

# הסוכנים והחדשנות המשבשת: איך הופכים את הלימון הזה ללימונה

Posted on 29 בנובמבר 2018 by עירית רוזנבלום



הכנס השנתי של התאחדות משרדי הנסיעות ריכז מאות סוכנים בפאפוס שהראו שהם עדיין כאן

**Categories:** [סוכנים](#), [ראשי](#)

**Tag:** [התאחדות משרדי הנסיעות](#), [חני סובול](#), [קובי קרני](#), [קפריסין](#), [פאפוס](#), [חדשנות משבשת](#)

לפני שנתיים היתה זו אתונה שאירחה את כנס התאחדות משרדי הנסיעות ויועצי התיירות, והשנה - קפריסין, ליתר דיוק פאפוס והאזור, עם ארוחת גאלה, סיור בעיר וחפלה יוונית.

בשנתיים שעברו מאז, עברה תעשיית התיירות טלטלה עזה: טיסות הלואו-קוסט החלו כובשות את שדות התעופה בעולם ובמקביל פותחות יעדים חדשים שעד כה לא היו על מפת התיירות העולמית ובכך מגדילות את העוגה ומכניסות עוד ועוד אוכלוסיות למעגל הנוסעים.

במקביל, הזמנת טיסות ומלון בחו"ל נעשו אף הם נגישים יותר טכנולוגית והמתווכים הקלאסיים, סוכני הנסיעות, ניצבים בפני תקופה מאתגרת.

הכנס במלון Elysium המפואר המסתיים הערב (ה') נסוב כולו סביב החדשנות המשבשת. כפי שהסבירה מנכ"לית ההתאחדות, **חני סובול**: חדשנות משבשת (Disruption), היא מה שקורה כאשר טכנולוגיה נכנסת לשוק שלא היתה בו קודם והופכת מוצר משירות מורכב ויקר למוצר פשוט ובמחיר סביר.

"באופן הזה, אם בעבר המוצר או השירות היו נגישים רק לעשירים ולחזקים דוגמת טיסות סדירות וחדרי מלון, הדיסרפן מאפשר לאוכלוסיות גדולות בהרבה להגיע למוצר או לשירות כמו טיסות לואו-קוסט וחדרים ב-Airbnb. במהלך הכנס נבחנו את החדשנות המשבשת מכמה כיוונים, כדי לבדוק כיצד עושים מהלימון הזה לימונדה ורותמים את החדשנות המשבשת לטובת עתידם של סוכני הנסיעות."



שיחה פתוחה קובי קרני וחני סובול עם יהודה שרוני. צילום עוזי בכר  
לקראת הכנס הזמינה ההתאחדות סקר באמצעות מכון סמית על תיירות הפנאי (ללא נסיעות עסקים). הממצאים מצביעים על כך שסוכני הנסיעות ואתרי אינטרנט ישראלים הינם ערוץ חשוב בהזמנת מוצרי תיירות בחופשות בחו"ל ובארץ. חלקם היחסי בהזמנת כרטיסי טיסה קצת נחלש לטובת הזמנות באתרים בינלאומיים, אך הם שומרים על יתרון משמעותי (ירידה מ-34% בנובמבר 2016 ל-25% בנובמבר 2018).

חלקם היחסי של הסוכנים בהזמנות בתי מלון בחו"ל לא השתנה משמעותית והם שומרים על יתרון קל לעומת הזמנות ישירות באתרי בתי המלון או באתרי אינטרנט בינלאומיים.

48% מהנוסעים מעדיפים להזמין טיסות ובתי מלון בנפרד (יחסית יותר בקרב הצעירים) ו-40% מעדיפים להזמין טיסות ובתי מלון בחבילה (יחסית יותר בקרב מבוגרים).

קצת יותר ממחצית מהזמנות החופשות בארץ מבוצעות באמצעות סוכני הנסיעות או אתרי אינטרנט ישראלים. תדמית סוכן הנסיעות הינה חיובית, כאשר שירות, היכרות אישית, ליווי בזמן החופשה, מקצועיות ואמינות <sup>2</sup> גורמים לאנשים לחזור ולקבל שירות מהם.

