-
		Бонусна	Кількість відправлених туристів (1 турист = 1 бал)	Матеріальне: фінансове стимулювання (оплата будь-яких послуг)	30 балів = сертифікат на суму €100, 50 балів = сертифікат на суму €200, 80 балів = сертифікат на суму €400
Наталі Турс	1	Бонусна	Обсяг продажу в г.о. (0,5% від вартості туру до сплати)	Матеріальне: фінансове стимулювання (оплата особистих інфотурів та пакетних турів)	-

Власне дослідження автора.

**Таблиця 2. Рівень комісійної винагороди туристичних ператорів України у 2014 році**

Туристичний оператор	Розмір базової комісійної винагороди	Фактори, які впливають на розмір базової комісійної винагороди
TUI Ukraine / Туртесс Тревел	8-15	Наявність «Знак Якості АЛТУ». Кількість відправлених туристів або загальна сума бронювань. Раннє бронювання. Тип туру (HOT SPO, SPO ALC (A La Carte))
Coral Travel	10-12	Наявність «Знак Якості АЛТУ». Кількість туристів у бронюванні або сума бронювання. Раннє бронювання
Пегас Туристик	8-12	Країна подорожі, бронювання он-лайн або офф-лайн
Анекс тур	10-14	Країна подорожі, кількість днів до початку туру
TPG	9	-
Join Up!	10	-
Mouzenidis	10-12	Кількість відправлених туристів
MIBS Travel	10	-
Наталі Турс	10-12	Встановлюється відповідно до обсягу продажів за період з 01.04 по 31.03 кожного року
	Круїзи - 15	-

Власне дослідження автора.

Більшість туристичних операторів нараховують бонусні бали після кожного здійсненого бронювання туру. Лише Пегас Туристик та MIBS Travel пропонують додаткове заохочення за кількість відправлених туристів протягом періоду дії програми лояльності. Туристичні оператори Tez Tour, Coral Travel, Mouzenidis та Наталі Турс на-

**Таблиця 3. Програма лояльності Tui Ukraine / Туртесс Тревел у 2014 році**

Ознака	Характеристика програми лояльності Tui Ukraine / Туртесс Тревел	
Кількість одночасно діючих програм лояльності	2	
Термін дії програми лояльності	01.04.2014 - 30.09.2014	01.10.2013 - 30.09.2014
Вид програми лояльності	Бонусна	Клубна
Умови вступу до програми лояльності	Бали нараховуються всім агентствам (крім мережевих агентств, що працюють через ЦО) при бронювання рекомендованих готелів в online-системі	Умови для участі в програмі GOLD CLUB: Київські агентства (>350 чол. або оборот > \$300), регіональні агентства (>250 чол. або оборот > \$200000). Умови для участі в програмі SILVER CLUB: Київські агентства (>200 чол. або оборот > \$200000), агентства у містах вильоту (>150 чол. або оборот > \$150000), інші регіональні агентства (>100 чол або оборот > \$100000)
Умови отримання балів, заохочення в програмі лояльності	Кількість Балів відображається при підборі туру і зазначено за кожного туриста в пакеті. 1 бал = \$1	-
Послуги, на які розповсюджується програма лояльності	Бали нараховуються тільки на турпакети з авіаперельотом. Бали не нараховуються у разі: бронювання заявок за індивідуальним прорахунком або за добовими тарифами, на заявки, зроблені по факсу або е-мейл, та за інфантів	Програма лояльності діє по всім напрямкам компаній TUI Ukraine і Turtess Travel
Послуги, на які розповсюджується програма лояльності	Бали нараховуються тільки на турпакети з авіаперельотом. Бали не нараховуються у разі: бронювання заявок за індивідуальним прорахунком або за добовими тарифами, на заявки, зроблені по факсу або е-мейл, та за інфантів	Програма лояльності діє по всім напрямкам компаній TUI Ukraine і Turtess Travel
Вид стимулювання в програмі лояльності	Матеріальне: фінансове стимулювання. Для оплати особистих інфотурів менеджера агентства, пакетного туру (до 50% вартості туру). Балами не можна оплачувати консульські збори. Балами не можна оплачувати авіаквитки, що не входять в турпакет. У разі несвочасної оплати заборгованості по курсовій різниці бали списуються автоматично	Матеріальне: нефінансове та нематеріальне стимулювання. Переваги Gold Club: mystery shopping (на вимогу агентства), безкоштовний директорський тур в перебігу звітного періоду (дати і напрямки на розсуд оператора), пріоритет при підтвердженні участі в рекламних турах і інших подіях компанії, безкоштовний переклад документів при оформленні візи (документи для перекладу повинні бути надані не пізніше ніж за 3 дні до подачі в посольство), консьєрж-сервіс в офісі, спеціальні (ексклюзивні) акції, індивідуальний підхід у вирішенні фінансових питань. Переваги Silver Club: знижка на участь в рекламних турах компанії (\$200 для агентств м. Київ, \$150 для агентств з міст вильоту, \$100 для агентств з інших регіонів), спеціальні (ексклюзивні) акції, індивідуальний підхід у вирішенні фінансових питань
Умови використання бонусів	1 бал = \$1. Бали можна використовувати тільки при первинному накопиченні в рамках одного періоду мінімальної суми: 200 балів - для агентства м. Києва; 100 балів - для агентств інших міст	Знижка може бути використана 1 раз на рік, не підсумовується і не переноситься на наступний звітний період. У разі якщо вартість інформаційного туру менше розміру знижки, сума самої знижки буде зарахована у повному обсязі
Строк використання бонусів	Накопичені бали за період Літо 2014 можуть бути використані не пізніше 31.03.2015	н/д

