

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. Н. П. ОГАРЁВА»

Факультет географический

Кафедра туризма

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

канд. геогр. наук, доц.

 М. А. Жулина

« 22 » июня 2019 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**  
**ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛОЩАДКИ БРОНИРОВАНИЯ**  
**СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ**

Автор бакалаврской работы 13.06.2019  А. В. Алямкина

Обозначение бакалаврской работы БР-02069964-43.03.02-01-19

Направление подготовки 43.03.02 туризм

Руководитель работы

канд. геогр. наук, доц.

13.06.2019  В. М. Кицис

Нормоконтролер

ст. преподаватель

13.06.2019  А. И. Кусерова

Саранск  
2019

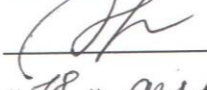
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. Н. П. ОГАРЁВА»

Факультет географический  
Кафедра туризма

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

канд. геогр. наук, доц.

 М. А. Жулина  
«18» апреля 2019 г.

**ЗАДАНИЕ НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ**

Студентка Алямкина Алина Владимировна

1 Тема: Электронные площадки бронирования средств размещения

Утверждена приказом № 19-с от 09.01.2019

2 Срок представления работы к защите 22.06.2019

3 Исходные данные для научного исследования: теоретические источники по теме исследования, статистические данные, источники сети Интернет

4 Содержание бакалаврской работы

4.1 Теоретические аспекты изучения электронных площадок бронирования

4.2. Характеристика основных электронных площадок бронирования средств размещения

4.3. Электронные площадки бронирования в отеле «Адмирал»

Руководитель работы

18.04.2019  В. М. Кицис

Задание принял к исполнению

18.04.2019  А. В. Алямкина

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 62 страницы, 28 рисунков, 1 таблицу, 34 использованных источника.

ГОСТИНИЦА, ОТЕЛЬ, СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ, БРОНИРОВАНИЕ, ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛОЩАДКИ БРОНИРОВАНИЯ.

Объект исследования – электронные площадки бронирования.

Цель работы – охарактеризовать электронные площадки бронирования, используемые в средствах размещения.

В результате исследования изучены особенности использования электронных площадок бронирования в деятельности средств размещения.

Степень внедрения – частичная.

Область применения: материал данной выпускной квалификационной работы может применяться в деятельности средств размещения, что позволит повысить эффективность их функционирования.

Эффективность – исследование будет способствовать изучению вопросов использования электронных площадок бронирования в деятельности предприятий индустрии гостеприимства.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 Теоретические аспекты изучения электронных площадок бронирования	7
1.1 Сущность электронных площадок бронирования, их характеристика	7
1.2 Виды и типы электронных площадок бронирования	14
2 Характеристика основных электронных площадок бронирования средств размещения	23
2.1 Мировые площадки бронирования средств размещения	23
2.2 Российские площадки бронирования средств размещения	35
3 Электронные площадки бронирования в отеле «Адмирал»	40
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	55
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	59

## ВВЕДЕНИЕ

Информационно-коммуникационные технологии стремительно входят в жизнь во всех сферах человеческой деятельности. Не в меньшей, а может быть и в большей степени они очень важны для успешного развития предприятий туристской индустрии в целом, в том числе индустрии гостеприимства.

Рынок гостиничных услуг составляют различные средства коллективного и индивидуального размещения: отели, гостиницы, мотели, молодёжные хостелы и общежития, апартаменты и др. Все они стремятся привлечь клиентов в целях повышения своей конкурентоспособности. Одним из путей увеличения числа гостей выступает резервирование мест в средствах размещения через электронные площадки бронирования.

Управление отелем, руководство персоналом, внедрение технологий бронирования и резервирования, подготовка сотрудников для управленческого бизнеса и многое другое – все это необходимые элементы гостиничного бизнеса во всем мире. Объединение гостиниц в цепи с установлением общих стандартов сервиса и предоставлением разнообразных гостиничных услуг, в том числе по бронированию мест, материально-техническому оснащению, безопасности и иное, в значительной мере снижают издержки управления и увеличивают эффективность гостиничных предприятий. Исходя из этого, актуальность темы исследования не вызывает сомнений.

Объект исследования – электронные площадки бронирования, а предмет исследования – особенности применения электронных площадок бронирования в средствах размещения.

Цель работы – охарактеризовать электронные площадки бронирования, используемые в средствах размещения.

Достижение поставленной цели требует решения следующих задач:

- рассмотреть теоретические аспекты изучения электронных площадок бронирования;
- дать характеристику основных площадок бронирования средств размещения;

– выявить особенности использования электронных площадок бронирования отелем «Адмирал».

При написании ВКР были использованы следующие методы исследования: анализ и синтез, описание, обобщение, наблюдение и др.

Теоретическая значимость работы заключается в систематизации сведений о глобальных системах бронирования и их использовании в практике работы гостиничного предприятия.

Практическая значимость данной работы выражается в том, что сделанный анализ использования систем бронирования в отеле «Адмирал» может использоваться в целях повышения эффективности его деятельности, а также в процессе преподавания таких дисциплин, как «Средства размещения в туризме», «Инновации в туризме» и др.

Теоретическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых в области индустрии туризма и гостиничного бизнеса, таких как Е. Н. Артемова, Н. А. Балюк, В. Г. Гуляев, М. А. Морозов, Н. С. Морозова, Н. И. Плотникова, Ф. Котлер, Д. Т. Боуэн, Д. Мейкенз и других, а также данные из официального сайта «Адмирал» и официальных сайтов электронных площадок бронирования.

Производственной базой для выполнения выпускной квалификационной работы являлся отель «Адмирал».

Апробация темы исследования. Отдельные положения работы были доложены на научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов ФБГОУ ВО «НИ МГУ им. Н. П. Огарёва». Опубликована по теме ВКР статья: «Технология онлайн-бронирования на примере системы HORSE» в электронном журнале «Современные проблемы территориального развития» (2018, № 4).

Поставленные цели и задачи определили структуру исследования, которая состоит из введения, 3 разделов основной части, заключения, списка использованных источников.

# 1 Теоретические аспекты изучения электронных площадок бронирования

## 1.1 Сущность электронных площадок бронирования, их характеристика

Бронирование гостиничных услуг – это первое, с чем встречается возможный клиент любого отеля. Функция бронирования заключается в резервировании номеров определённой категории в установленные даты.

Бронирование гостиничных услуг непосредственно оказывает большое влияние на результативность загрузки номерного фонда отеля, определяя рентабельность компании. Основу процесса резервирования гостиничных услуг является бронирование номеров отеля, в соответствии с поступающими заявками.

Бронирование гостиничных услуг – это предварительное закрепление за конкретным туристом мест в отеле на определённую дату. Факт бронирования номера подтверждается получением от гостиницы подтверждения с номером брони и детализацией (вид номера, срок, объем включенных услуг, стоимость размещения и прочих условий) [12].

Процесс бронирования показан на рисунке 1.

