Наставни предмет: Агенцијско - хотелијерско пословање II-група

Број часа: 117, 118, 119, 120 i 121.

Наставна јединица: Ваучер, Путнички или туристички чек, Кредитна карта

**Ваучер или туристичка упутница** представља пословни инструмент карактеристичан за пословање туристичких агенција. Ваучер је у пословну праксу туристичких агенција увео Томас Кук и он се крозу праксу показао као изванредно повољно пословно средство, тако да се данас без овог документа не може замислити пословање туристичких агенција.

Постоје три разлога која су проузроковала појаву ваучера на туристичком тржишту:

- туриста жели да унапред обезбеди одређене услуге и тиме се ослободи свих брига и неизвесности које може донети неорганизовано путовање;

- туриста не жели да са собом носи готов новац, туристичке или друге чекове, а такође жели да се ослободи и свих формалности везаних за уношење и изношење страних и домаћих средстава плаћања, мењања валута и сл.;

- туристичка агенција (било да је организатор туристичког путовања или само посредник) у којој је туриста унапред резервисао и уплатио одређену услугу, жели да клијенту (не само из техничких, већ и из психолошких разлога) уручи „нешто у руке“ и тиме потврди поверење које јој је клијент указао.

Назив овог документа потиче од енглеског глагола ***to vouch*** што значи: гарантовати, сведочити, доказивати, односно од именице***voucher***  што значи: гарант, сведок, доказ.

Ваучер - туристичка упутница је писани документ који издаје путничка агенција кориснику њених услуга, на основу кога ће он, након презентирања непосредном пружаоцу услуга (хотелу, превозиоцу, ресторану или другом непосредном пржаоцу услуга у туристичком промету), добити услуге наручене од путничке агенције.

Као издавалац ваучера туристичка агенција може мењати његов облик и у одређеној мери садржај. Ваучер мора бити у писаној форми и мора садржати одређене **елементе**:

- назив и седиште издаваоца ваучера (туристичке агенције или организатора путовања),

- ознака да се ради о ваучеру,

- назив и седиште непосредног извршиоца услуга коме се ваучер упућује,

- презиме и име (назив групе) корисника услуга,

- број особа које ће користити услуге,

- врста, обим и квалитет услуга које може користити туриста (или група туриста),

- период у коме се могу користити наручене услуге (прецизно одређено време почетка и завршетка, као и почетна и завршна услуга, уколико их је више наручено),

- напомене (везане за коришћење услуга) и

- датум издавања ваучера, печат и потпис овлашћеног лица.

Туристичка агенција користи ваучер при успостављању пословних односа са саобраћајним и хотелским предузећима, рецептивним агенцијама и другим пружаоцима туристичких услуга. Самом издавању ваучера претходи успостављање уговорног односа којим су регулисани сви битни елементи, укључујући и цену услуга, а за пружаоце услуга ваучером се обезбеђује **гаранција** да ће агенција извршити плаћање наведених услуга. Поред тога, презентацијом ваучера се врши и **идентификација корисника** услуга, јер се обавезе пружаоца услуга односе на доносиоца овог писаног документа. Пружаоци услуга су дужни да наведене услуге у ваучеру пруже у уговореном обиму и квалитету и у утврђеном временском периоду, а након тога врше фактурисање и наплату од туристичке агенције.

Постоје одређена правила о броју примерака при издавању ваучера, мада конкретан број одређује сама туристичка агенција у складу са специфичностима организације свог пословања. По правилу се издавање врши у четири примерака, с тим што сваки има одређену намену.

**- први примерак (оригинал)** се уручује кориснику који га презентује пружаоцу услуга,

**- други и трећи примерак** намењени су пружаоцима услуга и по правилу им се достављају одмах после издавања; други примерак (*AVISO voucher*) доставља се као доказ да је успостављен уговорни однос и служи за најаву корисника услуга, а трећи примерак (обрачунски ваучер) пружалац услуга ће вратити агенцији уз предрачун (често се у пракси кориснику услуга издају оригинал и други примерак – aviso voucher,  од који пружалац услуга задржава оригинал за своју документацију, а aviso voucher враћа агенцији уз предрачун, као доказ да је пружио назначене услуге);

**- четврти примерак** остаје у евиденцијио саме агенције.

**Врсте ваучера**

При издавању ваучера за туристичку агенцију је посебно значајно да прецизно утврди финансијске обавезе које преузима. Са тог становишта постоје разлике између:

- **потпуно покривених ваучера**, на основу којих агенција преузима обавезу да плати све услуге које су наведене у ваучеру;

- **делимично покривених**, када агенција преузима обавезу плаћања дела наведених услуга или прецизно одређеног износа; и

- **непокривених ваучера** који не садрже финансијску обавезу за туристичку агенцију. У овом случају је корисник услуга обавезан да плати услуге директно пружаоцу услуга, а сам ваучер се јавља као инструмент наручивања услуга.