Власне дослідження автора.

Таблиця 4. Програма лояльності Tez Tour у 2014 році

Ознака	Характеристика програми лояльності Tez Tour
Кількість одночасно діючих програм лояльності	1
Термін дії програми лояльності	Безстрокова
Вид програми лояльності	Бонусна
Умови вступу до програми лояльності	Відкриття агентського рахунку можливе в агентстві, де працює 2 і більше бонусних учасника. Стати учасником програми може кожен менеджер туристичного агентства, який зареєструвався on-line
Умови отримання балів, заохочення в програмі лояльності	Кількість нарахованих бонусів визначається з розрахунку 5 бонусів за кожні \$100 продажів; 6 бонусів за кожні €100 продажів. 20% балів нараховується на агентський бонусний рахунок, 80% на рахунок Івіа пере учасника. Після вильоту туристів нараховані бонуси переходять в розряд актуальних бонусів. Кількість використаних бонусів віднімається тільки з розряду актуальних
Послуги, на які розповсюджується програма лояльності	Бали нараховуються тільки на стандартні тури
Вид стимулювання в програмі лояльності	Знижки на проживання, знижки на рекламні тури, оплата екскурсій та підвищеного класу трансферу, сертифікат учасника заохочувальної програми TEZ BONUS
Умови використання бонусів	12 бонусів = \$1, 20 бонусів = €1. Умови використання бонусів з рахунку менеджера залежать від досягнутого ступеня (Додаток В). Для менеджерів, які не є учасниками програми TEZ BONUS, компанія TEZ TOUR надає можливість використовувати бонуси на оплату або часткову оплату рекламних турів від TEZ TOUR з рахунку Івіа пере учасника (при його письмовій згоді) в співвідношенні: 20 бонусів = \$1, 30 бонусів = €1
Строк використання бонусів	Для бонусів, нарахованих до 31.12.2013, термін придатності обмежується 01.01.2015 року

Власне дослідження автора.

раховують додаткові бали в залежності від обсягу продажу в г.о., а TUI Ukraine/ Туртесс Тревел, Join Up! та MIBS Travel — за кожного відправленого туриста. Усі туристичні оператори пропонують учасникам бонусних програм лояльності не тільки підвищення комісійної винагороди, але і інше фінансове стимулювання, а саме: надання знижки на оплату інфотурів та власного відпочинку. 45% досліджених туристичних операторів (Tez Tour, TUI Ukraine/ Туртесс Тревел, Mouzenidis, MIBS Travel) впроваджують нематеріальне стимулювання учасників програм лояльності та лише третина туроператорів пропонує нефінансове стимулювання (Пегас Туристик — безкоштовний

інфотур, MIBS Travel — безкоштовну подорож, а Join Up! — подарунки).