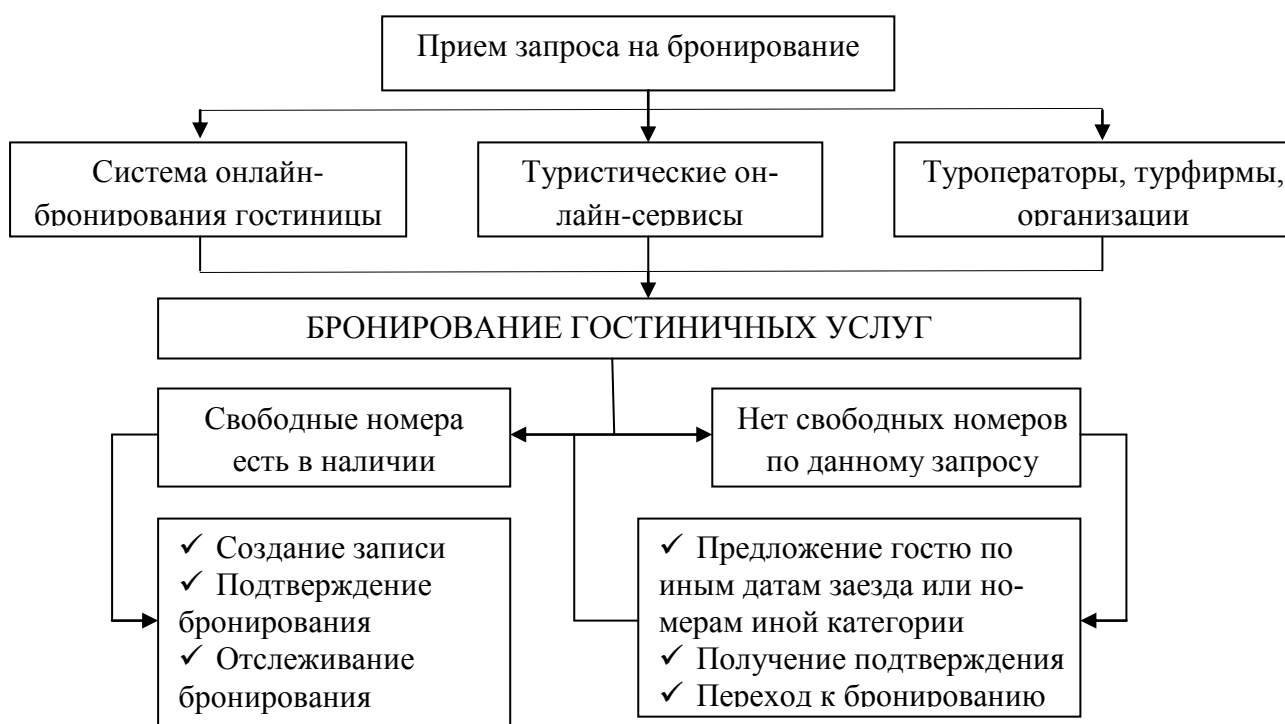


Рисунок 1 – Процесс бронирования гостиничных услуг [12]

Процедура бронирования согласно собственной природе подразумевает присутствие самой возможности брони, т. е. присутствие свободных номеров на конкретную дату, и согласия возможного покупателя и отеля реализовать заблаговременное резервирование гостиничных услуг.

Достоинства процесса резервирования гостиничных услуг и номеров посредством сети интернет:

- круглосуточный режим деятельности;
- большое число альтернатив размещения в любом уголке земного шара;
- комфортный поиск необходимых альтернатив;
- резервирование посредством сети интернет даёт возможность предварительно изучить с фотографиями отеля и номерами, откликами покупателей;
- служба приёма и размещения отеля получает возможность незамедлительно откликаться на поступающие заявки от клиентов;
- клиент незамедлительно получает подтверждение резервирования.

Плюсы онлайн бронирования для отелей:

- турист с бронью – это гарантированный клиент;
- вероятность заблаговременной реализации услуг отеля в день заезда;
- обслуживание приближает покупателя к отелю;
- своевременность резервирования и актуальность информации для широкой интернет-аудитории;
- отсутствие человеческого фактора уменьшает количество число погрешностей отдела резервирования отеля.

Глобальные компьютерные системы бронирования и резервирования вводятся на туристский рынок в массовом порядке в начале 90-х гг. XX в. В то время несколько ведущих туристских организаций заявили ряду гостиничных фирм о необходимости занесения данных гостиниц в электронные системы бронирования. В ином случае они отказывались реализовывать бронирование мест в данных отелях.

В своей работе Н. С. Морозова отмечает: «Развитие сети интернет изменяет туристский бизнес во всём мире настолько стремительно, что многочис-



ленные фирмы с трудом успевали приобщиться к новейшим технологиям. Хотя отдача от электронной коммерции ещё до конца не изучена и определенными экспертами ставится под сомнение, привлечение гостиниц в электронный мир совершается стремительными темпами. Гостиничные компании, имеющие собственные веб-сайты и использующие интернет системы бронирования, получают новейшие высокоэффективные маркетинговые каналы продвижения собственных услуг.

Современная индустрия туризма за последние годы претерпела весьма значительные перемены в связи с внедрением новых компьютерных технологий. Специфика технологии разработки и реализации турпродукта требует таких систем, которые в самые короткие сроки давали бы данные о возможностях размещения туристов, гарантировали бы быстрое бронирование и резервирование мест, а кроме того автоматизацию решения вспомогательных задач при предоставлении туристских услуг» [11, с. 25].

С каждым годом все больше туристских компаний и обычных путешественников используют системы резервирования отелей. Аналогичные системы предоставляют право резервировать места в отелях всего мира, получать новую информацию об условиях бронирования, ценах, скидках за наименьшее время, не выходя из офиса либо дома. В настоящее время эти системы массово распространены и хорошо скоординированы. Значительная финансовая результативность применения систем электронного бронирования заставила их собственников бороться за влияние на рынке туристских услуг.

Рассматривая историю бронирования, Н. С. Морозова пишет: «На развитие массового туризма существенное влияние оказало появление современного авиационного транспорта и компьютерных систем бронирования. В свою очередь, увеличение количества авиалиний, самолетов, рост объемов авиаперевозок закономерно привели к необходимости создания и использования компьютерных систем бронирования CRS (Computer Reservation System), которые стали основным инструментом для резервирования авиабилетов. Первые системы резервирования появились на рынке в середине 60-х гг. Это были системы APOLLO

фирмы United Airlines и SABRE фирмы American Airlines. Первоначально развитие компьютерных систем бронирования шло путем установки терминалов в офисах самих авиакомпаний, что позволяло существенно повысить скорость и эффективность работы персонала авиакомпаний, улучшить качество обслуживания клиентов за счет сокращения времени оформления билетов, сократить штат сотрудников, занимающихся бронированием авиабилетов. Техническим оснащением первых центров бронирования занималась фирма IBM, которая до сих пор поставляет оборудование для систем резервирования» [11, с. 25].

Терминалы бронирования стали размещать в крупных туристских фирмах после их установки в офисах авиакомпаний. Благодаря внедрению таких терминалов туристские агенты получили возможность в режиме реального времени бронирования авиабилетов. Это способствовало росту эффективности деятельности туристских фирм по следующим направлениям:

- сокращение времени на оказание услуг клиентам туристских фирм;
- бронирование стало осуществляться в режиме реального времени;
- снизилась начальная стоимость предлагаемых услуг за счет уменьшения численности работников, осуществляющих резервирование, диверсификации предлагаемых услуг, внесения в них изменений.

Авиакомпании и туристские фирмы, благодаря резервированию билетов заранее, получили возможность осуществления стратегии гибкого ценообразования, оптимизации загрузки самолетов и формирования маршрутов полетов туристов, стыковки расписания рейсов разных авиакомпаний, оптимизации полетов по стоимости, времени и устранения других проблем.

Характеризуя эволюцию систем бронирования, М. А. Морозов пишет: «Оценив эффективность новой технологии бронирования и перспективы их использования, авиакомпании существенно расширили как спектр представленной в системах бронирования информации, так и функциональные возможности этих систем. Первоначально ориентированные на отдельно взятую авиакомпанию, эти системы превратились в программные комплексы, обслужива-

ющие группы авиакомпаний и предоставляющие ряд дополнительных услуг по бронированию мест в гостиницах, заказу железнодорожных билетов, прокату автомобилей и т. д. Теперь в системах бронирования заложена информация не только о наличии мест, но и общая информации о рейсах, типах задействованных самолетов, подробном описании тарифов, а также информация о смежных отраслях туристского бизнеса: прокате автомобилей, размещении в гостиницах, продаже железнодорожных билетов и др.» [10, с. 20].

Формирование и широкое внедрение систем бронирования происходило по двум направлениям: за счет роста количества предлагаемых услуг и за счет уменьшения стоимости электронных услуг резервирования и бронирования. Увеличение области работы совершалось в соответствии всем назначениям предлагаемых туристским бизнесом услуг, в том числе проживание, развлечения и т. д. Это привело к формированию глобальных распределительных систем – GDS. Вдобавок, возможности глобальных электронных систем значительно расширились. GDS при резервировании мест на авиаперевозки способствовали не только бронированию мест в средствах размещения, но и осуществления других видов резервирования: заказывать автомобиль, проводить обмен валюты, бронировать билеты на различные мероприятия и программы и т. д.

Глобальные системы резервирования в развитых странах мира естественным путем вошли в технологическую цепочку формирования и обработки туристской информации, обеспечивая при этом финансовую ответственность при бронировании туров через использование пластиковых карт [11, с. 26].