У зависности од врста услуга које се обезбеђују разликујемо:

**- хотелски ваучер** (*Hotel Warant Coupon*) – који се користи у односима између туристичких агенција и хотелијера ради обезбеђења смештајних и других хотелских услуга;

**- агенцијска упутница или општи ваучер (***Exchange Order, Bon d`echange, Gutschein, Buono d`agenzia)* користи се у пословним односима између туристичких агенција, као што су: дочек или испраћај, трансфер, разгледање града, излет, ангажовање локо-водича итд.

Поред наведених, у употреби су и посебне врсте **авионских упутница** које се користе у пословању са компанијама ваздушног саобраћаја или служе за обезбеђење других врста услуга које су непосредно повезане са коришћењем услуга одређене авио-компаније.

Овде разликујемо: - MCO (Miscellaneous Change Order) voucher се користи у области авио-саобраћаја и то при издавању авио-карата. Издавање овог ваучера врши се у ситуацији када се разликује лице које плаћа карту од лица које ће је користити, при чему постоји и просторна раздвојеност места куповине карте и места полетања (нпр: карта се купује и плаћа у Београду, а намењена је лету између Минхена и Лондона). Приликом плаћања карте наручилац добија на продајном месту MCO voucher као доказ да је карта плаћена и да ће бити уручена кориснику, односно лицу које је наведено у ваучеру. Ову врсту ваучера издаје авио-компанија или туристичка агенција која има лиценцу за продају авио-карата. Авио-компанија је у обавези да назначеног корисника позове и да му уручи карту, тако да је читав поступак знатно олакшан.

- XO voucher (Exchange Order) се користи у циљу обезбеђења различитих „земаљских“ услуга у оквиру IT аранжмана.Основна карактеристика ових аранжмана је да се уз услугу авио-превоза на редовним линијама, пружа још најмање једна услуга након лета (ноћење, исхрана, rent-a-car или друге услуге). Овај ваучер служи за регулисање међусобних односа између авио-компаније и организатора путовања, а у погледу елемената које садрже нема битних разлика у односу на друге врсте ваучера.

Широко распрострањен као пословни инструмент, ваучер омогућава туристичким агенцијама да релативно лако успоставе односе са бројним пословним партнерима и да га користе за наручивање различитих врста услуга. Ваучер се користи у сарадњи са хотелским предузећима ради обезбеђења свих врста хотелских услуга, са другим туристичким агенцијама (за трансфере, разгледање града...), са саобраћајним предузећима, али и у сарадњи са организаторима скупова, културним и другим установама (наручивање улазница за поједине манифестације...).

Предности коришћења ваучера за туристичку агенцију везани су и за одређене рокове у којима настају поједине финансијске обавезе. По правилу, клијент агенције плаћа услуге унапред, а обавеза агенције ће настати тек након што је услуга пружена и достављен рачун од стране пружаоца услуга.

ТУРИСТИЧКИ / ПУТНИЧКИ ЧЕК (Traveller`s Cheque)

**Путнички чек** (Traveller`s Cheque) је посебна врста чека која је веома распрострањена на туристичком тржишту. То је инструмент полуготовинског плаћања које туристи могу користити при куповини различитих роба и услуга током путовања. По својој суштини то је хартија од вредности, заправо писани документ којим њен издавалац даје „налог за безусловну исплату одређене своте новца или давања у замену за чек одређене робе или услуге“ .

До идеје о увођењу путничког чека под овим именом и са механизмом коришћења који важи и данас, дошао је Хенри Велс, председник туристичке компаније American Express давне 1891. године. Тешкоће које је имао на путу по Европи, уз коришћење кредитног писма као инструмента плаћања, навеле су га на идеју о креирању једног новог инструмента. Путнички чек је настао комбинацијом следећих инструмената плаћања:

- чека (преузето је име и могућност плаћања и преношења),

- кредитног писма (искоришћене су предности механизма употребе) и

- новчанице (преузет је облик и издавање у одређеним апоенима).

