

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-5>

УДК 338.487:615

АЛГОРИТМ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ СИСТЕМ БРОНЮВАННЯ ТА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ПІД ЧАС РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

ALGORITHM AND FEATURES OF THE INTERACTION OF RESERVATION SYSTEMS AND TOURIST ENTERPRISES IN THE TOURISM INDUSTRY DURING THE SALE OF A TOURIST PRODUCT

Крюк Аліна Сергіївна

магістр,

Запорізький національний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5478-4224>

Безкоровайна Лариса Вікторівна

доктор педагогічних наук, професор,

Запорізький національний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9502-9604>

Kriuk Alina, Bezkorovayna Larysa

Zaporizhia National University

З'ясовано, що питання впровадження інформаційних технологій у діяльність туристичних підприємств є актуальним, оскільки забезпечує ринковий успіх туристичного підприємства. Питання комп'ютерних систем бронювання, резервування уможливорює підвищення ефективності діяльності туристичного підприємства, полегшує роботу менеджерів з продажу туристичних послуг. Підтверджено, що висока економічна ефективність використання систем комп'ютерного бронювання спонукала їх власників боротися за вплив на ринку туристичних послуг. Акцентовано, що туристичний продукт є комплексом послуг для мандрівника, і туристичне підприємство є одним із елементів ланцюжка партнерів по організації туру. Швидкість інформації, оперативний зв'язок набуває між ними першорядного значення, тому інформаційним технологіям, комп'ютерним системам бронювання в індустрії туризму відводиться величезна роль.

Ключові слова: туризм, індустрія туризму, туристичний продукт, туристична послуга, системи бронювання.

The issue of the introduction of information technologies in the activities of tourist enterprises is relevant, as it ensures the market success of the tourist enterprise. The issue of computer reservation and reservation systems makes it possible to increase the efficiency of the activity of a tourist enterprise, facilitates the work of managers of sales of tourist services. It has been confirmed that the high economic efficiency of using computer reservation systems has encouraged their owners to fight for influence in the market of tourist services. It is emphasized that the tourist product is a set of services for the traveler, and the tourist enterprise is one of the elements of the chain of partners for the organization of the tour. The speed of information, operational communication is of primary importance between them, therefore, information technologies, computer reservation systems in the tourism industry play a huge role. On the basis of a theoretical analysis of the researched question, we found out that today the following is observed in the world practice of using computer systems: in order to attract travel agents, companies have expanded the scope of using reservation systems, including a wide range of services (booking hotel seats, car rental, air passenger insurance, issuing tickets, foreign passports and even flower orders). In addition, the programs provide travel agents with the ability to computerize documentation and accounting. Such computerization of the activities of travel agencies significantly increased their productivity. Currently, there is a certain dependence and necessity of the use of computer reservation and reservation systems by tourist enterprises, which creates certain additional opportunities for the design and implementation of a tourist product, as well as the dissemination of information about the enterprise's own activities. It was also determined that today the reservation and reservation systems are the main sales channel of the modern product of the tourism industry, as well as the main arteries for all types and types of information in the field of world and domestic tourism.

Keywords: tourism, tourism industry, tourist product, tourist service, reservation systems.

Постановка проблеми. На сьогодні питання впровадження інформаційних технологій у діяльність туристичних підприємств є дуже актуальним, оскільки забезпечує ринковий успіх туристичного підприємства завдяки цифровізації, комп'ютерним системам бронювання, резервування туристичного продукту та послуги [1; 11].

Нині питання вивчення комп'ютерних систем бронювання та резервування є дуже актуальним завдяки тому, що використання цих систем уможлиблює підвищення ефективності діяльності туристичного підприємства і полегшує роботу менеджерів із продажу тих чи інших туристичних послуг.

Теоретичний аналіз із досліджуваного питання підтверджує, що висока економічна ефективність використання систем комп'ютерного бронювання спонукала їх власників боротися за вплив на ринку туристичних послуг.

Як відомо, туристичний продукт являє собою комплекс різних послуг мандрівникові, і туристичне підприємство є лише однією з ланок великого ланцюжка партнерів по організації туру [1; 7]. Швидкість інформації, оперативний зв'язок набуває між ними першорядного значення, тому інформаційним технологіям і комп'ютерним системам бронювання в індустрії туризму відводиться величезна роль [1; 5].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Як підтверджує теоретичний аналіз із обраної теми роботи, серед вітчизняних дослідників, які присвятили увагу в своїх працях проблемам теорії та практики формування, впровадження та розвитку в діяльності туристичних підприємств комп'ютерних систем бронювання туристичних послуг, реалізації туристичного продукту завдяки системам бронювання та резервування, слід відзначити таких науковців, як: С. Мельниченко, Г. Мунін, М. Скопень, Л. Чигир [3; 4; 8; 9], та ін.