Организация глобальных систем бронирования (ГСБ) (позже ставших компьютерными) способствовала получению максимального эффекта при создании сетей реализации.

В настоящее время выделяются четыре основных системы резервирования – Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan, принадлежащие авиакомпаниям. Их называют глобальными системами резервирования (ГСБ – Global Distribution System, GDS).

Изначально компьютерные системы резервирования и бронирования появились в середине 60-х гг. прошлого века в гражданской авиации – Apollo! фирмы United Airlines и Sabre фирмы American Airlines. Распространение сферы их деятельности на туристские фирмы и гостиницы, а также диверсификация услуг туристского бизнеса, привели к формированию глобальных распределительных систем.

Первая глобальная система бронирования Sabre, разработанная в 1964 г. авиакомпанией American Airlines, была установлена в 1976 г. в туристском агентстве, положив тем самым начало автоматизации туристской сферы. Второй по времени основания – 1987 г., стала система AMADEUS, созданная тремя крупнейшими европейскими авиакомпаниями – Air France, Iberia и Lufthansa. Третья, самая «молодая» из них – Worldspan, основана в 1991 г. слиянием компьютерной системы бронирования DATAS II (авиакомпания Delta Air Lines) и PARS (авиакомпания Trans World Airlines).

С помощью этих систем реализуются многие услуги: резервируются билеты на авиационный, железнодорожный, водный и автомобильный виды транспорта, бронируются места в коллективных средствах размещения, осуществляется обмен валюты, заказываются прокат автомобилей, билеты на развлекательные и спортивные программы, оказываются другие дополнительные услуги.

Среди компьютерных систем бронирования, принадлежащих независимым консорциумам, необходимо назвать Utell, International, SRS, Start, Fidelio, Hotel и др. В настоящее время мировым лидером в сфере онлайн-туризма и сопутствующих услуг является Booking.com – часть Booking Holdings Inc.; получили широкое распространение Expedia и метапоисковик Trivago.

Национальные системы компьютерного бронирования (National Computer Reservations Systems, NCRS) создаются с учетом специфики туристического рынка конкретной страны. Наиболее известными из них являются: Start (ФРГ), Traviaustria (Австрия), Travicom (Великобритания), Esterel (Франция), Traviswiss (Швейцария), региональный Smart (Скандинавские страны).

Отечественные системы и программные комплексы бронирования представлены такими, как Сирена, Ключ, Алеан, МегаГИС, Академсервис, Экспресс, Кипарис, Avantix, Matisse, Тур Резерв, Арим-Софт и др.; наиболее известные интернет-системы бронирования – [www.1001hotels.ru](http://www.1001hotels.ru), [www.alean.ru](http://www.alean.ru).

История их развития начинается с 1972 г. В этом году ученые АН СССР и специалисты Министерства приборостроения создали и опробовали отечественную систему бронирования и резервирования авиабилетов Сирена. Пробразом современных компьютерных систем стала система Экран (г. Москва, гостиница «Ярославская»), три года спустя автоматизированная система управления (АСУ) появляется в Украине и к 1988 г. системы компьютерного обеспечения планировались в 12 московских гостиницах.

В 2003 г. в российском секторе интернета была представлена новая online система бронирования отелей – TravelHero, первая полнофункциональная глобальная система online бронирования отелей на русском языке. В настоящее время получили широкое распространение такие системы, как Hotels.com, Ostrovok.ru, OZON.travel и др. [1].

Сравнительная характеристика глобальных систем бронирования представлена в таблице 1.

Т а б л и ц а 1 – Сравнительная характеристика глобальных компьютерных систем бронирования [11, с. 27].

Показатель	Система бронирования			
	Galileo	Worldspan	Amadeus	Sabre
Число терминалов, подключённых к системе	>160000, турфирм	>28000, турфирм	>400000, турфирм	>350000, турфирм
Число авиакомпаний-поставщиков	420	500	490	400
Число гостиниц-поставщиков	90000	45000	110000	86000
Число компаний-поставщиков по аренде автомобилей	30000, офисов	45000, офисов	35380, офисов	25000, офисов
Число агентств-пользователей в мире	67000	40000	64300	55000

Анализ таблицы 1 показывает, что показатели ведущих мировых систем бронирования в основном сопоставимы, несмотря на то, что у той или иной системы наблюдается определенное преимущество по какому-либо показателю.

Таким образом, глобальные системы бронирования выступают на мировом туристском рынке одним из главных инструментов, обеспечивающих разнообразные формы и виды связей между его участниками.

## 1.2 Виды и типы электронных площадок бронирования

Мировая практика организации систем бронирования свидетельствует, что средства размещения могут входить в:

- централизованную систему бронирования (ЦСБ);
- альтернативную систему бронирования (АСБ);
- глобальную систему бронирования (ГСБ).

Общая схема устройства систем бронирования может быть представлена следующим видом (рисунок 2).



Рисунок 2 – Общая схема систем бронирования [29]

ЦСБ средних размеров аккумулирует информацию, которая приходит от 10 – 15 средств размещения, тогда как глобальные системы собирают данные с огромного количества средств размещения. Так, во всех известных гостиничных цепях мирового уровня действуют централизованные системы бронирования. Достоинства ЦСБ состоят в том, что при отсутствии мест в каком-либо

средстве размещения резервирование мест осуществляется в другом, расположенном либо рядом, либо в другом городе. Поэтому централизованная система позволяет клиентам в автоматическом режиме на основе его предпочтений предложить иной вариант в выборе средства размещения. Это можно изобразить в виде схемы (рисунок 3).

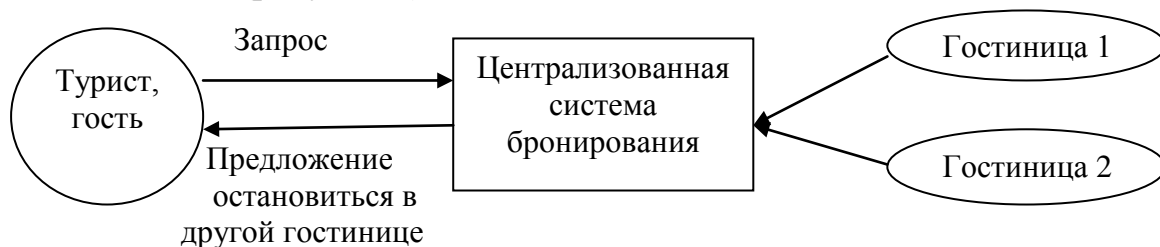


Рисунок 3 – Схема централизованной системы бронирования [29]

Структурно централизованная система бронирования может состоять из ряда отелей, у которых общий собственник, либо из нескольких соседних мини-отелей, либо нескольких структурных подразделений крупного гостиничного комплекса, либо из средств размещения, перечисленных выше. Сервер ЦСБ содержит подробную информацию о номерном фонде всех обслуживаемых средств размещения, включая описание его параметров, наличие мест на конкретные даты, цены на номера в зависимости от сезона, а также блок онлайн бронирования, имеющий выход на один или несколько интернет-сайтов [19].

В настоящее время практически каждое средство размещения имеет собственный сайт, где посетители могут зарезервировать номер без посредников. Прямые продажи являются самыми перспективными вследствие того, что количество сайтов, ориентированных на оказание услуг по бронированию, ежегодно растёт. Такие системы относят к альтернативным системам бронирования (АСБ), схема которых представлена на рисунке 4.

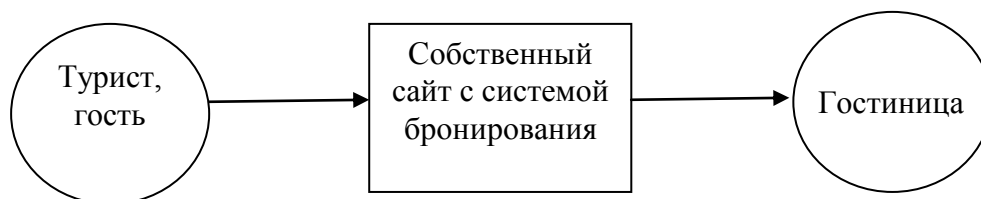


Рисунок 4 – Схема альтернативной системы бронирования [29]

Использование альтернативных систем бронирования основано ряде преимуществ:

- комфорт для пользователя;
- сайты содержат дополнительную маркетинговую информацию;
- АСБ позволяет посетителю дать более объективную оценку отелю или номеру, которые он желает забронировать, и, тем самым, совершить окончательный выбор.