Серед усіх туроператорів програма лояльності відсутня лише у Анекс тур. Але слід зазначити, що саме Анекс тур надає турагентствам найвищий рівень комісійної винагороди, яка складає від 10% до 14% (табл. 2). Рівень комісійної винагороди у Анекс тур залежить від країни подорожі та кількості днів до початку туру. У TPG, Join Up! та MIBS Travel розмір базової комісійної винагороди є однаковим для всіх турагентств. Серед усіх туроператорів найнижчий рівень базової комісійної винагороди (9%) надає TPG.

Таблиця 5. Загальна характеристика програми лояльності Coral Travel у 2014 році

Ознака	Характеристика програми лояльності Coral Travel	
Кількість одночасно діючих програм лояльності	2	
Термін дії програми лояльності	01.04.2014 - 30.09.2014	
Вид програми лояльності	Дисконтна накопичувальна	Безстрокова (з 1.11.2009)
Умови вступу до програми лояльності	Будь-яке агентство	Бонусна
Умови отримання балів, заохочення в програмі лояльності	Досягнення кількості відправлених туристів або обсягів продажу у грошовій сумі, зазначених у Додатку Д. Розмір комісії знижується (до 2%) за наступних умов: при невиконанні зазначених у Додатку Х мінімальних обсягів продажів з 01.10.2013 по 30.06.2014, при зниженні якості обслуговування клієнтів, використання пароля on-line третіми особами, за відсутності продажів протягом 2-х місяців	Будь-який співробітник туристичного агентства
Послуги, на які розповсюджується програма лояльності	Не враховуються: тури за спеціальними цінами (групи, корпоративні заявки і т.д.), замовлення на авіаквитки, рекламні тури, анульовані тури і оплачені штрафні санкції, діти до 2 років (інфанти)	За кожен заброньований тур нараховуються «Віртуальні бали» з розрахунку 6% від вартості туру до оплати. Наступного дня після завершення туру бали змінюють свій статус з «віртуальних» на «реальні» і переміщуються в графу «бали для використання».
Вид стимулювання в програмі лояльності	Підвищення комісійної винагороди (1% - 3%). Додаткові одноразові знижки на власний відпочинок для директорів і співробітників агентства	Бали нараховуються тільки на пакетні тури, заброньовані онлайн, з вильотом з України. Бали не нараховуються на доплати: візи, страховки від невильоту, доплати за авіапелет
Умови використання бонусів	-	Використовувати бали агентством або його співробітником можливо після накопичення 1000 балів (графу «Бали для використання») на кожному з логінів, бали яких планується використовувати. 1000 балів = \$100
Строк використання бонусів	н/д	Якщо протягом 18 місяців накопичена сума балів на одного менеджера становить менше 1000 балів, бали анулюються. Накопичені 1000 балів і більше на одного менеджера зберігаються протягом 12 місяців, а після закінчення зазначеного періоду будуть анульовані

Власне дослідження автора.

Таблиця 6. Загальна характеристика програми лояльності Mouzenidis у 2014 році

Ознака	Характеристика програми лояльності Mouzenidis
Кількість одночасно діючих програм лояльності	1
Термін дії програми лояльності	27.04.13 - 05.10.14
Вид програми лояльності	Бонусна для менеджерів "0,5%"
Умови вступу до програми лояльності	Менеджер агентства повинен персонально зареєструватися в системі онлайн бронювання і створити свій особистий кабінет менеджера
Умови отримання балів, заохочення в програмі лояльності	За кожен заброньований тур нараховується бонус з розрахунку 0,5% від вартості туру до сплати. Нараховані бонуси зараховуються на рахунок менеджера після бронювання туру і оплати 50% його вартості. Нараховані бонуси переходять в розряд активних за умови 100% оплати і на наступний день після дати заїзду по туру. За шоп-турам бонуси стають активними після виконання зобов'язань
Послуги, на які розповсюджується програма лояльності	Поширюється на всі тури, які включають послуги: авіапереліт і проживання в готелі. Учасники туру - тільки дорослі туристи (старше 12 років). Не поширюється на інфотури, авіаквитки і тури за спеціальними разовими акціями компанії. Поширюється на всі групові заявки, якщо вони розраховані за базовими цінами, опублікованими он-лайн
Вид стимулювання в програмі лояльності	Активні бонуси можуть бути використані для оплати будь-яких послуг: наступних турів даного турагентства, власного проживання, інфотуру, окремих послуг, таких, як: авіапереліт, віз, проживання і т.д. Всім турагентствам безкоштовно надаються: матеріали в електронному вигляді для створення на сайті агентства-партнера повноцінного розділу по Греції, проведення навчальних семінарів в офісі турагентства, проведення індивідуального вебінару для турагентства, надання фрейма з підбору турів і фрейма за описом туристичного продукту (готелів, турів, екскурсій) для розміщення на сайті турагентства, розміщення інформації про турагенції на сайті туроператора в розділі «Де Купити?» - при досягненні рівня продажів від 5 осіб і більше
Умови використання бонусів	Максимальна сума реалізації активного бонусу не може перевищувати 50% вартості оплачуваного туру або послуги. Активні бонуси різних менеджерів не можуть підсумовуватися для оплати заявок. На оплату одного туру можуть бути реалізовані активні бонуси тільки одного менеджера
Строк використання бонусів	Активні бонуси можуть бути використані менеджером турагентства в будь-який момент

