**Содержание**

1. Как рассматривает влияние ТНК правительство, т.е. соответствует ли политика ТНК целям экономического развития

2. Каковы последствия проникновение Интернет в гостиничное хозяйство, какова последовательность бронирования мест в режиме он-лайн.

Список литературы.

**1. Как рассматривает влияние ТНК правительство, т.е. соответствует ли политика ТНК целям экономического развития**

Отношения между государствами (правительствами) и ТНК могут быть конфликтными, кооперационными или нейтральными. Есть вопросы, которые были и остаются источниками политических, экономических, социальных, юридических и институциональных конфликтов и которые во многих случаях влияют также на межгосударственные отношения. Есть направления, в рамках которых имеет место учет общих интересов и направлений сотрудничества. Либерализация торговли и иностранных инвестиций, усилия по распространению принципа наибольшего благоприятствования на зарубежные компании и установлению в настоящем и будущем одинакового режима для национальных и международных корпораций все больше нейтрализуют определенные аспекты отношений между государствами и ТНК. Международная региональная интеграция благодаря введению единой политики, касающейся вступления на рынок, конкуренции, государственных поставок и требований, которые предъявляют ко всем компаниям, функционирующим в данном регионе, оказывает такой же эффект.

В своей деятельности правительства руководствуются целями, совпадающими или конфликтующими с задачами ТНК. Международные корпорации для каждого конкретного государства являются представителями мирового хозяйства и имеют ограниченную различными правилами автономию. В частности, они могут разрабатывать глобальную стратегию и создавать центры по принятию глобальных решений. Но поскольку государства – основные политические элементы международной системы, все компании должны действовать в определяемых ими юридических и институциональных рамках. Естественно, в силу транснационального характера им приходится осуществлять свою корпоративную стратегию в различной культурной среде, одновременно в нескольких юридических и политических системах. Специфика структуры ТНК, их продукции и услуг должна соответствовать рынкам и юрисдикции стран, в которых они действуют.

С подобными задачами справляться нелегко. Для этого требуется хорошо разработанная долговременная стратегия, гибкая система управления, обеспеченность необходимыми ресурсами (я не намереваюсь здесь анализировать влияние фактора, связанного с национальным происхождением ТНК, который в большинстве случаев явно влияет на характер и стиль отношений с государствами). Адаптация продукции и услуг, ознакомление менеджеров с местными условиями, соблюдение национального законодательства, более четко выраженная склонность к участию в совместных предприятиях (в том числе и с государственными компаниями), готовность учитывать национальную специфику и соблюдать экспортные квоты – вот только некоторые позиции в длинном списке адаптационных мер, на которые идут ТНК. Но это достигается путем согласования между ними и правительствами принимающей страны.

В свете долгосрочных целей стратегия ТНК должна соотноситься с ролью государств как субъектов международной конкуренции. При свободных и нормальных рыночных отношениях конкурентоспособность страны отражает степень соответствия производимых в ней товаров и услуг требованиям мирового рынка. Благодаря наращиванию экспорта она увеличивает благосостояние граждан (рост реальных доходов, расширение возможностей) и одновременно выполняет свои международные обязательства. Еще раз подчеркну, что это обусловлено национальной конкурентоспособностью, стимулируется или торпедируется правительственной политикой. Это значит, что государства конкурируют по качеству управления, политической стабильности, эффективности экономической политики, возможностям укрепления человеческих ресурсов и инновационного потенциала.

Транснациональные компании считаются основными факторами формирования конкурентоспособности стран и реализации их конкурентных преимуществ на международных рынках. Возможности и деятельность по техническому развитию, производству, продаже, рационализации и принятию риска делают их основными участниками конкуренции на мировом рынке, а также непосредственными победителями или побежденными в ее ходе. Процветание страны в значительной степени зависит от успехов функционирующих на ее территории ТНК, при этом большую роль играет государственная экономическая политика. Из этого и возникла своего рода взаимозависимость между ними, с одной стороны, и государственными институтами и организациями, с другой[[1]](#footnote-1).

Международные корпорации – специфические действующие лица в данном процессе. На самом деле они являются экономическими агентами той страны, которая через рыночные механизмы завоевывает решающее влияние на факторы, формирующие конкурентоспособность чужих экономик. Это дает возможность вносить изменения в сравнительные преимущества затронутых стран. Такая ситуация, естественно, может не соответствовать национальным интересам той или иной страны и даже вступать с ними в конфликт.