הציבור מוכן, לפחות הצהרתית, לשלם עבור שירותי סוכן נסיעות. במדרג הראשון <sup>2</sup> על ייעוץ מקצועי לפני הנסיעה. נושא ליווי במשך הנסיעה עלה כנושא חשוב במקומות שונים בסקר.

כשני שלישים ציינו שהם מוכנים לשלם עבור מוקד חרום זמין בזמן הנסיעה וקרוב לשליש  $\frac{1}{3}$  עבור הצעות לגבי אטרקציות שונות בזמן אמת. חלה עלייה קלה בנכונות לשלם עבור כל אחד מהם.



הגעת הנוסעים לכנס בפאפוס. צילום עוזי בכר  
**רוב הלקוחות לא יודעים שחוק הגנת הצרכן חל על מוצרי תיירות**

קבלת קופונים והטבות מסוכני הנסיעות משפיעים על החלטות הציבור לרכוש מהם מוצרי תיירות יותר מאשר הידיעה על כך שהזמנת חופשה באמצעות סוכני הנסיעות חוסכת זמן וכסף.

רק כשליש מהנשאלים שמעו על כך שחוק הגנת הצרכן חל על רכישת מוצרי תיירות באמצעות סוכני הנסיעות ולעובדה זו יש השפעה הולכת וגדלה על הרצון לרכוש מוצרי תיירות באמצעותם.

בשנתיים האחרונות יצאו לחופשה בחו"ל 70% מכלל האזרחים ב-2016 ו-78% ב-2018. מתוכם, מספר הנופשים שיצאו לחופשה בין 3-4 פעמים בשנה עלה מ-26% ל-30% ואלה שיצאו 5 פעמים בשנה ויותר עלה מ-14% ל-19%.

את פאנל הפתיחה של הכנס הנחה עיתונאי מעריב יהודה שרוני שהציב שאלות ליו"ר ההתאחדות קובי קרני ולמנכ"לית סובול. מטבע הדברים השיחה עסקה בנושאים המוכרים  $\frac{1}{2}$  תשלום (או מניעת) תגמול לסוכנים מצד חברות התעופה, עבודה מול ועדות הכנסת השונות כדי לשפר את מעמדם של הסוכנים שמופלים לרעה במכירת מוצרים שחושפים אותם להחר כספי כשכבר העבירו את הסכומים לספקים, הפרת הסכמים חד צדדית של גופים ועוד.

היו"ר קרני סבר שלסוכנים יש בעייה תדמיתית בעקבות כל הפרסומות של שיווק ישיר ("מי צריך סוכן"), שעשה שיימינג לכל הסוכנים באשר הם. קרני טען שכיום האפשרות לחסוך דולר בנסיעה היא חזות הכל ולשם כך אנשים מוכנים לוותר על סוכן, לטוס בלילה לשדות תעופה מרוחקים ועוד.

<https://www.youtube.com/watch?v=40huw20VTHg&t=42s>

קרני הזכיר שבעניין הטכנולוגיה והאינטרנט, הרי גם שם אנשים נכנסים למעשה לאתרים של סוכנים ושכיום הסוכנים התקדמו מאד מבחינה טכנולוגית ואפשר לתקשר אתם בכל הדרכים שהלקוחות משתמשים בהם והם נותנים ללקוח מעטפת של שירותים.

אחת הטענות החוזרות של ההתאחדות היא על המגבלות שמטילה עליה הרשות להגנת הצרכן ולה לא נותר אלא לפעול דרך בית המשפט או ועדות הכנסת. כמו, למשל, הצעת חוק שדורשת מהסוכן להנפיק כרטיס טיסה תוך 24 שעות, בעוד המחיר משתנה כמה פעמים ביום או שמטילים על הסוכנים את האחריות לאיחורים בטיסות.

חני הזכירה את ההחלטה של הרשות להגנת הצרכן להציג ללקוח בעת מבצע את המחיר למוצר כפי שהיה 30 יום לפניו גם בתחום הנסיעות, מהלך שבאירופה הוחרג בענפי התיירות והתעופה.