Здійснений теоретичний аналіз відповідної літератури підтверджує, що різними авторами досліджено питання функціонування спеціальних економічних зон; розкрито сутність принципів побудови інформаційного суспільства; розроблено також механізми регулювання ринку інформаційних продуктів та галузі послуг; висвітлені теоретичні аспекти запровадження і розвитку комп'ютерних систем бронювання туристичних послуг, передусім, у галузі готельних послуг

Формулювання цілей дослідження. Мета статті полягає у з'ясуванні особливостей

алгоритму та особливості взаємодії систем бронювання та туристичних підприємств в індустрії туризму під час реалізації туристичного продукту.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням здобутих наукових результатів. Нагадаємо, що системи бронювання авіаквитків з'явилися в міжнародному туристичному середовищі ще наприкінці 1950-х років. На початку 90-х років почалося масштабне впровадження електронних технологій в готельне господарство, трохи пізніше – в діяльність туристичних підприємств.

В останні роки комп'ютерні системи бронювання у зв'язку із зростанням розмірів їх застосування отримали нову назву – Глобальні системи резервування.

Існують такі основні шляхи бронювання.

1. Інтернет – приблизно 30 % продажів. Бронювання через Інтернет залежить від компанії – провайдера, його цін і умов. Схема бронювання ідентична продажу готельних послуг.

2. GDS (Global Distribution System) – близько 40-60 %. Поява комп'ютерних програм розпочалася у 1960-х рр. в Європі, у зв'язку зі зростаючим потоком клієнтів.

Global Distribution System виникла при створенні альянсів авіакомпаній. Вона призначалася для професійних туристичних компаній і вимагала навчання персоналу (від 5 днів).

Система включає три основні системи:

- Amadeus/System One дорівнює 175 сегментів на місяць (сегмент-послуга);
- Galileo/Apollo = 60 сегментів на місяць;
- World/Span/Abacus = 400 сегментів на місяць, середній обсяг продажу = 30000 сегментів на місяць. Тільки з їх допомогою щорічно продається не менше 30 млн. авіаквитків та готельних місць.

У США терміналами бронювання користуються 96% всіх туристичних агенцій.

Технічний рівень зарубіжних систем бронювання дуже високий, вони мобільні, багатофункціональні, надійні, прості в управлінні, інтегровані у глобальні мережі Інтернет.

Розглянемо функціональні можливості деяких зарубіжних систем бронювання.

Amadeus – це багатофункціональна система бронювання, до якої входять:

- понад 38000 туристичних компаній за допомогою 108000 терміналів;
- 430 авіакомпаній з 60000 терміналами;
- 35000 готелів та інших засобів розміщення;
- 55 організацій з оренди автомобілів [10].

Причини лідерства «Амадеус» пояснюються раннім приходом на ринок, досить сильним маркетинговим просуванням на ринку, розробкою адаптованих програм для туристичних агенцій.

Через дану систему можливо звернутися із запитом до сотень авіакомпаній, десятків тисяч готелів (із негайним підтвердженням) і всіх основних компаній з прокату автомобілів по всьому світу.

«Амадеус» пропонує найнадійніший спектр послуг індустрії туризму, надає повний інструментарій управління, доступний з будь-якого місця [10].

Galileo – одна з провідних комп'ютерних систем бронювання у світі. У Східній Європі є 120 агентств-представників. У 1993 р. до даної системи приєдналася американська система бронювання «Апполо», а в 1996 злилася з «Гетс», що автоматично додало велику кількість нових клієнтів, що позитивно позначилося на таких параметрах діяльності, як:

- країни, що які обслуговуються – 57;
- агентства, що використовують Галілео – 32326;
- кількість терміналів в світі – 119400;
- готельні ланцюги для бронювання – 193;
- готелі для бронювання – 29500;
- авіакомпанії для бронювання – 500.

Galileo є однією з найбільш передових систем в технічному відношенні. Одна з перших вона надала агентствам Windows-версію системи резервації. Працює в основному з суб'єктами СНД.

Ситсема Sabre поширена більш ніж в 70 країнах і має близько 30 тис. користувачів. Відмітною рисою є те, що ця система пропонує своїм клієнтам прямі продажі.

Суть полягає у відкритті доступу до системи для всіх бажаючих. Будь-який турист або бізнесмен може самостійно забронювати авіаквитки або готельний номер зі свого домашнього, робочого, персонального комп'ютера.