Участие ТНК в международной конкуренции многозначно и имеет много уровней. В рамках государств они конкурируют с местными компаниями или другими международными компаниями за рынки, а иногда за местные дотации и другие льготы. Они также участвуют в конкуренции на международном уровне.

В пределах данной сложной и подчас конфликтной системы существуют две сферы отношений ТНК с государствами и правительствами. Одна – между материнской структурой корпорации и правительством ее родины. Другая – между компанией и правительством принимающей страны.

История многих корпораций, распространявших свою деятельность на другие страны, характеризовалась простой формулой: купец следует за рынком, флаг следует за купцом, а армия следует за флагом. В настоящее время этой формулой больше не руководствуются. Сегодня нет каких-то ярких примеров, когда ТНК использовались бы правительствами для расширения власти национального государства.

На международном уровне невозможно найти общей формулы, которая характеризовала бы отношения между ТНК и их родиной. В тех странах, где исторически существовало тесное взаимодействие правительства и предпринимательства, она обычно имеет продолжение и тогда, когда корпорация расширяет свою деятельность за национальные границы. На этом этапе армии могут стать лишь последним в арсенале средством и привлекаются в исключительных случаях, когда задача защиты жизни граждан становится выше интересов ТНК.

В конце нынешнего века компании рассчитывают, что “родные” правительства будут принимать меры для защиты их инвестиций за рубежом прежде всего путем заключения соответствующих двусторонних соглашений, исключающих двойное налогообложение, предотвращать их экспроприацию и национализацию и стремиться к двусторонним и многосторонним гарантиям капиталовложений и охране интеллектуальной собственности. К концу 2004 г. действовало около 1 500 двусторонних соглашений между различными странами по защите инвестиций. Значительный прогресс достигнут на пути заключения многостороннего соглашения по инвестициям под эгидой ОЭСР[[2]](#footnote-2). Такие вопросы, как дальнейшая либерализация торговли и инвестиций в сфере высокотехнологичных услуг, охрана интеллектуальной собственности, отмена требований, предъявляемых к деятельности, денационализация государственных закупок, стали важными аспектами экономической дипломатии, в международный форум рассмотрения которых превратилась Всемирная торговая организация.

ТНК иногда прибегают и к непосредственным формам государственной экономической поддержки. Это может быть поддержка НИОКР, специальные субсидии в пользу определенных высокотехнологичных отраслей, создание “национальных чемпионов” в области бизнеса, которые часто превращались в транснациональные компании. Известны примеры, когда осуществлялась прямая поддержка транснациональной корпорации с помощью информации, стимулирования сбыта продукции и подключения дипломатических инструментов и служб страны их происхождения.

Так, правительство ФРГ разработало программу, называемую “Азиатской инициативой”, для содействия инвестициям своих компаний в азиатских странах. Администрация США оказывает давление на Японию, чтобы продвинуть собственные корпорации на японский рынок и т.д. Даже в менее развитых странах стимулирование “активной интернационализации” национальных компаний (через прямые иностранные инвестиции – ПИИ) с помощью инструментов политики стало обычной практикой. Малые страны стремятся добиться такой интернационализации своих компаний, которая повысила бы их конкурентоспособность.

Государственные гарантии и механизмы страхования экспортеров капитала, обеспечиваемые правительством страны происхождения, обычно ассоциируются с его внешнеполитическими предпочтениями.

Союз ТНК и правительства страны ее происхождения может носить ограниченный характер. Растущие масштабы транснационализации поднимают некоторые вопросы, связанные с материнскими корпорациями, которые являются предметом озабоченности правительств. В какой мере такая структура в ходе своей международной деятельности сокращает размеры инвестиций страны, налоговых поступлений и занятости и расширяет ее платежные обязательства? Некоторые правительства опасаются, что подобные компании, выйдя за пределы территории своей страны, будут наносить ущерб ее платежному балансу. Такие опасения иногда приводили к введению ограничений, системы лицензирования, прямых запретов, добровольному отказу от ПИИ или же свертыванию операций по покупке иностранных ценных бумаг. Однако большинство международных компаний довольно легко преодолевало ограничения и запреты.