Власне дослідження автора.

Найбільш диверсифікованою є комісійна винагорода, яку пропонує TUI Ukraine / Туртесс Тревел для своїх партнерів. Так, розмір винагороди цього туроператора коливається від 8% до 15%. Серед факторів, які впливають на розмір базової комісійної винагороди TUI Ukraine/ Туртесс Тревел, є наявність "Знаку Якості АЛТУ", кількість відправлених туристів або загальна сума бронювань протягом певного періоду, кількість днів до початку туру та тип туру ("HOT SPO", "SPO ALC (A

La Carte)"). Серед усіх туроператорів лише Пегас Туристик надає додаткову комісію за бронювання турів онлайн. В свою чергу кількість туристів у бронюванні або сума бронювання мають значення лише при бронюванні турів Coral Travel.

Слід зазначити, що деякі туристичні оператори пропонуються турагентствам одночасно участь у двох програмах лояльності, а саме: TUI Ukraine / Туртесс Тревел, Coral Travel, Join Up! та MIBS Travel. Усі туристичні

Таблиця 7. Загальна характеристика програми лояльності MIBS Travel у 2014 році

Ознака	Характеристика програми лояльності MIBS Travel	
Кількість одночасно діючих програм лояльності	2	
Термін дії програми лояльності	01.04.14 - 31.10.14	01.04.2014 - 31.10.2014
Вид програми лояльності	Дисконтна накопичувальна + Бонусна	Бонусна
Умови вступу до програми лояльності	Туристичні агентства, що мають діючий агентський договір	Необхідно бути менеджером агентства, у якого укладено договір з туристичним оператором, і отримати особистий доступ в систему «On-line» бронювання
Умови отримання балів, заохочення в програмі лояльності	Кількість відправлених туристів або обсяг продажів в у.о. за період	1 турист = 1 бал
Послуги, на які розповсюджується програма лояльності	За оборот приймається сума заявок, оплачених туроператору за вирахуванням агентської комісії. При розрахунку бонусного рівня враховуються всі дорослі туристи і діти старше 2-х років. У програмі не враховуються: тури, заброньовані за індивідуально обумовленими цінами, ознайомчі (рекламні) тури для менеджерів турагентств і т.д.; замовлення авіаквитків без проживання; анульовані тури і оплачені штрафні санкції	н/д
Вид стимулювання в програмі лояльності	Підвищення комісійної винагороди (1-4%). Розміщення контактів компанії на сайті туроператора у розділі «Приватним особам - «Де купити» з подальшою рекламою на туристичних порталах і в соціальних мережах. Знижка 50% на участь у рекламному турі в екзотичній країні. Візова підтримка співробітників агентства і їх родичів. Подорож на 2 особи до Греції з перельотом в кінці літнього сезону 2014, в готель 5*	30 балів = сертифікат на суму €100, 50 балів = сертифікат на суму €200, 80 балів = сертифікат на суму €400
Умови використання бонусів	н/д	н/д
Строк використання бонусів	Протягом 7 місяців після закінчення терміну дії бонусної програми всі бонуси повинні бути використані. По закінченню цього терміну всі невикористані бонуси згорають	Протягом 6 місяців після закінчення терміну дії бонусної програми всі бонуси повинні бути використані. По закінченню цього терміну всі невикористані бонуси згорають

Власне дослідження автора.