Применение альтернативных систем бронирования достаточно эффективно, поскольку сокращение времени ответа на полученный заказ содействует увеличению числа привлечённых клиентов при минимуме расходов.

Автоматизация процесса обработки поступающих заявок способствует сокращению сроков отправки ответа-подтверждения сделанного заказа.

Однако максимальный эффект при формировании систем бронирования мест в средствах размещения достигается при их подключении к глобальным системам бронирования (ГСБ). В настоящее время в мире функционирует 4 ключевых ГСБ – Galileo, Amadeus, Worldspan и Sabre. Причём на долю Amadeus и Sabre приходится более 70 % резервирований.

Как было отмечено выше, история создания ГСБ была связана с реализацией авиабилетов, однако в последние десятилетия они прочно заняли свое место на мировом рынке гостиничных услуг. Кроме бронирования авиабилетов, в структуру ГСБ входят резервирование железнодорожных билетов, прокат автомобилей и иные вспомогательные функции. Особенность ГСБ в том, что они в основном не дают доступа частным клиентам, поскольку взаимодействие с ними происходит при посредничестве турагентств. Данная стратегия ведет к постепенному снижению значимости ГСБ из-за быстрого роста масштабов прямых продаж туруслуг через глобальную систему Интернет.

Вхождение средства размещения в систему электронного бронирования мест ведет к тому, что данное средство размещения и туристский агент имеют возможность быстрого получения информации о наличном свободном номерном фонде. Обмен информацией о предлагаемых свободных номерах, их кате-



гории и оказываемых услугах, о текущих тарифах, скидках, специальных программах для гостей и т. д., способствует повышению экономической эффективности функционирования средства размещения. Имея возможность быстрого и частого обновления тарифов, средство размещения может проводить гибкую ценовую политику, адекватно реагировать на спрос и, тем самым, привлекать больше клиентов [29].

В процессе изучения электронных площадок бронирования оказалось, что электронные системы для служб по работе с клиентами в разных средствах размещения могут значительно отличаться друг от друга, так как на их конфигурацию оказывают значительное воздействие характерные черты функционирования того или иного предприятия индустрии гостеприимства – гостиницы, отеля, мотеля и т. д.

Существует несколько видов бронирования:

- 1) гарантированное бронирование;
- 2) негарантированное бронирование;
- 3) сверхбронирование.

Сущность гарантированного бронирования (Guaranteed reservation) заключается в том, что резервирование места происходит со специальным регистрируемым подтверждением отеля, в котором он гарантирует клиенту получение заказанного им номера и в необходимое ему время. Клиент, в свою очередь, гарантирует оплатить номер, даже если он не сможет им воспользоваться в случае неявки. Если клиент не смог вовремя аннулировать заказ на номер в средстве размещения, то при гарантированном бронировании оплата за неиспользованный номер все равно взимается с клиента. Если же клиент заблаговременно не предупредил средство размещения об отказе от поселения в указанные время и дату, средство размещения имеет полное право применить к клиенту штрафные санкции. Таким способом отель страхует себя от неполучения запланированных доходов [25].

Виды гарантированного бронирования:

- по предварительной оплате;

- по выставлению счета (внесение депозита или предоплаты);
- под гарантию компании или корпорации (с которыми у гостиницы имеется соответствующий договор);
- под гарантию кредитной карты;
- гарантированное бронирование ваучером.

Наиболее предпочтительная форма гарантированного бронирования, которую хотели бы видеть службы приема и бронирования, – это бронирование по предварительной оплате. Данный вид бронирования предполагает полную оплату за весь период пребывания клиента в средстве размещения. Предварительная оплата осуществляется, в основном, банковским переводом. Срок подтверждения предоплаты устанавливается отелем, но не менее одних суток до заезда гостя.

Бронирование по выставлению счета (внесение депозита или предоплата) предполагает, что гость платит определенную сумму до заезда. Сумма аванса обычно включает стоимость проживания за одни сутки + налог на добавленную стоимость (НДС). Если бронирование осуществляется на длительный срок, то предоплата чаще всего может быть больше, чем за одни сутки. В случае отмены бронирования (до срока, после которого вводятся штрафные санкции) предоплата возвращается. В том случае, когда изменяется дата заезда (изменения должны быть заявлены заранее), предоплата переносится, а в случае заезда гостя предоплата используется для оплаты за проживание и прочие гостиничные услуги [23].

Бронирование под гарантию кредитной карты – достаточно новый вид гарантированного бронирования. Основная масса компаний международных платежных систем придерживаются политики страхования предприятий индустрии гостеприимства. Эти компании обязывают гостя в случае его неприбытия выплачивать неустойку отелю при гарантированном бронировании. Суть этой политики в том, что до тех пор, пока бронирование не отменено (до установленного срока), отель имеет право накладывать на клиентов штрафные санкции, используя данные по кредитным картам. Отель должен застраховать себя от

неполучения доходов вследствие неявки клиента. Отель просит клиента указать реквизиты кредитной карточки клиента, гарантируя себе оплату номера даже в случае его неявки [25].

На рисунке 5 представлен образец бланка соглашения о гарантии бронирования.

Соглашение о гарантии бронирования	
Гостиница « _____ »	
<b>Пожалуйста, прогарантируйте бронирование кредитной картой.</b>	
В случае незаезда гостя с Вашей кредитной карты будет снята сумма, равная стоимости номера в сутки.	
Фамилия гостя:	_____
Номер подтверждения:	_____
Дата заезда:	_____
Категория номера:	_____
Данным письмом я предоставляю гостинице « _____ » право снять с моей кредитной карты	
тип карты (пожалуйста, пометьте): VISA, MASTER/	
EUROCARD, AMEX, Diners club, JCB	
номер карты	_____
срок действия	_____
фамилия владельца и подпись	_____
сумму, равную:	
стоимости первых суток проживания	_____
стоимости трансфера	_____
Пожалуйста, приложите фотокопию кредитной карты с двух сторон.	
Дата:	_____
Встреча в аэропорту возможна только при условии гарантии трансфера.	
Для организации трансфера укажите номер рейса и время прилета.	
Пожалуйста, заполните данную форму и вышлите в отдел бронирования по факсу _____.	

Рисунок 5 – Образец бланка гарантии бронирования [23]

Во многих гостиницах, аннуляция заказа без штрафных санкций по отношению к клиенту происходит не менее чем за 24 часа до заезда в гостиницу. Более поздняя аннуляция или неприбытие в гостиницу влекут за собой выплату

гостинице неустойки со стороны клиента в размере стоимости проживания в заказанном номере в течение одних суток.

Но как было выяснено на преддипломной практике, в гостинице «Адмирал» аннуляция заказа для физических лиц всегда происходит без штрафных санкций, но для юридических лиц всё остаётся без изменений, и они обязаны выплатить неустойку гостинице.

С развитием деловых связей средства размещения заключают договоры с крупными предприятиями и организациями. С такими предприятиями осуществляется бронирование под гарантию компании или корпорации. Заключенные с отелем договоры устанавливают, что всю финансовую ответственность за неприбытие своих работников или клиентов несут сами компании, фирмы, корпорации. От компании нужно гарантийное письмо, содержащее фразу: «В случае неявки фамилия, имя клиента и невозможности отмены бронирования до 18.00 в день заезда компания (название компании) гарантирует оплату одной ночи проживания». Этот текст приблизителен и зависит от политики взаимоотношений между гостиницей и компанией [25].

Еще один вид гарантии турагентств перед гостиничным предприятием – это туристский ваучер. Туристский ваучер – это платежный документ, свидетельствующий о предварительной оплате клиентом услуг размещения туристскому агентству. Туристский ваучер в свою очередь является гарантией оплаты турагентства гостинице за оказанные ею услуги.

Суть негарантированного бронирования заключается в том, что этот вид бронирования не гарантирует, что гость получит номер, а отель, в случае неявки гостя, оплату за зарезервированный номер. Если гость не прибыл до указанного срока, отель несет убытки и поэтому выставляет уже забронированный номер на продажу как свободный. Если гость прибыл после наступления часа аннуляции (обычно 18 часов), то отель имеет право предоставить гостю любой другой свободный номер [26].