В отдельных странах (например, США) важной проблемой стало предотвращение ущерба национальным стратегическим интересам от иностранных инвестиций. Американская администрация, в частности, доказала способность усилить различные запреты на торговлю и инвестиции иностранных ТНК, действующих на территории США, по политическим и стратегическим причинам – с помощью Закона о торговле с врагом. Этот закон и его варианты (с поправками) использовались недавно против Кубы, став источником конфликтов между США и ЕС.

Отношения между принимающими странами и ТНК – сложны. Это обусловлено частым несовпадением интересов, а также асимметрией власти. Такая асимметрия ощущается сразу же, как только обе стороны пытаются максимизировать свои выгоды. ТНК, как правило, экономически намного сильнее, чем большинство принимающих их стран. Они нередко стараются использовать свою мощь, чтобы оказывать давление на местные правительства, принуждая их минимизировать свои налоговые обязательства или добиваясь получения особых льгот в финансовой сфере, инфраструктуре, защите рынка и т.д. В качестве ответных акций многие страны применяют запреты и ограничения, а также национализацию и экспроприацию собственности (особенно активно эти меры использовались после второй мировой войны).

Было немало случаев, когда транснациональные корпорации вмешивались в политику местных властей, начинали кампанию по формированию новых правительств, которые бы лучше реагировали на их требования. При этом подкуп местных чиновников ради получения особых льгот является важным инструментом, который был не раз использован во многих странах. Приватизация в некоторых бывших социалистических странах может служить примером широкомасштабного подкупа и коррупции при приобретении местных компаний транснациональными. При этом некоторые ТНК полагают, что не несут ответственности за то, что при подкупе проявляют инициативу. Они считают, что только соблюдают традиции местного общества и тем самым в принципе делают предпринимательскую деятельность возможной. И действительно, в таких случаях трудно разделить местную и иностранную ответственность.

Нынешний период характеризуется более острой конкуренцией за ПИИ между принимающими странами. При этом в стратегии ТНК важная роль отводится сокращению “страновых рисков”. 80-90-е годы продемонстрировали, что страны разного типа способны привлекать значительные объемы действующего иностранного капитала. Решающим для ТНК и принимающих стран фактором является взаимодополняемость интересов.

Вот основные политические, экономические и человеческие факторы, которые влияли на импорт действующего капитала:

политическая стабильность в принимающих странах; характер соответствующего законодательства и экономической политики, ее прозрачность и предсказуемость;

позиция и политика принимающего правительства по отношению к национальным и иностранным компаниям[[3]](#footnote-3);

реалистичные и верно сформулированные стратегические цели страны в рамках ее экономической политики с учетом национальных и международных рыночных условий и тенденций, а также наличие средств их осуществления;

способность страны удерживать на низком по международным стандартам уровне цены на важнейшие местные факторы производства и ресурсы;

уровень трудовых навыков, наличие институтов по их совершенствованию, трудовая дисциплина и морально-этические стандарты рабочей силы и предпринимателей;

отношение к иностранным компаниям, демонстрируемое общественностью и со стороны институтов, оказывающих влияние на политику.

Как показал опыт, деятельность ТНК в 90-е годы по-разному воздействовала на экономику принимающей страны. С одной стороны, налицо многочисленные благоприятные последствия их присутствия – расширение притока капитала и экспорта, модернизация методов управления и маркетинга, более быстрый приток новых технологий, улучшение поставок на внутренний рынок, рост доходов тех, кто был нанят на работу в международные компании, и местных субпоставщиков.

С другой стороны, немало и негативных последствий присутствия ТНК. Их упрекают в том, что в ряде стран они привнесли дифференциацию в экономику: поскольку сами представляют современный глобализированный сектор, а пропасть между ним и остальными секторами порождает неравенство доходов и запреты. Те корпорации, чья цель сводится к завоеванию внутреннего рынка страны, подвергаются критике за наращивание интенсивности импорта в данную страну и вытеснение местных товаров и компаний. Они могут также извлекать выгоду из своего олигополистического статуса, устанавливая высокие цены.

Существует и другая, более общая, макроэкономическая проблема. Чем выше степень международной экономической интеграции через ТНК, тем более непосредственно на данные страны распространяется стратегия этих корпорации в виде международного рыночного давления, циклических колебаний, конкуренции, спекулятивных маневров. Если в некой национальной экономике достигнут определенный порог ПИИ, присутствие иностранных компаний необходимо рассматривать как фактор макроэкономического управления, политики в области обменных курсов, процентных ставок, налогов и т.д.