Као писани документ путнички чек мора садржати одређене битне елементе, мада у основи сам изглед чека одређује његов издавалац. У битне елементе путничког чека спадају:

- назив и број чека,

- назив издаваоца чека,

- име корисника чека

- износ вредности чека и ознаку валуте у којој је чек издат.

У издаваоце путничких чекова спадају банке и различите финансијске институције, као и велике туристичке компаније (Thomas Cook и American Express). Приликом издавања чекова од корисника се наплаћује провизија у висини од 1% од укупне вредности. И поред релативно мале провизије, присутан је економски интерес за ширењем система пословања са путничким чековима, а предности су садржане и у могућности коришћења новчаних средстава. Наиме, од момента када туриста преузима одређене чекове (у замену за готов новац или уз задуживање његовог рачуна у банци) до момента када га уновчава, по правилу протекне одређени период, што представља основ за додатне економске ефекте.

Предности које коришћење путничких чекова има током путовања допринеле су његовој широкој примени. Он је прилагођен потребама туристе, јер поседује могућност задовољавања најразличитијих личних потреба током путовања, а има предности у односу на готов новац. Његово битно обележје је да гласи на име и да је непреносив, тако да су у случају губитка или крађе могућности злоупотребе сведене на минимум, уз брзу компензацију кориснику.

У том циљу постоји и дефинисана процедура преузимања и уновчавања чекова. Корисник потписује чекове при преузимању код издаваоца (банке или туристичке компаније). При уновчавању или плаћању купљене робе или услуге, чек се поново потписује. Том приликом службеник (продавац) утврђује истоветност потписа, уз проверу идентитета на основу личне исправе (пасоша, личне карте).

Еурочек (Eurocheque) представља инструмент полуготовинског начина плаћања који се највише користи на подручју Европе. На тржиште је уведен 60.-их година прошлог века, а његови издаваоци су европске банке. Као хартија од вредности, еурочек садржи све битне елементе путничког чека, али се јављају и одређене разлике првенствено у процедури коришћења.

Основна разлика се односи на обавезно коришћење посебне картице са именом власника еурочека. Картица се обавезно прилаже код сваке исплате чека и служи као доказ идентитета корисника. То повећава степен сигурности у њиховом коришћењу. За разлику од класичних путничких чекова, на еурочеку није унапред унет износ новца, већ корисник сам уноси одређени износ који подиже или којим врши плаћање робе или услуга. Исписивање износа на еурочекуу основи је везано за висину средстава на банкарском рачуну корисника, а постоје и утврђени горњи лимити, који се на подручју Европе крећу око 200 €.

Као издаваоци еурочекова јављају се готово све веће банке у Европи, а предност представља и веома разграната мрежа прималаца на подручју старог континента (хотели, ресторани, туристичке агенције, бензинске пумпе и други учесници у туристичком промету).

КРЕДИТНЕ КАРТИЦЕ

**Кредитне картице** представљају веома распрострањен инструмент безготовинског плаћања роба и услуга на тржишту. Појава кредитних картица на међународном тржишту, без потребе да се изврши замена средстава плаћања за националну валуту, имала је посебно значајну улогу у олакшавању туристичких путовања и снажно је утицала на повећање туристичке потрошње у свету. Допринос туристичких агенција експанзији система кредитних картица био је велики, било да су се јављале као издаваоци (емитенти) (American Express) или да се масовно јављају као продајна места која прихватају плаћање кредитним картицама за пружене услуге.

На савременом туристичком тржишту плаћање путем кредитне картице показује знаке снажне експанзије. Овај вид плаћања најраспрострањенији је међу туристима и пословним путницима у САД, док је у Европи заступљеност различита по појединим тржиштима. Највећи број кредитних картица по глави становника јавља се на британском тржишту (око 25 милиона кредитних картица), док рецимо тржиште Немачке не показује већу склоност ка коришћењу овог облика плаћања. Свега 5% трошкова током туристичких путовања Немци плаћају коришћењем кредитне картице, а далеко је више заступљен еурочек.

Нагла експанзија кредитних картица на тржишту везана је за другу половину XX века, а прву кредитну картицу у данашњем облику увео је ланац ресторана Diner`s Club. За само неколико година Diner`s Card је постала прихваћено средство безготовинског плаћања на међународном тржишту. Данас у свету постоји много различитих кредитних картица, али се јављају одређене заједничке карактеристике које се тичу стандардног облика, изгледа, садржине, као и сличности у пословним операцијама њиховог коришћења, од издавања, па све до процедуре наплате од корисника.