На рисунке 6 представлен образец бланка гарантийного письма.

Кому:  
Вниманию г-на/ г-жи: \_\_\_\_\_  
От \_\_\_\_\_  
Касательно: Оплата за проживание гостей  
Дата: \_\_\_\_\_

**Гарантийное письмо**

Настоящим письмом компания « \_\_\_\_\_ » гарантирует оплату нижеперечисленных услуг, предоставляемых отелем « \_\_\_\_\_ » в связи с проживанием следующих гостей:

\_\_\_\_\_

имя, фамилия гостя

\_\_\_\_\_

категория бронируемых номеров, даты проживания

Услуги, оплачиваемые компанией:

стоимость проживания, налоги;

стоимость проживания, налоги, завтрак;

все расходы гостя;

другие услуги (просьба перечислить) \_\_\_\_\_

Оплату вышеуказанных услуг, а также выплату компенсаций в случаях, предусмотренных вышеуказанным Договором, гарантируем. Просим выставить счет на оплату.

[Подпись с указанием должности и фамилии]

[Печать, штамп Заказчика]

Рисунок 6 – Образец бланка гарантийного письма [23]

Сверхбронирование (Overbooking), или перерезервирование – маркетинговая политика гостиницы, когда бронирование мест в ней осуществляется сверх имеющихся в наличии, т. е. бронирование номеров происходит без наличия реально свободных мест. Несмотря на то, что законодательства ряда зарубежных стран содержат строгие нормы ответственности за отказ в предоставлении уже подтвержденного бронирования, гостиницы, тем не менее, идут на риск, из собственного опыта зная примерный уровень последующих неизбежных отказов от бронирования, приводящих спрос на гостиничные номера и их предложение к равновесию. Перед руководством гостиницы постоянно возникает дилемма: что лучше – пойти на риск двойного бронирования или остаться с непроданными номерами? И то и другое создает свои проблемы, так как в первом случае гостиница вынуждена платить неустойку за отказ в уже подтвержденном бронировании, а во втором – она упускает свои возможности получения максимального дохода [25].

Сверхбронирование получило достаточно широкое распространение в зарубежных странах, а в России оно используется очень редко. Причина – несовершенство законодательной и правовой базы в этом вопросе. В высококлассных отечественных отелях, где очень дорожат мнением своих постоянных гостей, стремятся не допускать случаев отказа им в поселении по подтвержденному бронированию. Если же в силу ряда обстоятельств отель не может поселить клиентов, имеющих гарантированное бронирование, он, как правило, размещает их в равноценном отеле и оплачивает одну ночь проживания, переезд, а также один телефонный звонок, связанный с необходимостью клиента сообщить о своем новом местонахождении. На такие случаи высококлассный отель должен иметь хорошие партнерские отношения с несколькими ближайшими отелями такого же уровня [23].

В процессе преддипломной практики было определено, что гостиницы часто перестраховывают себя и используют сверхбронирование. Бывают ситуации, когда лучше загладить свою вину перед несколькими гостями, и переселить их в аналогичный отель, либо доплатить им проживание в отеле большей звездности, при этом заселить на их место группу большую по численности, и на больший срок.

## **2 Характеристика основных электронных площадок бронирования средств размещения**

### **2.1 Мировые площадки бронирования средств размещения**

Международные туристские прибытия за период с 2000 г. по 2017 г. выросли с 680 млн. чел. до 1322 млн. чел., или на 94,4 % [2]. Столь стремительные темпы развития как международного, так и внутреннего туризма были в значительной мере обусловлены целым рядом факторов, среди которых одно из важнейших мест занимает научно-технический прогресс.

Для успешного развития туристской индустрии в целом и ее отдельных секторов (индустрия гостеприимства, индустрия питания, транспорт и пр.) очень важны современные информационно-коммуникационные компьютерные технологии. Наиболее широко в настоящее время они применяются при бронировании мест в коллективных средствах размещения, при покупке билетов на поезда и самолеты и т. п. Существующие системы дают возможность туристским компаниям и отдельным гражданам за достаточно короткое время, не выходя при этом из офиса компании либо из дома, бронировать места в гостиницах по всему миру, получать свежую информацию об условиях резервирования мест, ценах, акциях, скидках и др. [1].

В настоящее время в США используются четыре ведущие компании систем бронирования:

- Сабре/Sabre, организованная Североамериканскими Авиалиниями;
- Аполло/Apollo, организованная Объединенными авиалиниями;
- Уан/System One, сформированная Восточными авиалиниями;
- Уолдспан/Worldspan – объединение систем Datas и Twa Pars.

В Европе востребованы две основные системы – Амадеус/Amadeus и Галилео/Galileo, являющиеся собственностью многочисленных европейских авиалиний. Они сопряжены с одной из четырех североамериканских систем.

В Азии также находится ряд систем резервирования и бронирования. Наиболее известная из них – система Абакус/Abacus.

На сегодняшний день к числу основных глобальных международных систем резервирования относятся Amadeus, Galileo, Sabre и Worldspan. Другие глобальные системы, такие как Gabriel, Fidelio Hotel Вак, Aхess, Infini и прочие, контролируют слишком малую часть рынка – их совокупная доля составляет менее 10 % бронирований [14].

Рассмотрим более детально каждую из четырех систем бронирования, которые относятся к числу глобальных систем.

Система бронирования Amadeus была открыта 21 октября 1987 г. Её организаторами стали такие крупнейшие европейские авиакомпании, как Air France, Iberia, Lufthansa, SAS. Amadeus по праву считается одной из самых крупных и широко распространенных систем бронирования в мире. Штаб-квартира компании расположена в столице Испании г. Мадриде. Первыми сотрудниками стали работники, которые пришли в Amadeus из 4 авиаперевозчиков, ее создавших. Задача, которую поставили перед собой основатели компании, состояла в создании автономной и нейтральной глобальной системы резервирования. Они обязались инвестировать в общей сложности почти 300 млн. долларов [9].

Amadeus – это достаточно простая система, оказывающая, наряду с бронированием авиабилетов, огромный спектр туристских услуг. В 1988 г. через 7 месяцев после создания Amadeus в Ницце, Франция, был открыт центр разработки программного обеспечения. Amadeus была первой корпорацией, которая ввела и использовала европейскую валютную систему.

В 1989 г. представили первый прототип Amadeus Pro, революционный интерфейс, который может сэкономить туристским агентам 50 – 80 % времени и усилий при бронировании авиабилетов, автомобилей или отелей. Был подписан контракт с первым азиатским партнером, Thai Airlines. Сеть Amanet вышла в интернет и позволила туристским агентствам подключиться к национальным системам бронирования.

После 4 лет работы на рынке, было более 550 сотрудников из 38 стран. Тариф Amadeus Fare Quote теперь использовался во Франции, Бельгии и от-



дельных африканских странах при использовании инфраструктуры системы бронирования Air France.

Новый контент Air предоставил пользователям всемирный доступ к расписанию авиабилетов, обширным решениям для полетов и беспристрастному рейтингу, связанному с 45 000 терминалов.

7 января 1992 г. было началом миллионов бронирований. Офисы продаж авиакомпаний успешно перешли на платформу Amadeus, заменив свои национальные системы. Успешно присоединилось более 16 000 терминалов в офисах продаж Air France, Iberia и Lufthansa в 120 странах [21].

Были запущены платформы Amadeus Cars и Amadeus Hotels, которые обеспечивали легкий доступ к информации о более чем 10 000 пунктов проката автомобилей и гостиниц по всему миру.

В 1995 г. было открыто 9 000 туристских агентств по всему миру, приобретая System One от Continental Airlines.

Amadeus открыла новый Азиатско-Тихоокеанский офис, укрепляя существующие местные партнерские отношения и продолжая расширение в этом регионе.

Расширили международные железнодорожные предложения благодаря соглашениям с British Passenger Services, французской железной дорогой SNCF и итальянскими железными дорогами.

Amadeus впервые ввел в эксплуатацию сервер электронных билетов.