Кроме того, ТНК сталкиваются с рядом проблем и дилемм. Так, помимо регулирования в принимающих странах существуют международные соглашения и правила, касающиеся трудовых отношений[[4]](#footnote-4) и охраны окружающей среды, которые корпорациям следует принимать в расчет. Они, как правило, являются объектом более пристального национального и даже международного общественного внимания, потому что речь идет об иностранных, крупных и мощных структурах. Они также испытывают на себе эффект маркетинговой стратегии своих международных конкурентов. Поэтому ТНК заинтересованы в том, чтобы избегать нападок со стороны правительств и общественности.

ТНК вынуждены также вступать в конфликт с менеджментом по многочисленным и разнообразным экологическим проблемам. Они сталкиваются с языковыми различиями, что затрудняет общение руководства с сотрудниками и между сотрудниками. Им приходится также учитывать культурные особенности, находящие выражение в стиле управления, отношении к служебной иерархии, работе в команде, способу выражения своего согласия или несогласия, участию в принятии решений.

В целом же для ТНК основополагающим является вопрос, в какой мере особенности тех или иных принимающих стран могут стать источником выгод или, напротив, потерь и конфликтов. Многие компании делают ставку на преимущества, вытекающие из различий, но очень редко говорят о том, какие именно показатели представляют большую или меньшую значимость. Как правило, они стремятся не к разнообразию в организационных формах и применяемых методах, а к тому чтобы создавать и поддерживать заданный уровень общности, сплоченности и единообразия в рамках своей структуры. Проблема здесь не в том, как найти баланс обоих явлений, а как одновременно извлекать выгоду из них. Оба данных явления – это две стороны медали. Вместе с тем существуют, конечно, важные сферы, где необходимы последовательность и единообразие.

Опыт свидетельствует, что в современном мире ослабление принимающей страны не соответствует интересам ТНК. Они в большинстве случаев заинтересованы в политической и экономической стабильности, а также социальной устойчивости стран, в которых расположены их аффилированные компании. Естественно, это верно лишь при условии, что международные компании могут добиваться своих предпринимательских целей в виде прибыли, завоевания рыночной доли и предпринимательского роста. С другой стороны, их деятельность – это не средство спасения слабых стран с больной экономикой.

Вместе с тем правительства принимающих стран в настоящее время располагают более многочисленными способами избегать негативных последствий деятельности ТНК, чем 30-50 лет назад, если обладают для этого административными возможностями, силой, опытом общения с подобными структурами и если относительная значимость данных стран для тех достаточно велика.

Разработать эффективную систему, позволяющую обеспечивать сбалансированное распределение выгод между принимающей страной и ТНК, оказалось очень трудным, а в случае экономически слабых стран – практически невозможно Корпорации могли быстро и эффективно реагировать на те или иные их попытки ввести строгое регулирование. Когда интересы корпораций существенным образом не ущемлялись, они соглашались на подобное регулирование. Иногда они смирялись, иногда оказывали давление на правительства, а в крайнем случае будучи свободными могли перенести свою деятельность в другое место. Поэтому многие развивающиеся страны при регулировании деятельности ТНК должны соблюдать международный кодекс поведения. В целом до сих пор их усилия оставались безрезультатными. Но в последнее время в мире стали обращать внимание на то, каким образом можно повысить ответственность транснациональных корпораций в принимающих их странах.

**Вывод**

1. Период после “холодной войны” открыл более благоприятные возможности для международного сотрудничества ТНК благодаря снижению политических рисков и политике открытости тех регионов мира и производств, которые в течение десятилетий были закрыты. Число таких корпораций растет. Они превратились в серьезных актеров в сфере глобального управления, играют важную роль в глобализации. Изменяются и сами ТНК. Чем больше стран, с которыми они должны сотрудничать, тем менее сложную иерархическую структуру они могут себе позволить.

2. В новую эпоху более жесткой международной конкуренции ТНК часто должны вносить коренные изменения в стратегию, использовать на рынках новые инструменты, с тем чтобы поддерживать или наращивать свою рыночную долю, а также доходность своей деятельности. Сейчас мы являемся свидетелями новой волны глобальной концентрации, обусловленной слиянием и поглощением компаний, особенно в высокотехнологичных отраслях, телекоммуникациях, фармацевтике, международном финансовом секторе.