Утруднення просування GDS на вітчизняному ринку туристичних послуг залежать від таких факторів:

- складності підключення та використання;
- високих матеріально-технічних витрат: обов'язкова закупівля комп'ютерного обладнання у певного постачальника, орендна плата за роботу в системі, високі комісійні за низький обсяг продажу, необхідність оновлення комп'ютерного забезпечення;
- низького рівня охоплення українського туристичного ринку;

- обмеженням зв'язку між розрізненими адміністративними центрами;
- відсутністю чіткої і постійної взаємодії між інвенторними системами і GDS;
- інвенторні системи не мають можливості виходу в світовий простір.

Проте, зазначимо, що, незважаючи на складності впровадження комп'ютерних технологій в туристичний і готельний бізнес України, цей процес поступово розвивається і на сьогодні відзначається його незворотність.

На основі теоретичного аналізу з досліджуваного питання нами з'ясовано, що на сьогодні у світовій практиці застосування комп'ютерних систем спостерігається наступне: для того, щоб залучити туристичних агентів, компанії розширили сферу використання систем бронювання, включивши в їх програму широке коло послуг (бронювання готельних місць, прокат автомобілів, страхування авіапасажирів, оформлення квитків, закордонних паспортів і навіть, замовлень на квіти). Крім того, програми надають туристичним агентам можливість комп'ютерної обробки документації та бухгалтерського обліку [3; 4; 8]. Подібна комп'ютеризація діяльності туристичних агентств істотно підвищила їх продуктивність.

Комп'ютерні системи бронювання на сьогодні служать для задоволення потреб туристичних підприємств і визначають першочергові цілі таким чином:

- пропонувати постачальникам (провайдерам) туристичних послуг (авіаперевезення, прокат автомобілів, готелі, туроператори, залізниця та ін.) надійну і ефективну загальносвітову мережу збуту, яка надає їм доступ до найбільшої в світі бази клієнтури, що належить туристичним агенціям і комерційним бюро авіакомпаній;
- пропонувати туристичним агенціям потужний інструмент управління та маркетингу, що надає їм можливість бути конкурентоспроможними і прибутковими, мати доступ, як до місцевих, так і міжнародних провайдерів, забезпечувати управління діяльністю та вести фінансовий облік роботи підприємств;
- пропонувати авіакомпаніям можливість використання системи в їх комерційних бюро таким чином, щоб і авіакомпанії, і туристичні агенції мали можливість працювати через одну й ту ж систему;
- забезпечувати глобальне обслуговування у вигляді технічних зв'язків і альянсів з іншими системами [3; 4; 8; 9].

Нині існує велика кількість комп'ютерних програм, що надають можливість поширювати туристичні послуги з використанням комп'ютерних систем бронювання. Системи бронювання постачають туристичним агентствам спеціальні пакети, що включають ці програми і, звичайно ж, спеціальне обладнання для здійснення діяльності.

Зрозуміло, що всі операції з резервування здійснюються туристичними агентствами за допомогою зв'язку з певними структурами, зайнятими в цій галузі. Набір обладнання і засобів зв'язку залежить від обраного туристичним агентством типу підключення до системи:

- підключення по каналу зв'язку (прямий провід або некомутований канал зв'язку) – пряме підключення;
- підключення з набором телефонного номера (комутований канал зв'язку) – телефонне підключення;
- підключення через мережу Інтернет.

Функції туристичного агентства при самостійному бронюванні клієнтами через Інтернет-ресурси полягають у перевірці коректності виконаного бронювання, оптимізації обраних маршрутів, оформленні та доставці авіаквитків.

Отже, кожна комп'ютерна система бронювання створює власні комп'ютерні програми, які виконують певні функції і надають туристичним підприємствам можливість:

- проводити пошук оптимальних цінових варіантів туристичних послуг;
- працювати за різними тарифами, в тому числі, конфіденційними;
- надають можливість туристичним агентствам автоматично роздруковувати квитки, використовуючи дані про бронювання;
- надають можливість туристичним агентствам використовувати програму автоматичного складання звітів;
- вести різні види статистики;

- доступу до великої довідкової системі оперативної інформації;
- контролювати всі операції по взаєморозрахункам з клієнтами та постачальниками;
- створювати на сайті туристичних агентств систему бронювання туристичних послуг для корпоративних і приватних клієнтів.

Таким чином, відвідувач сайту має можливість самостійного вибору авіарейсів і готелів та їх подальшого бронювання.

Взаємодія туристичного оператора з комп'ютерними системами бронювання створює можливість:

- інтегруватися в світовий туристичний ринок;
- оперативно управляти своєю діяльністю;
- розширювати ринок збуту туристичної продукції;
- планувати маркетингову діяльність;
- попередньо формувати списки споживачів і завчасно забезпечувати завантаження;
- аналізувати попит на туристичну продукцію тощо [3; 8].