Компания Amadeus на мировом туристском рынке выступает как ведущий поставщик передовых решений в области информационно-коммуникационных технологий, каналов сбыта и электронной торговли для мировой туристской индустрии и авиаперевозок. Постоянные и значительные по объемам капиталовложениям в разработку IT-решений нового поколения открывают перед компанией Amadeus эффективные возможности для успешного приспособления к условиям высокой конкуренции на туристском рынке, развития и роста бизнеса, адаптации к быстро меняющимся ситуациям. Среди клиентов и партнеров Amadeus можно отметить различные авиакомпании, гостиницы и

отели, тревел-агентства, фирмы по аренде автомобилей, железные дороги, круизные и паромные компании, страховые провайдеры и туроператоры, а также корпорации и путешественники.

Компания Amadeus предлагает множество решений в разных сферах деятельности, которые разделены на 4 группы: дистрибуция ресурсов (Distribution & Content), инструменты продаж и электронная коммерция (Sales & e-Commerce), управление бизнес-процессами (Business Management) и консалтинговые услуги (Services & Consulting) (рисунок 7).

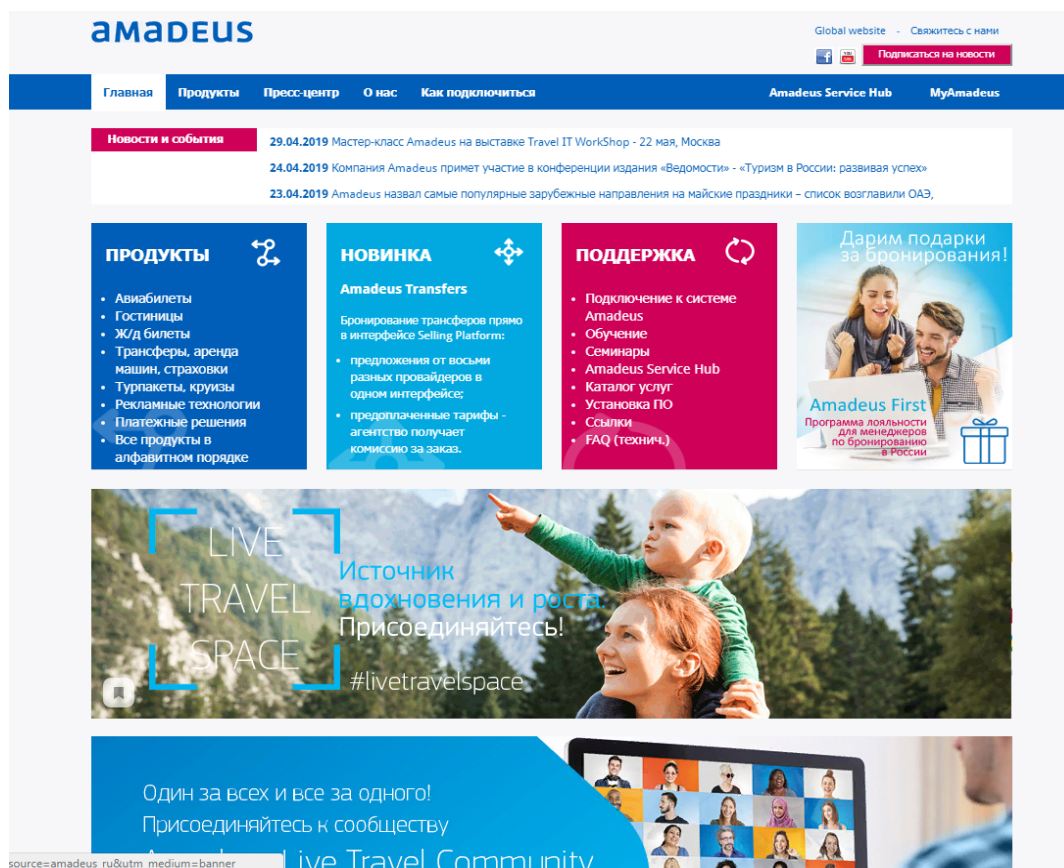


Рисунок 7 – Официальный русскоязычный сайт компании Amadeus [21]

В 2000 г. Amadeus стала первой компанией в отрасли, получившей сертификат качества Международной организации стандартизации ISO 9001:2000.

Более 400 тыс. профессионалов турбизнеса по всему миру применяют в своей работе основную разработку компании Amadeus в области дистрибуции туристских услуг – глобальную систему бронирования Amadeus. Система предназначена для бронирования авиабилетов, гостиниц, автомобилей, железнодоро-

рожных перевозок, паромов, круизов и страховых полисов. В зависимости от рынка набор предлагаемых для реализации туруслуг может различаться.

На сегодняшний день Amadeus предлагает своим клиентам возможность в режиме реального времени бронировать [21]:

- билеты на рейсы более 480 авиакомпаний и просматривать расписание рейсов свыше 710 авиакомпаний мира;

- автомобили в аренду в 35 380 офисов 30 компаний по прокату автомобилей во всем мире;

- гостиничные номера, осуществляя их выбор по категориям, расценкам, фотографиям, расположению отеля на карте. Amadeus гарантирует подтвержденное бронирование, неизменность цены, по которой забронировали номер, и его реализацию по специальным расценкам агентства для 110 000 отелей. Сюда включены отели, входящие в мировые гостиничные сети (например, Accor, Hyatt, InterContinental, Holiday Inn, Marriott, Renaissance, Radisson и др.), а также отдельные независимые отели. Amadeus первым внедряет решение по управлению комиссионными вознаграждениями туристских агентств для повышения объемов бронирования гостиниц.

До недавнего времени считалось, что глобальные системы бронирования – это «слишком дорогое удовольствие». Его могут позволить себе только крупные агентства. Однако сегодня мнение изменилось. Телекоммуникационные решения, разработанные Amadeus, внедрение интернет-технологий и сформированных на их основе турпродуктов, делают плату за пользование системой достаточно символической. Это весьма важно как для небольших агентств, так и для крупных компаний, стремящихся к развитию своей субагентской сети.

Находящийся в Мадриде главный офис компании Amadeus, является центром коммуникаций. Именно он определяет общую маркетинговую стратегию, корпоративные и финансовые направления развития компании [21].

В России система Amadeus внедрена с 1994 г. Она имеет представительства в Москве и Санкт-Петербурге и активно используется в стране. Техноло-

гия онлайн-бронирования авиабилетов реализована на сайтах 200 российских агентств [11, с. 28].

Сегодня к Amadeus в России подключены свыше 9000 агентских терминалов. Привлечение отечественных поставщиков услуг (авиакомпаний, гостиниц, страховых компаний, туроператоров) – важное приоритетное направление развития системы Amadeus в России. В Amadeus представлены и полностью открыты для бронирования ресурсы большинства крупнейших российских авиакомпаний, включая «Аэрофлот», S7, «ЮТэйр», «Уральские авиалинии».

Благодаря тесному сотрудничеству Amadeus с российскими страховыми компаниями, агенты могут автоматически рассчитывать и оформлять страховые полисы через ГСБ Amadeus.

Широкий выбор программных решений, интегрированных в основную систему, обеспечивает лидерство системы на российском рынке. В настоящее время реализовано более 200 проектов по внедрению технологии онлайн-бронирования авиабилетов на сайтах российских агентств.

С июня 2017 г. работает новый сервисный портал для агентов. Он получил новое имя – Amadeus Service Hub – и новый удобный функционал, который поможет клиентам лучше ориентироваться на портале и быстрее находить нужные материалы и решения (рисунок 8). Специальные настройки позволяют оперативно получать новости HelpDesk и информацию по обновлениям [21].