3. Менее конфликтными стали отношения между исходными и принимающими ТНК странами. В основе отношений на родине лежат по большей части национальные традиции в области связей между корпорациями и правительством, а не финансовые интересы. С начала 80-х годов здесь сделан упор на сотрудничество. Обе стороны пошли на существенные уступки. Однако сохранились и многочисленные источники конфликтов в сферах, связанных с распределением издержек и выгод от их деятельности. Как правило, когда ТНК и национальные правительства вступают в конфликт, вероятными победителями выходят первые.

4. Возрастающая роль транснационального сектора в мировой экономике вылилась в попытки заключения многосторонних международных соглашений. Некоторые из них, касающиеся многосторонних гарантий инвестиций, расширения прав на интеллектуальную собственность, открытия сферы услуг для ПИИ, отмены национальных дискриминационных мер, направленных против иностранных компаний, служат интересам ТНК. Однако и страны наращивают свои коллективные усилия с целью заключить многосторонние соглашения, призванные оградить их от определенных видов деятельности ТНК и содействовать более четкому формулированию взаимных обязательств.

**2. Каковы последствия проникновение Интернет в гостиничное хозяйство, какова последовательность бронирования мест в режиме он-лайн**

Развитие Интернет позволило не только удешевить средства связи, но и получить реальную возможность работать всем участникам туристического рынка как единому офису. Работа с глобальными системами бронирования через Интернет позволяет агентству не только получать оперативную и достоверную информацию о ценах и количестве свободных мест в любой момент времени, но и иметь возможность следить за прохождением заказа на всех этапах его осуществления.

Существуют различные системы бронирования (CRS-computer reservation systems), все они отличаются друг от друга, как набором предлагаемых услуг, так и технологией работы. Наиболее старые системы, такие как Сирена, Амадеус, Габриель, работают в основном через специальные терминалы, которые вы должны установить у себя в офисе. Для работы через эти системы необходимо проложить канал связи (провод) для ближайшего узла. Это связано с тем, что они создавались давно, тогда не было Интернет. Технология работы построена на сложных командах, а справка, заложенная в систему, представляет собой простой текст. В этих системах нет фотографий, карт и другой графической информации. Обучение работе в таких системах стоит дорого и не всем по карману. Самостоятельно сотрудник сможет работать с CRS не раньше, чем через год.

Через эти системы в основном реализуются авиа и железнодорожные билеты. Создателями таких систем являются авиакомпании, и соответственно, основной задачей для них является реализация авиабилетов. Продажа билетов не требует графического представления информации. Подключение к ним обходится в 1000-2500$. Ежемесячные затраты для работы с этими системами составляет от 200$ до 800 $, что не всегда по карману небольшим фирмам. На данный момент с такими системами в основном работают крупные туроператоры, реализующие билеты.

Многие фирмы, отвечающие за эксплуатацию классических CRS, ведут разработки программ, позволяющих работать с этими системами через Интернет. Молодые системы бронирования используют в качестве средств связи – интернет, а в качестве терминала – обычный компьютер. Затраты на работу через них невысоки и доступны даже небольшим фирмам.

Для того, чтобы проиллюстрировать прогрессивность использования электронного бронирования, давайте рассмотрим основные процедуры взаимоотношений между различными субъектами туристического рынка.

Подбор партнеров.

Поставщики – туроператоры.

Для поиска поставщиков, туроператор много времени проводит в командировках, ездит по выставкам, и сам тратит большие средства на выставке. Затраты на проведение этой работы приводят к увеличению себестоимости турпродукта, а соответственно к снижению его конкурентной способности на рынке.

Работая через систему бронирования, туроператор может познакомиться с объектом размещения через справочную систему.

Туроператор – агент

При подборе партнера-туроператора, для агентства важен ассортимент и условия работы. Туроператоры, не имеющие автоматизации, не могут предложить хороших условий, так как себестоимость при работе вручную высокая и требуется больше времени на прохождение документов. В том случае, если себестоимость в отсутствии автоматизированного учета низкая это, скорее всего залог того, что будут постоянные сбои в работе, что естественно не устраивает агентов. Для поиска туроператоров агент должен покупать специальную литературу, ездить по выставкам, что приводит к увеличению затрат и снижению доходности или повышению стоимости услуг.