מימין רוני אלוני מרשת פתאל ואחישי גל מאיסטא. בערב הגאלה. שתי החברות רכשו במשותף שלושה מלונות בפאפוס

עוד הזכירה הצעת החוק של שירות שאינו ניתן לביטול ובזכותו המוצר זול יותר, שמקודמת על ידי ח"כ **בצלאל סמוטריץ'** ותפתח לסוכנים פתח ליותר עיסקאות, בזכות התאמת הרגולציה למציאות החדשה. לדברי חני גם המלונות מצטרפים להצעת החוק הזו ויוכלו למכור גם מלונות בארץ במחיר זול יותר ללא זכות ביטול.

שוני הזכיר את החלטת אל על לבטל את העמלה לסוכנים החל ביוני 2019, וקרני שב והתלונן על יכולתה המוגבלת של ההתאחדות להילחם בנושא זה למען הסוכנים. "אנחנו עובדים כאילו משהו מקשיב לנייד שלנו. אנחנו מרגישים מופלים לרעה בצורה קיצונית על ידי הממונה על ההגבלים", טען והזכיר את התקרית האחרונה שבה נקנסו יאט"א וה-BSP ב-10 אלפים שקלים בשל העברת מידע מהסוכנים.

באשר לביטול העמלות, מדגיש קרני שהם איגוד חלש שמתמודד נגד קונסורציומים של חברות התעופה בחו"ל ונגד "החלטות הזויות". ההתאחדות הגישה תביעות נגד חברות התעופה, חלקן הסתיים בגישור ויש 6 חברות עם תהליך פתוח. "וצריך להתמודד מול אל על. זה שינוי דרמטי. אבל מתקיים דיאלוג. אנחנו מדברים על הזכות הבסיסית לקבל תגמול".

חני תקפה את חברות התעופה בהקשר של סעיף 824 לפיו סוכן זכאי לתגמול. "כל מה שאנחנו מבקשים הוא שחברות התעופה יכבדו את ההסכם כמו שאנחנו מכבדים את חבותנו להעביר דוחות כספיים ולשלם עמלות לפי הצורך. כשלתע יש איגוד מקצועי שמחליט על דעת עצמו לשנות את ההסכם".

עוד הזכירה תופעת השיימינג ברשתות החברתיות שגורמת לסוכנים לשלם גם אם המקרה אינו באשמתו או בתחומו, רק כדי לא שישחירו את שמו בפייסבוק.

חני ציינה שיש סיטונאים שמצאו את הדרך להגדיל את הכנסותיהם באמצעות חיבור מוצרים כמו תוספת של מלונות הכל כלול ופארקים לטיולי משפחות.

חני הדגישה כי הנטייה של חברות רבות שלא לשלם עמלה לסוכנים וכך מצאו את עצמם המלונאים משלמים ל-OTA עמלות בגובה של 20% ו-30% ו"מה יקרה? בעוד כמה שנים יישארו בענף 20 משרדים גדולים שיקבלו עמלות גדולות".

אשר לסוגיית הביטוח שסוכני הנסיעות מוכרים כבר 40 שנה ומאויימת, כבר בקרוב היא צפויה להיפתר לפחות עד השנה הבאה. ואכן, חוזר שפורסם היום על ידי הממונה על רשות שוק ההון, קובע כי הסוכנים יוכלו להמשיך ולמכור ביטוח נסיעות לחו"ל עד ה-20 ביולי 2019.

אחרי שהוציא קצת קיטור כשהתלונן שהוא עושה עבודה ציבורית כבר עשרות שנים ושהסוכנים כל הזמן מצפים להישגים אבל "ברגע האמת כל אחד חוזר לפינה שלו", סיכם קובי קרני ש"ענף התיירות חי ונושם בכל העולם, חלק מתאים את עצמם חלקם לא. משרדי הנסיעות ישנם השיטות השתנו, העולם השתנה ואתה צריך להתאים את עצמך אליו".



ממטעמי קפריסין באירוע במלון קורל ביץ' בפאפוס. צילום עירית רוזנבלום