**Таблиця 8. Загальна характеристика програми лояльності Наталі Турс у 2014 році**

Ознака	Характеристика програми лояльності Наталі Турс
Кількість одночасно діючих програм лояльності	1
Термін дії програми лояльності	01.04.2014 - 31.03.2015
Вид програми лояльності	Бонусна
Умови вступу до програми лояльності	Агентства, що працюють на прямому договорі з "Наталі Турс". Дана бонусна політика не поширюється на уповноважені агентства, мережеві агентства і субагентів.
Умови отримання балів, заохочення в програмі лояльності	За кожен заброньований пакетний тур, що містить рекомендований продукт, нараховується бонус з розрахунку 0,5% від вартості туру до сплати
Послуги, на які розповсюджується програма лояльності	Бонуси не нараховуються на: додаткові послуги (візи, страховки від невізду, доплати за авіапереліт); рекламні тури; анульовані замовлення; обслуговування в Росії; бронювання GLOBAL BOOKING; тільки авіаквитки; MICE (корпоративні замовлення)
Вид стимулювання в програмі лояльності	Бонус зараховується на депозит агентства і може бути використаний тільки для оплати своїх замовлень
Умови використання бонусів	н/д
Строк використання бонусів	Бонусом можна скористатися за підсумками продажів за квартал

Власне дослідження автора.

оператори, окрім TRG, впровадили бонусні програми лояльності. TRG пропонують лише дисконтну накопичувальну програму лояльності, яка дозволяє підвищити рівень комісійної винагороди на 1—3% при досягненні зазначеної кількості туристів або при досягненні зазначеного обороту протягом періоду. Слід зауважити, що деякі туроператори також надають можливість агентствам підвищити рівень комісійної винагороди: Coral Travel — на 1—3%, Пегас Туристик- на 1—2%, Join Up! — на 0,5—2%, MIBS Travel — на 1—4%.

Серед усіх туроператорів тільки Tui Ukraine / Туртесс Тревел одночасно із бонусною програмою лояльності впроваджують клубну, яка передбачає нефінансове та нематеріальне стимулювання тур агентств (табл. 3).

На відміну від клубної програми лояльності, у бонусній програмі лояльності Tui Ukraine / Туртесс Тревел можуть брати участь усі турагентства, які здійснюють бронювання рекомендованих готелів в online-системі. Недоліком цієї програми є необхідність накопичення мінімальної суми балів протягом періоду, щоб мати можливість їх використання для оплати особистих інфо-турів менеджера агентства, пакетного туру або погашен-

ня заборгованості, яка виникла в результаті курсової різниці.

Окрім Tui Ukraine / Туртесс Тревел, нематеріальне заохочення турагентств пропонують також Tez Tour, Mouzenidis та MIBS Travel. Серед усіх туроператорів лише Tez Tour та Coral Travel впровадили безстрокові програми лояльності, які передбачають накопичення балів, як відсоток від обсягу бронювань в грошових одиницях. Унікальність бонусної програми лояльності Tez Tour полягає в тому, що 20% балів нараховується на агентський бонусний рахунок, 80% на рахунок бонусного учасника (табл. 4).

Агентський бонусний рахунок дозволяє директору мотивувати всіх співробітників агентства від заступника директора до помічника менеджера, а також нових менеджерів, які не є учасниками бонусної програми.

Порівнюючи бонусні програми лояльності Tez Tour та Coral Travel, можна побачити, що при бронюванні турів Tez Tour за кожні \$240 нараховується \$1 бонусів, за кожні Євро 333 нараховується Євро 1 бонусів, а при бронюванні турів Coral Travel за кожні \$166—\$167 нараховується \$1 бонусів, але для використання цих балів необхідно накопичити 1000 балів за 18 місяців, тобто заб-