Система бронирования предлагает продукт нескольких туроператоров, и агент может выбирать продукт, наиболее полно удовлетворяющие клиента. С продуктом, предоставленным в системе бронирования, агент может познакомиться в любое время, не выходя из офиса, и тем самым сэкономить средства.

Агент – клиент.

При выборе агента, клиент учитывает сколько лет он работает, имидж его на рынке, месторасположения офиса, качество обслуживания, предлагаемые цены, ассортимент. Чем больше агентство, чем дольше оно работает на рынке, тем лучше предлагаемый ассортимент. Но с ростом агентства увеличивается постоянные затраты, что затрудняет удержание конкурентных цен.

Работая с системой бронирования, агент повышает уровень обслуживания клиентов, и тем самым зарабатывает себе репутации, не увеличивая свои затраты.

Заключение договоров.

Поставщики – туроператоры.

Для заключения договоров с поставщиками, туроператор может не всегда получить хорошие условия, так как его возможности по реализации турпродукта ограничены. В последнее время, понимая эту проблему, некоторые туроператоры стали объединяться в пулы, но без единой системы учета для всех туроператоров, пул не может работать как единый механизм.

Работая через систему бронирования, туроператор получает возможность, как работать пулами, так и просто работать с большим количеством поставщиков.

Туроператор – агент.

При заключении договоров в связи с тем, что один оператор не может обеспечить большой объем продукта, агент заключает договора с большим количеством туроператоров, агенты вынуждены подстраивать свою технологию продаж под различные правила, выдвигаемых туроператорами.

При работе через систему бронирования агенту достаточно иметь один договор с представителем системы бронирования. Технология работы с продуктами нескольких туроператоров становиться унифицированной.

Представление информации о продукте.

Поставщики – туроператоры.

Для представления информации о продукте поставщики вынуждены печатать буклеты, участвовать в выставках, давать рекламу. Туроператоры, в свою очередь, тратят средства на печать каталогов и рекламные туры для своих сотрудников и турагентств. При подготовке своих каталогов туроператор может допускать неточности, что приводит к проблемам при реализации турпродукта.

Система бронирования позволяет поставщику внести информацию о себе в справочную систему, и она становится доступной всем сотрудникам туроператора, а также его агентам. Это позволяет избежать искажения информации, а также обеспечивает ее оперативную корректировку в случае изменения.

Туроператор – агент

При работе с туроператором агент получает от него прайс и каталог с описанием продукта. Если число партнеров-туроператоров велико, то агент вынужден работать с разнотипными прайсами и каталогами, т.е. организованными и оформленными по-разному, что затрудняет работу. Сейчас стали появляться группы туроператоров, которые выпускают единые каталоги, но без единой системы автоматизации работать им трудно, т.к. у каждого своя система учета. При выпуске каталогов туроператоры вынуждены экономить средства, и размещают в каталоге ограниченное количество фотографий и информации.

Работая с системой бронирования, вы получаете единую справочную систему, организованную по единой схеме, что облегчает работу с ней. Современные системы бронирования имеют справочную систему с большим количеством фотографий и подробным описанием.

Агент-клиент

При работе по старинке, для подготовки информации агент должен обработать информацию, поступившую от туроператора или поставщика услуг, и сформировать собственные прайсы и каталоги. Для решения этой задачи сотрудники агентств обрабатывают поступающие прайсы, а каталоги режут на части и создают собственные подборки.

Работа через систему бронирования позволят избежать необходимости, создавать собственные прайсы и каталоги, т. к. в системах бронирования есть справочные системы.

Реализация турпродукта

Поставщик – туроператор

Туроператор, использующий в своей работе с поставщиком обычные технологии, в зависимости от турпродукта и поставщика, должен осуществлять предоплату продукта или нести ответственность за его реализацию. Поставщик вынужден делить свою квоту между различными операторами, и часто не имеют возможности оперативно перебросить квоту между операторами. Такая схема приводит к тому, что часто у поставщика за несколько дней до заезда, оказывается, не реализована большая квота мест, которую ему даже некому предложить, кроме как клиенту с улицы.