Картице су направљене од пластичног материјала, стандардне су величине (8,5 x 5,5 cm) и садрже следеће податке:

назив издаваоца (емитента),

име и презиме корисника,

период важности,

серијски број картице,

потпис корисника.

Подаци су утиснути рељефним словима и бројкама што омогућава њено коришћење на продајним местима (хотелима, ресторанима, туристичким агенцијама, трговинама и другим).

Кредитне картице представљају легитимациони папир који њеном власнику омогућује да код издаваоца картице или на продајном месту, које има закључен уговор са издаваоцем, купује робу и услуге уз презентовање саме картице.

Као издаваоци картица јављају се:

банке и различите финансијске институције,

туристичке компаније и специјализоване организације (Diner`s Club) и

компаније из различитих делатности које издају картице ради олакшавања и стимулисања потрошње на сопственим продајним местима (нафтне компаније – Shell, Texaco,  rent-a-car компаније – AVIS, Hertz и друге).

Развој система кредитних картица заснован је на успостављању релативно сложених односа између три заинтересоване стране: емитента (издаваоца картице), продајног места које прихвата одређене картице и самог корисника. Издаваоц кредитних картица прописује критеријуме за њено коришћење. При томе је заинтересован за проширење система на што већи број продајних места од којих наплаћује и одређену провизију. Сама продајна места – примаоци картица имају низ предности првенствено због позитивних ефеката на саму потрошњу која се повећава због могућности куповине без готовог новца, а и због чињенице да су корисници кредитних картица људи већих платежних могућности. За формирање система кредитних картица значајно је и укључивање што већег броја корисника. За издаваоце то уноси извесне ризике у пословање због несавесних корисника чија се дуговања у неким случајевима морају наплаћивати и преко суда. Стога издаваоци картица прописују и критеријуме за пријем потенцијалних корисника у систем, при чему се првенствено полази од финансијских способности корисника.

Позитивни ефекти могу се сагледати и у националној економији у целини као последица стимулисања веће потрошње и смањивања потребне новчане масе у оптицају. Због саме природе туристичких путовања кредитне картице су постале врло распрострањен инструмент плаћања на туристичком тржишту. За корисника је од највећег значаја сигурност коју има, посебно када се ради о путовањима у иностранство. Избегавање ношења већих сума готовог новца, као и процедуре замене новца у домицилну валуту представља незаменљиве предности за туристе.

Са апекта пословања туристичких агенција посебно је значајно да се ради о врло раширеном систему плаћања и укључивање наших туристичких агенција у савремене токове на туристичком тржишту, што је стимулативно деловало на повећање иностраног туризма, а посебно на повећање потрошње страних туриста.

На светском тржишту, поред најраспрострањенијих универзалних картица, јављају се и специјалне картице које емитују поједине компаније ради стимулисања потрошње сопствених производа или услуга. Специјалне картице издају ланци робних кућа и супермаркета, rent-a-car компаније, хотелски ланци и други. У области туризма и путовања посебан значај има Universal Air Travel Plan (UATP) card која се користи за куповину карата авио-компанија чланица IATA-е.

Међу универзалним картицама може се правити разлика у зависности од начина на који настаје обавеза за корисника картице. На основу тога разликују се:

кредитне картице, код којих корисник добија могућност плаћања са одложеним роком и

дебитне картице, код којих се врши промптно плаћање рачуна; у овом случају је услов за издавање картице отворени рачун код одређене банке која врши трансфер новца. Корисник картице може у овом случају вршити плаћање само до износа који је покривен средствима на рачуну. Најпознатију картицу ове врсте у свету издаје Visa International Association, међународне компаније са седиштем у Сан Франциску. У систем Visa картице укључено је око 100 милиона корисника из свих делова света.

Данас све ширу примену имају и smart card (паметне картице) која има уграђен микрочип са свим битним подацима о кориснику, укључујући и дозвољене износе за кредитирање. Ове картице налазе све већу примену при куповини хотелских услуга, авио-карата и других туристичких услуга.

Задатак: одговорити на питања:

1. Шта је ваучер?

2. Који су разлози за појаву ваучера?

3. Елементи ваучера су?

4. Врсте ваучера?

5. Путнички чек је?

6. Комбинацијом којих инструмената плаћања је настао путнички чек?

7. Шта су кредитне картице?

8. Које податке садрже картице?

sotra.milica@esloznica.rs

viber grupa

Google učionica