**Таблиця 9. Загальна характеристика програми лояльності Join Up! у 2014 році**

Ознака	Характеристика програми лояльності Join Up!	
Кількість одночасно діючих програм лояльності	2	
Термін дії програми лояльності	01.05.2014 - 30.09.2014	н/д
Вид програми лояльності	Дисконтна накопичувальна	Бонусна програма "YES!"
Умови вступу до програми лояльності	Агентства, які уклали договір з туристичним оператором	Агентства, які уклали договір з туристичним оператором
Умови отримання балів, заохочення в програмі лояльності	Збільшення агентської комісії відбувається при досягненні зазначеної кількості туристів (розрахунок проводиться за відлетівшими туристами) або при досягненні зазначеного обороту (Додаток X). Для збереження комісії, необхідно щомісяця виконувати мінімальний обсяг продажів, зазначений у таблиці. При невиконанні мінімальних обсягів продажів комісія може бути знизена 1%. За відсутності продажів протягом 2-х місяців комісія знижується до 10%	1 турист = 1 бонус. Бонуси нараховуються тільки за туристів, які вже повернулися з поїздки
Послуги, на які розповсюджується програма лояльності	У комісійній програмі не враховуються: авіаквитки, діти до 2-х років, тури за спеціальними цінами, рекламні тури, анульовані заявки, оплачені штрафи	
Вид стимулювання в програмі лояльності	Підвищення комісійної винагороди (0,5% - 2%)	Використовувати накопичені бонуси Ви зможете в рахунок оплати наступних заявок за тури. Отримати знижку на участь в Work shop і рекламних турах. Вибрати будь-який подарунок або послугу із запропонованих на сайті і оплатити їх бонусами
Умови використання бонусів		1 бонус = \$1, 1,5 бонуса = €1
Строк використання бонусів	н/д	н/д

Власне дослідження автора.

Таблиця 10. Загальна характеристика програми лояльності Пегас Туристик у 2014 році

Ознака	Характеристика програми лояльності Пегас Туристик
Кількість одночасно діючих програм лояльності	1
Термін дії програми лояльності	01.03.2014 - 31.12.2014
Вид програми лояльності	Дисконтно-бонусна
Умови вступу до програми лояльності	н/д
Умови отримання балів, заохочення в програмі лояльності	Раннє бронювання за напрямком Туреччина, Єгипет: за 21 добу до вильоту - бонус +1%, за 28 днів до вильоту - бонус +2%. Кількість відправлених туристів в період з 01.10.2013 по 31.03.2014 (Додаток О)
Послуги, на які розповсюджується програма лояльності	При підрахунку кількості туристів діти до 2-х років, авіаквитки і учасники інфотурів не враховуються
Вид стимулювання в програмі лояльності	За 28 днів до вильоту - бонус +2%. Підвищення комісійної винагороди (1% - 2%). Більше 100 туристів - 1 учасник інфотуру "Туреччина. Весна-2013" летить безкоштовно. Більше 250 туристів - 2 учасники інфотуру "Туреччина. Весна-2013" летять безкоштовно
Умови використання бонусів	н/д
Строк використання бонусів	н/д

Власне дослідження автора.

ронювати тури майже на \$17000 (табл. 4, табл. 5). Обмежень щодо мінімальної кількості накопичених балів у Tez Tour немає.

Як зазначалося раніше, такі оператори, як Mouzenidis та MIBS Travel, пропонують нематеріальне заохочення турагентств (табл. 6, табл. 7).

Так, Mouzenidis пропонує:

— матеріали в електронному вигляді для створення на сайті агентства-партнера повноцінного розділу по Греції;

— проведення індивідуального вебінару для турагентства;

— надання фрейма з підбору турів і фрейма з описом туристичного продукту (готелів, турів, екскурсій) для розміщення на сайті тур агентства;

— розміщення інформації про турагентство на сайті туроператора в розділі "Де Купити?" (при досягненні кількості відправлених туристів від 5 осіб).

У свою чергу MIBS Travel пропонує таке нематеріальне заохочення, як:

— розміщення контактів компанії на сайті туроператора у розділі "Приватним особам — Де купити" з подальшою рекламою на туристичних порталах і в соціальних мережах;

— візова підтримка співробітників агентства та їх родичів.

Бонусні програми лояльності цих двох туроператорів відрізняються, але є простими для участі у них. Так, Mouzenidis пропонує бонус з розрахунку 0,5% від вартості туру до сплати, які можуть бути використані для оплати будь-яких послуг: наступних турів підприємства, авіапереліту, власного проживання, інфотуру, інших послуг. Схожою є і програма лояльності Наталі Турс, яка також передбачає нарахування бонусу з розрахунку 0,5% від вартості туру до сплати, але цей бонус може бути використаний лише для оплати своїх замовлень (табл. 8).