При реализации продукта, туроператор должен постоянно передавать поставщику информацию о ходе реализации, списки заезжающих клиентов. Поставщик, в случае реализации его услуг многими туроператорами должен оперативно информировать их об изменениях цен и своевременно перебрасывать места от одного туроператора другому. Поставщики часто из-за неуверенности, что туроператор реализует всю выделенную квоту, предоставляя квоту оператору, на деле не всегда обеспечивают ее 100% местами.

Туроператор – агент

Работа с туроператорами требует практически ежедневно получать информацию о действующих ценах и наличии турпродукта. Туроператоры по разному организуют предоставление информации турагентам, что требует от агента больших затрат времени на обработку предоставленной информации.

Некоторые туроператоры создают толстые каталоги и прайсы в надежде на удержание цен постоянными на весь сезон. Результат зависит от того, насколько удачно туроператор сформировал (угадал) цену.

Для обеспечения работы агентств туроператоры вынуждены ежедневно рассылать информацию о наличии мест в виде сводки. Информация о наличии мест меняется постоянно. Так что не всегда достаточно разослать один раз сводку о наличие мест.

В пик сезона, когда агентствам необходимо максимально быстро получать информацию, это становиться проблемой, т.к. количество входящих линий у туроператора ограничено, а информация меняется постоянно. Если у туроператора нет внутренней автоматизации, то возникают проблемы: даже если агенту удалось дозвониться, ему могут долго отвечать на поставленные вопросы. При бронировании мест агент должен ждать подтверждения брони.

Иногда подтверждение приходит на следующий день, и агент вынужден просить клиента придти или позвонить завтра, что может привести к потере клиента. При работе агентов с операторами с других регионов возникает проблемы часовых поясов. Агент с дальнего востока не может забронировать места у туроператоров из Сочи в присутствии клиента.

При работе с системой бронирования агент получает оперативную информацию о ценах и наличие мест в течение несколько секунд. Бронируя место, агент сразу получает подтверждение, что дает возможность агенту обслуживать клиента за короткое время и не потерять его. Системы бронирования работает 24 часа в сутки, и дают возможность практически неограниченному количеству пользователей бронировать одновременно места 24 часа в сутки.

Агент – клиент.

При реализации услуг клиенту, если агент работает с каталогами, то на поиск вариант, удовлетворяющего клиента, может уйти много времени. Если сотрудник агентства имеет большой опыт, то он держит много информации в голове и тем самым сокращает время. Но опытных сотрудников не так много.

Если агентство опирается на опытных сотрудников, то ему легче работать с тем ассортиментом турпродукта, с которым знакомы сотрудники. И для расширения ассортимента нужно направлять сотрудников на выставки, в рекламные туры. Часто клиенты просят дать им фотографии или каталоги, чтобы показать их родным и друзьям для принятия решения. Если агент работает только с печатной продукции он не может отдать клиенту фотографии или каталоги.

После того, как клиент выбрал вариант необходимо забронировать услуги. Для бронирования услуг требуется подготовить заявку и отправить ее туроператору. Некоторые туроператоры оперативно отвечают на заявку, но чаще всего ответ на заявку приходит через несколько часов. А иногда и на следующий день. Клиент не будет ждать ответа долго и за это время может купить путевку у другого агента. Для решения этой проблемы некоторые операторы ввели схему свободной продажи или по запросу. Если необходимое вам место находится в свободной продаже, то вы можете получить деньги с клиента сразу и не ждать подтверждения о брони, данная схема хорошо работает только в низкий сезон или с мало популярными продуктами.

Для примера, если у туроператора 100 мест, а ему придут одновременно заявки на 102 места, то в низкий сезон он может попросить поставщика дополнительные места, а если это пик сезона, то одно из агентств, приславших заявку, может попасть на штрафные санкции от клиента.

Работа с системой бронирования агентства могут предлагать большой ассортимент турпродукта клиенту. Системы бронирования позволяют подобрать турпродукт максимально удовлетворяющий клиента, за несколько минут, а иногда и секунд. Быстро подобрать нужный клиенту продукт позволяет система поиска, реализованная в системе бронирования. Работая с системой поиска, сотрудник задает регион, период, цену, кол-во мест, расстояние до моря, наличие бассейна, наличие сауны и т.д. система по поставленным условиям подбирает вариант, клиенту остается выбрать из предложенных вариантов. На клиентов производит положительное впечатление возможность быстро подобрать нужный продукт. После того, как продукт выбран агент за несколько минут бронирует места и распечатывает все необходимые документы, такие как ваучер, счет тур 1 . и т.д. при работе с системой бронирование у клиента создается впечатление, что предложенный продукт принадлежит агентству.

