

5.3. Механизм действия карт-системы дестинаций

Индивидуализация туристского рынка делает актуальным внедрение новых прогрессивных методов формирования турпродукта, более доступного и удобного для потребления туристами. Один из них — карт-система туристских дестинаций, активно используемая в курортных регионах и туристских центрах стран Западной Европы. Основной целью ее внедрения является диверсификация турпродукта дестинации, которая сопровождается вовлечением в процесс туристского обслуживания все большего числа организаций, расширением ассортимента доступных для туриста услуг, снижением цен на отдельные услуги турпродукта.

Карт-система туристской дестинации — это объединение в единый турпродукт услуг различных организаций и продажа туристам права на их потребление по сниженным ценам в виде специальной карточки.

Основными элементами карт-системы являются:

- ☐ Организации, производящие туристские услуги;
- ☐ Туристско-информационные центры и организации, разрабатывающие и реализующие карточки турпродукта;
- ☐ Покупатели карточек турпродукта.

Организации, производящие туристские услуги, связаны между собой договоренностью о продаже и предоставлении услуг по сниженным ценам тем потребителям, которые обладают карточкой турпродукта.

Туристско-информационные центры и организации, разрабатывающие и реализующие карточки турпродукта, относятся к общественным или муниципальным структурам и, как правило, не являются коммерческими. Главной их функцией является продвижение дестинации. Создание карточек турпродукта — один из наиболее эффективных способов такого продвижения.

Покупатели карточек турпродукта приобретают право воспользоваться

услугами, включенными в карточку, по сниженным ценам или бесплатно.

Реализация туристских услуг через карт-систему основана на использовании механизмов стимулирования продаж и оптовой продажи.

Стимулирование продаж (сбыта) проявляется в том, что каждому индивидуальному туристу, приобретающему карточку турпродукта, в конечном итоге предоставляется услуга со скидкой. Возможность получить льготное обслуживание существенно влияет на приоритеты туриста: он вначале выбирает услуги со скидкой, а предоставляемые по общим ценам оставляет «на потом». В ряде случаев на потребление последних у туриста может не хватить времени. Являясь элементом стимулирования сбыта, карт-система дестинации одновременно представляет собой экономический инструмент управления туристскими потоками.

Экономический смысл **оптовой продажи услуг** заключается в повышении экономической эффективности за счет увеличения оборота. В карт-системе этот механизм реализуется благодаря возможности продавать туристский продукт в виде «полуфабриката». Приобретая карточку турпродукта, потребитель сам решает, в какой последовательности и когда посещать туристские объекты и потреблять услуги, включенные в нее. Программу отдыха он формирует самостоятельно. Из прилагаемых к карточке информационных материалов можно легко узнать, где находятся достопримечательности, как до них добраться, каков их режим работы и т.д. Гибкость в формировании конечного турпродукта из разрозненных элементов, включенных в карточку, позволяет добиваться высокого разнообразия возможных индивидуальных туров. Таким образом, каждый тур своеобразен, при том что предприятия и организации продают отдельные услуги большому количеству потребителей. Гибкость и удобство карт-системы делают ее привлекательной для потребителей туристских услуг и в итоге способствуют росту спроса на предложение предприятий-участников. Масштабная реализация

карточек турпродукта обеспечивает объемы, сопоставимые с оптовыми продажами. При этом маркетинговые затраты каждой организации, включенной в карт-систему, снижаются до уровня, необходимого для оптового сбыта.