Висновки. Таким чином, здійснений нами теоретичний огляд, вивчення інтернет-ресурсів із досліджуваного питання допоміг з'ясувати, що нині існує певна залежність і необхідність використання туристичними підприємствами комп'ютерних систем бронювання та резервування, що створює певні додаткові можливості з проектування та реалізації туристичного продукту, а також поширення інформації про власну діяльність підприємства. Визначено також, що на сьогодні системи бронювання та резервування є основним каналом збуту сучасного продукту туристичної індустрії, а також основними артеріями для всіх типів і видів інформації в галузі світового та вітчизняного туризму. Перспективними напрямками вбачається дослідження питання диверсифікації туристичного продукту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Безкоровайна Л. В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмуознавства у вищих навчальних закладах : дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04 / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2018. 713 с.
2. Колективні засоби розміщування в Україні в 2012, 2013 та 2014 роках. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : [монографія]. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 493 с.
4. Мунін Г. Б. Сучасні ефективні інформаційні технології управління операціями в сучасному готельному комплексі. *Формування ринкових відносин в Україні. Збірник наукових праць*. 2002. № 16. С. 94–97.

5. Про схвалення Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі від 11 жовтня 2016 р. № 739-р. Київ. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249407991>.
6. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026: розпорядження КМ України від 16.03.2017 р. № 168-р. *Урядовий портал*. 2017. № 168-2017-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>.
7. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. Ст. 241. Із змінами, внесеними згідно із Законом № 222-VIII (222-19) від 02.03.2015 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 23. Ст. 158. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>.
8. Скопень М. М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі. Київ : Кондор, 2007. 301 с.
9. Чигир Л. Готельний бізнес: як організувати бронювання місць через Інтернет. *Бізнес*. 2003. № 24 (543). С. 110–113.
10. Amadeus. Офіційний сайт. URL: <http://www.amadeus.com/web/amadeus/en>.
11. Bezkorovaina L., Makovetskaya N., Sydoruk A., Korolenko K., Naumchuk V. Professional training of future specialists in tourism and hotel and restaurant business in European countries. *ALRJournal*. 2021; 5(2): 54–62. DOI: <https://doi.org/10.14744/alrj.2020.29053>.
12. Booking.com. Офіційний сайт. URL: <http://www.booking.com/hotel/ua/ukraine.ru.html>.

REFERENCES:

1. Bezkorovaina L. V. (2018) Theoretical and methodological basis of the professional training of the future masters of tourism in higher educational institutions Thesis for a doctoral degree in pedagogical sciences, Zaporizhzhia: Zaporizhzhia National University. 713 p.
2. Kolektyvni zasoby rozmishchuvannya v Ukraini v 2012, 2013 ta 2014 rokakh. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (in Ukrainian)
3. Melnychenko S. V. (2008) *Informatsiini tekhnolohii v turyzmi: teoriia, metodolohiia, praktyka* : [monohrafiia]. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 493 p.
4. Munin H. B. (2002) Suchasni efektyvni informatsiini tekhnolohii upravlinnia operatsiiami v suchasnomu hotelnomu kompleksi. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. Zbirnyk naukovykh prats*. № 16. P. 94–97.
5. Pro skhvalennja Konceptiji populjaryzacji Ukrajinu u sviti ta prosuvannja interesiv Ukrajinu u svitovomu informacijnomu prostori (2016) [On approval of the Concept of popularization of Ukraine in the world and promotion of Ukraine's interests in the world information space] Kyiv.
6. Pro skhvalennja Strateghiji rozvytku turyzmu ta kurortiv do 2026 (2017) [On approval of the Strategy for the development of tourism and resorts until 2026]. Kyiv.
7. Pro turyzm (1995) [About tourism]. Zakon Ukrajinu, Kyiv.
8. Skopen M. M. (2007) *Kompiuterni informatsiini tekhnolohii v turyzmi*. Kyiv: Kondor, 301 p.
9. Chyhyr L. (2003) *Hotelnyi biznes: yak orhanizuvaty broniuвання mistv cherez Internet*. *Biznes*. № 24 (543). P. 110–113.
10. Amadeus. Available at: <http://www.amadeus.com/web/amadeus/en>
11. Bezkorovaina L., Makovetskaya N., Sydoruk A., Korolenko K., Naumchuk V. (2021) Professional training of future specialists in tourism and hotel and restaurant business in European countries. *ALRJournal*. 5(2): 54–62. DOI: <https://doi.org/10.14744/alrj.2020.29053>.
12. Booking.com. Available at: <http://www.booking.com/hotel/ua/ukraine.ru.html>.