Поставщик – агент.

Если агент заключил договор с поставщиком, то он несет ответственность за реализацию продукта, то есть рискует.

Агент, работая с системой бронирования, фактически имеет квоты, за которые он не платил заранее денег и не тратил деньги на поездку поставщикам услуг.

Оплата забронированных услуг.

Поставщик – туроператор, туроператор – агент

Для получения подтверждения заказа, агент должен получить счет, если он не может подъехать к оператору и оплатить наличными. Если счет передается по факсу, то этот процесс, может сильно затянуться. После перевода денег агент должен убедиться, что деньги поступили к туроператору.

Работая с системой бронирования, агент получает счет автоматически при бронировании в течение несколько минут. Информация о поступлении денег на счет туроператора агент получает через систему бронирования по запросу в течение несколько секунд.

Выписка документов

Поставщик – туроператор

Работая по старой технологии, поставщик передает туроператору свои бланки путевок, и поселяет клиентов, приехавших с данными путевками. Но данная схема не удобна туроператору, так как он обязан выдать свою путевку клиенту.

При работе с системой бронирования, документом для поселения клиентов является ваучер, который формируется системой автоматически на основе данных внесенных в заявку. Данные о клиенте поставщик получает из системы бронирования, доступ к которой у клиента отсутствует.

Турпоператор – агент.

Как правило, турагент выписывает ваучер на бланке вручную, что занимает время и может привести к ошибкам, которые отражаются прежде всего, на расселении клиентов.

Система бронирования выдает большинство документов автоматически и без ошибок.

Учет и статистика

Туроператор – агент.

Небольшие агенты не всегда могут иметь собственную автоматизированную систему учета, что иногда затрудняет анализ работы, и может приводить к потере информации.

Работая только через систему бронирования, агент по сути дела получает бесплатную автоматизированную систему учета.

**Список литературы**

1. Туризм и гостиничное хозяйство. Учебник /Под ред. проф. д.э.н. Чудновского А.Д. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 2000. – 400с.
2. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме. – М.: Издательство «Приор», 1999. – 144с.
3. Турбизнес. – 2001. – №5
4. Вестник РАТА. –2000. – ноябрь.
5. Туризм: практика, проблемы, перспективы. –2001. – № 4.
6. Дмитракович Ф.А. ТНК в мировой экономике// Белорусская экономика: анализ, прогноз, регулирование. 1997. №5.
7. Мовсесян А.Г. Современные аспекты транснационализации: информационно-финансовый подход// Финансы. 1997. №9.
8. Черник Д. Г. ТНК как фактор мировой экономики. 1994.
9. Эксперт №14 от 12 апреля 2004.
10. http://www.cfin.ru
11. http://www.respublika.kz

1. Современная так называемая институциональная школа в экономической науке отличается от неоклассической тем, что признает значимость государства в создании и поддержании условий экономического развития [↑](#footnote-ref-1)
2. Основными принципами являются: одинаковый режим для иностранных и отечественных компаний, либерализация условий деятельности, защита инвестиций и интеллектуальной собственности. [↑](#footnote-ref-2)
3. В конце 90-х годов многие принимающие страны конкурируют за ПИИ и предлагают различные меры стимулирования для ТНК. Некоторые меры носят нормативный характер, они вводятся в силу законом или международными договорами. Другие связаны с конкретным проектом и являются предметом согласования сторон. В бывших социалистических странах стимулы часто включали продажу иностранным компаниям национальных активов по очень низкой цене. [↑](#footnote-ref-3)
4. В этом смысле возникает ряд вопросов, таких как: должны ли они выплачивать заработную плату по местным меркам, независимо от того, насколько она низка, или же более высокую; следует ли равняться на местные показатели техники безопасности, даже если они намного ниже стандартов, принятых в стране происхождения ТНК; с какого возраста можно использовать труд молодых людей; должны ли ТНК лучше, чем местные компании, соблюдать продолжительность рабочего дня, технику безопасности, интенсивность труда; как иностранная компания должна воспринимать трудовые отношения, относиться к профсоюзам, конфликтам, связанным с уровнем заработной платы [↑](#footnote-ref-4)