MIBS Travel пропонує бали за кожного відправленого туриста крім інфантів (1 турист = 1 бал). При накопиченні 30 балів надається сертифікат на суму Євро 100, 50 балів — Євро 200, 80 балів — Євро 400. Тобто за кожного відправленого туриста надається грошова винагорода у сумі Євро 3,3 — Євро 5. Схожою є програма лояльності Join Up!, за умовами якої за кожного туриста нараховується 1 бонус, який прирівнюється до \$1 (табл. 9). Незважаючи на менший грошовий еквівалент одного бонуса, перевагою програми лояльності Join Up! у порівнянні з MIBS Travel є те, що відсутні обмеження щодо мінімально необхідного обсягу накопичених бонусів та наявність можливості обміняти бонуси на подарунки, які запропоновані партнерами туроператора (Idea Shop та Emozi).

Пегас Туристик також пропонує бонус в залежності від кількості відправлених туристів (табл. 10). При відправленні більше 100 туристів надається безкоштовний інфотур для 1 учасника, при відправленні більше 250 туристів — для 2 учасників.

Окрім програм лояльності, такі туристичні оператори, як Coral Travel, Join Up!, Mouzenidis, Наталі Турс та

TPG пропонують і додаткові акції для менеджерів / туристичних агентств. Coral Travel, Join Up!, Mouzenidis, а також Tui Ukraine / Туртесс Тревел розроблюють акції і для туристів.

Отже, серед усіх досліджених туроператорів програма лояльності відсутня лише у Анекс тур, але саме цей туроператор надає турагентствам найвищий рівень комісійної винагороди. Слід зазначити, що третина туристичних операторів пропонують турагентствам одночасну участь у двох програмах лояльності. Визначено, що усі туристичні оператори — лідери на ринку, окрім TPG, впроваджують бонусні програми лояльності. TPG пропонує лише дисконтну накопичувальну програму лояльності.

Слід зауважити, що третина туроператорів також надають можливість агентствам підвищити рівень комісійної винагороди. Серед усіх туроператорів тільки Tui Ukraine / Туртесс Тревел одночасно із бонусною програмою лояльності впроваджують клубну, яка передбачає нефінансове та нематеріальне стимулювання турагентств. Окрім Tui Ukraine / Туртесс Тревел нематеріальне заохочення турагентств пропонують також Tez Tour, Mouzenidis та MIBS Travel.

Окрім програм лояльності, такі туристичні оператори, як Coral Travel, Join Up!, Mouzenidis, Наталі Турс та TPG пропонують і додаткові акції для менеджерів / туристичних агентств. Coral Travel, Join Up!, Mouzenidis, а також Tui Ukraine / Туртесс Тревел розроблюють акції і для туристів. Слід зазначити, що TUI Ukraine — це єдиний туроператор серед досліджених, який пропонує програми лояльності для туристів.

У зв'язку з підвищенням вимог споживачів та турагентств до туроператорів увага туроператорів має бути приділена формуванню лояльності менеджерів та директорів туристичних агентств шляхом впровадження бонусних програм лояльності, які передбачають використання як цінкових інструментів формування лояльності споживачів, так і товарних та сервісних. Фактично більшість туроператорів впроваджують саме бонусні програми лояльності, але не приділяють належної уваги нефінансовому та нематеріальному заохоченню співробітників турагентств, які сприяють формуванню в них саме емоційної лояльності, що є надзвичайно актуальним в умовах кризи, фінансової нестабільності підприємств та, як результат, в умовах зниження рівня довіри до партнерів.

Література.

1. Светлова К. 5 самых громких туристических скандалов в Украине [Електронний ресурс] / К. Светлова // Новості бізнеса, Forbes Україна [сайт]. — Режим доступу: <http://forbes.ua/business/1340916-5-samyh-gromkih-turisticheskikh-skandalov-v-ukraine/1340918#cut>

References:

1. Svetlova, K. (2012), "5 most notorious tourist scandals in Ukraine", available at:<http://forbes.ua/business/1340916-5-samyh-gromkih-turisticheskikh-skandalov-v-ukraine/1340918#cut> (Accessed 20 March 2015).

Стаття надійшла до редакції 15.04.2015 р.