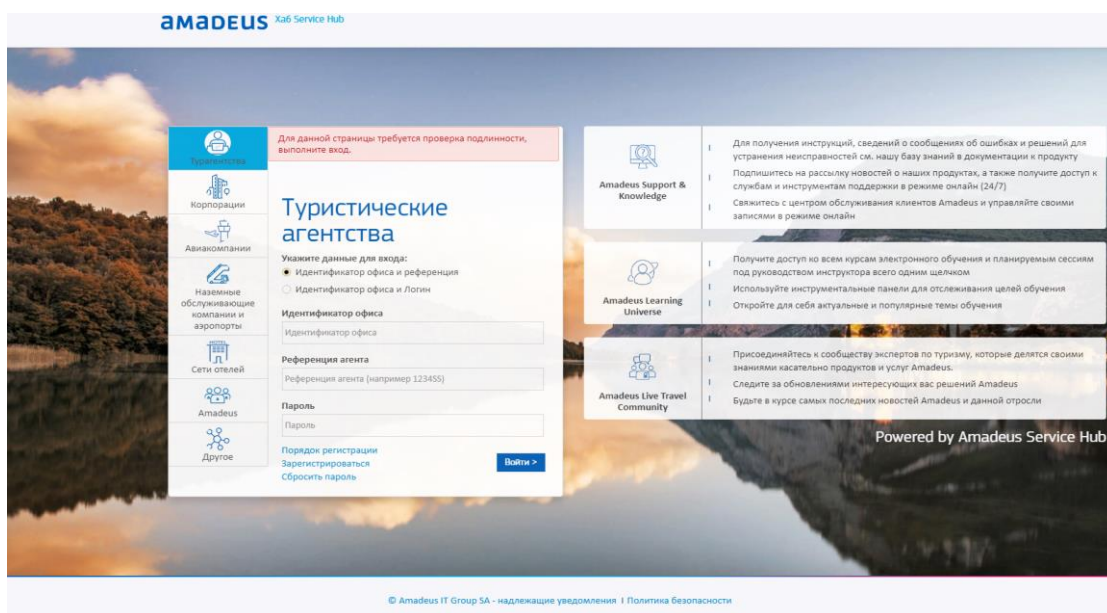


Рисунок 8 – Веб-сайт системы Amadeus «Service Hub» [21]

Система Amadeus включает ряд стандартных и несколько дополнительных модулей:

- Amadeus Air осуществляет бронирование полетов более 700 авиакомпаний;

- Amadeus Car обеспечивает бронирование автомобилей в 128 странах мира (4600 различных пунктов);

- Amadeus Hotel позволяет получить информацию более чем о 51 тыс. отелей по всему миру (в том числе о московских гостиницах «Метрополь», «Балчуг» и др.), а также обеспечить бронирование мест в них;

- Amadeus Ferry (паромные переправы) предоставляет широкий набор услуг путешествующим на пароме;

- Amadeus tickets позволяет бронировать билеты на спортивные и культурные мероприятия, причем в среднем осуществляется более 300 бронирований ежедневно;

- Amadeus Videotext является новинкой электронной связи между турагентами и потребителями;

- Amadeus Pro Tempo обеспечивает поиск гостиницы по выбранным достопримечательностям;

- Hotel Mapping выводит на экран монитора карту местности, на которой обозначено месторасположение интересующей клиента гостиницы [10, с. 24 – 25].

Преимуществом Worldspan являются новейшие технологии, применяемые в сети Интернет. Система Galileo является технологически обеспеченным сервисом для агентств и их клиентов. Системы бронирования Galileo и Worldspan входят в холдинг компании Travelport.

Travelport – это технологическая компания, которая делает опыт покупки и управления путешествиями постоянно лучше для всех. Компания управляет платформой торговли путешествиями, предоставляющей дистрибуцию, технологии, платежи и другие решения для мировой индустрии путешествий и туризма. Компания облегчает коммерцию путешествий, подключая ведущих мировых поставщиков туристских услуг к онлайн и офлайн покупателям путеше-

ствий на собственной платформе путешествий business-to-business (B2B). Официальный сайт компании «Travelport» представлен на рисунке 9.

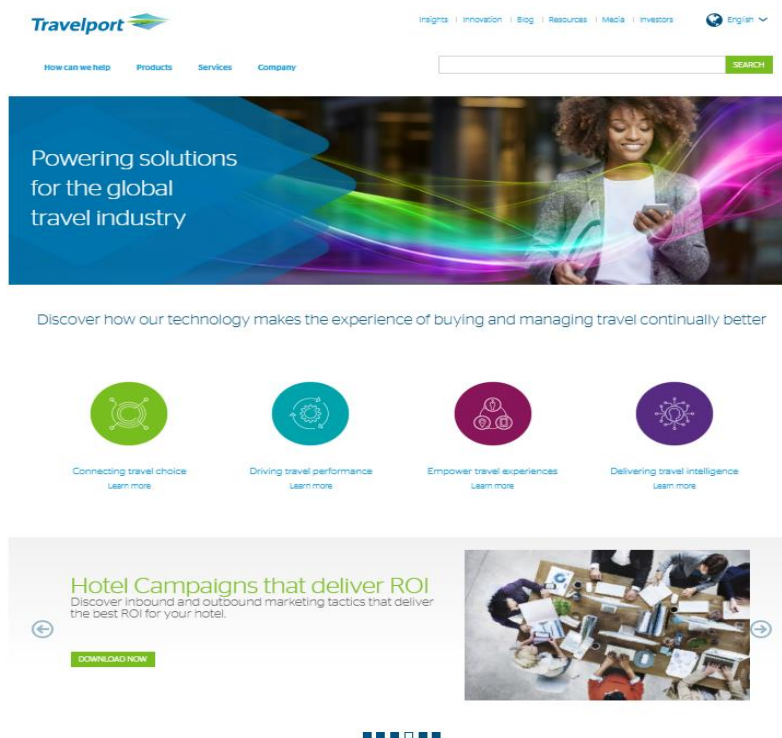


Рисунок 9 – Официальный сайт компании «Travelport» [14]

Travelport занимает лидирующие позиции в сфере мерчендайзинга авиакомпаний, гостиничного контента и дистрибуции, проката автомобилей, мобильной коммерции и платежных решений B2B. Компания также предоставляет критические ИТ-услуги авиакомпаниям, такие как покупки, продажа билетов, контроль вылета и другие решения. С чистой выручкой более \$2,5 млрд в 2018 г., Travelport со штаб-квартирой в Лэнгли, Великобритания, имеет более 3 700 сотрудников и представлен примерно в 180 странах и территориях [14].

Компания Nemo.travel является официальным сертифицированным разработчиком на Galileo Web Services. Система бронирования Nemo.travel поддерживает продажу авиабилетов на сайте агентства через глобальную распределительную систему Galileo.

На данный момент, в целях развития продукта Nemo.travel в рамках сотрудничества с компанией Travelport была добавлена интеграция с новым протоколом взаимодействия с ГСБ Galileo – Travelport uAPI. Он является более

эффективным и предоставляет больше возможностей по сравнению с предыдущей версией коннектора – Galileo Web Services (например, семейства тарифов). В виду перехода на этот более функциональный протокол взаимодействия с ГСБ Galileo доработка нового функционала будет производиться только для коннектора к Travelport uAPI и не будет производиться для Galileo WS [34].

Система Galileo основана в 1987 г. авиакомпанией British Airways (рисунок 10)



Рисунок 10 – Логотип компании «Galileo» [34]

Swissair, KLM и Covia, к которым несколько позже присоединились Alitalia и Austrian Airlines, также являются основателями системы Galileo. Компания Covia, имевшая свою собственную систему Apollo, переориентировала своих пользователей на Galileo и в 1993 г. система Galileo объединилась с системой Apollo в одну и получила название Galileo International.

В декабре 1999 г. компания Galileo официально открыла свое представительство в России.

Систему Galileo используют 67 тыс. туркомпаний в 160 странах мира. В системе представлено 420 авиакомпаний, 90 тыс. гостиниц, 30 тыс. пунктов по прокату автомобилей [11, с. 30].

Система Worldspan появилась в результате объединения компьютерной системы бронирования PARS европейского отделения американской авиакомпании TWA и КСБ DATAS американского авиаперевозчика Delta Airlines. Кон-

трольный пакет акций Worldspan принадлежал компании Delta Airlines, центр управления системой находился в г. Атланте (США). Worldspan являлась самой распространенной системой бронирования в Америке, занимала 3 место по популярности в Европе после Amadeus и Galileo. Представительство Worldspan действовало в России с 1995 г.

Worldspan – информационная система, осуществляющая резервирование главным образом на авиатранспорте (487 авиакомпаний), а также в отелях (39 000 гостиниц и 216 гостиничных сетей), компаниях по сдаче в аренду автомобилей (45 основные фирмы проката), экскурсионных бюро, театрах и других предприятиях культуры. Worldspan позволяет также получить всю необходимую справочную информацию, связанную с путешествиями и туризмом. В настоящее время системой пользуются более 25 000 туристских фирм по всему миру.

Заслуживает внимания тот факт, что Worldspan одной из первых систем бронирования начала активно продвигать туристские интернет-технологии в области электронной коммерции (e-commerce). Следует отметить, прежде всего, интернет-аналог самой системы Worldspan, а также Gateway Plus и Dates&Destinations, которые поддерживаются компанией. Программа Dates&Destinations позволяла создавать так называемые Internet Booking Engine (IBE) – систему бронирования через Worldspan на сайте турагентства в Интернете. В этом случае клиент самостоятельно может выбрать авиарейс и отель и осуществить их бронирование. Worldspan являлась провайдером популярных электронных агентств Expedia и Preiceline [11, с. 31].

Система бронирования Sabre.

Система Sabre была основана в 1964 г. авиакомпанией American Airlines, а в 1976 г. была сделана подсистема резервирования гостиничных мест (рисунки 11 и 12). Центр сети располагается в Оклахоме (США). Сеть Sabre содержит свыше 114 тыс. туристских агентов в более чем 27 тыс. регионах мира. Она



обеспечивает бронирование железнодорожных и авиабилетов, мест в гостиницах и др.



Рисунок 11 – Логотип компании «Sabre»[33]

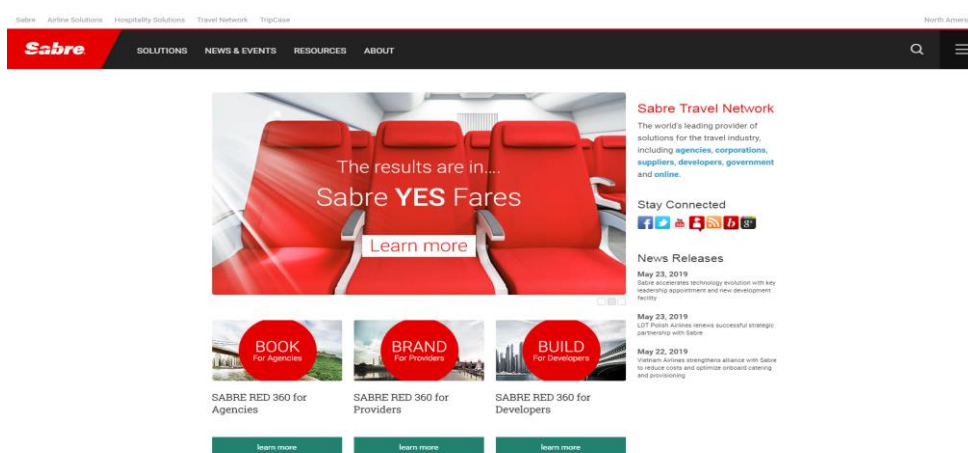


Рисунок 12 – Официальный сайт компании «Sabre» [33]

«Соединение людей и мест с технологией, которая переосмысливает бизнес путешествия» – так звучит слоган для авиакомпаний на официальном сайте Sabre. Наши последовательные инновации обеспечивают авиационную отрасль ориентированные на будущее ИТ-решениями – от мощных приложений до высокопроизводительных сред, поддерживающих авиакомпании по всему миру. Компания постоянно стремится разрабатывать и выводить на рынок новые передовые инновации. Sabre первыми, кто внедрил системы бронирования пассажиров и управления доходами, потребительские поездки, инструмент корпоративного бронирования, возможности поиска по низким тарифам.

Портфель Sabre включает [33]:

- более 225 авиакомпаний-партнеров по всему миру;
- почти 790 млн пассажиров садятся на борт каждый год;

– более 1500 аэропортов, использующих нашу технологию контроля вылета;

– более 35 млн. рейсов отслеживаются в год.

Компания также обслуживает около 700 других клиентов, включая аэропорты, грузовые и чартерные авиакомпании, правительства и советы по туризму в разных странах.

Платформа Sabre SynXis для работы гостиниц представляет собой взаимосвязанную систему интегрированных решений, где поставщики услуг и обычные туристы общаются друг с другом. Имеет единый интерфейс, где представлены цены и данные гостя. Независимо от того, в какой части мира было сделано бронирование, у вас есть достоверные данные о гостях, либо об услуге в реальном времени.

Sabre сотрудничает с 40 тыс. гостиниц по всему миру, представлено в 174 странах, время безотказной работы 99,96 %.

Сотрудничает с такими отелями как: «Red Roof Inn», «The Peninsula Hotels», «Wyndham Hotel Group», «Kempinski» и др. [33].

Sabre работает с 425 тыс. турагентств в более чем в 140 странах.

Sabre Dev Studio, платформа, которая позволяет разработчикам создавать приложения как для бизнеса (B2C), так и для бизнеса (B2B). Имея доступ к более чем 100 API-интерфейсам (веб-службам Sabre), комплектам разработки программного обеспечения, а также службам уведомления и информации, бизнес партнёры могут создавать эффективные, персонализированные и многофункциональные приложения.

Центр приложений Sabre Red. Являясь первым в мире рынком B2B – приложений для индустрии путешествий, обладает опытом и знаниями для удовлетворения любых потребностей бизнеса. Агенты могут делать покупки и запрашивать Red Apps для расширения возможностей своего Sabre Red Workspace, а туристские агентства могут настраивать Sabre Red Workspace в соответствии с конкретными потребностями своего агентства. Red Apps взаи-

модействуют с Red Workspace, обеспечивая более глубокий уровень интеграции и настройки.

Хотите создавать приложения для туристских агентств? Станьте сертифицированным поставщиком Sabre Red App или авторизованным разработчиком Sabre.

С помощью сертифицированного поставщика Sabre Red App можно получить доступ к более чем 425 000 турагентств в более чем 140 странах, когда приложения станут доступны в Sabre Red App Center. Кроме того, с помощью Red App Developer Toolkit можно включить существующее приложение в качестве Red App или создать новое и сделать его доступным в Red App Center.

Получить специальную поддержку, доступ к портфолио Sabre Dev Studio и возможность рекламировать продукты для клиентов агентства позволяет авторизованный разработчик Sabre. Имея более 150 сторонних отношений с разработчиками по всему миру, компания стремится создать самую эффективную и всеобъемлющую глобальную программу для разработчиков в отрасли туризма [31].

## **2.2 Российские площадки бронирования средств размещения**

До определённого периода в Российской Федерации в основном применялись отечественная система резервирования билетов Сирена и её вариации, а также системы Gets и Gabriel. Сейчас терминалы Габриэль устарели.

В Российской Федерации к 1994 г. были востребованы такие международные системы бронирования, как Gets и Gabriel, а также отечественные системы «Сирена», запуск первой версии которой состоялся в 1992 г., и Алеан, разработка которой была начата в 1997 г. Ситуация поменялась только тогда, когда в Москве и Санкт-Петербурге открыли представительства компаний Start Amadeus и Worldspan [24].

С 1998 г. в России действует финансовый управляющий Sabre по Центральной и Восточной Европе, но до настоящего времени представительства Sabre в нашем государстве нет. Можно допустить, что продвижение Sabre на российском рынке притормаживает неразвитость сферы электронных услуг бронирования в Российской Федерации, нехватка практикуемой во всем мире централизованной системы финансовых расчетов агентств и провайдеров – Bank Settlement Plan и др.

В сентябре 1999 г. в Российской Федерации была сделана новейшая автоматизированная система резервирования «Сирена-3», которая определена как базовая система с целью управления авиаперевозками на воздушном транспорте Российской Федерации. Она была первой отечественной автоматизированной системой резервирования билетов.

Согласно техническому оснащению российская система компьютерного резервирования достаточно соответствует уровню современных мировых вычислительных комплексов, так как в поставке оборудования, программных средств и технологий для нее приняли содействие наиболее популярные американские компании Sabre и IBM.

Отечественная компьютерная система бронирования Сирена имеет ряд преимуществ перед иностранными:

- она менее дорогая;
- более мощная по объему информации;
- обладает высокой скоростью передачи данных;
- способна осуществлять работу с 10 тыс. абонентов.

Кроме программы технической реализации в «Сирене-3» учтён ряд прочих программ. Из их числа: «Обслуживание пассажиров», «Учет выручки», «Управление отправлениями в аэропорту», «Управление грузовыми перевозками», «Управление доходами» и т. п. [14].

В России в целях резервирования действует компания «Sirena-travel», официальный сайт которой представлен на рисунке 13.

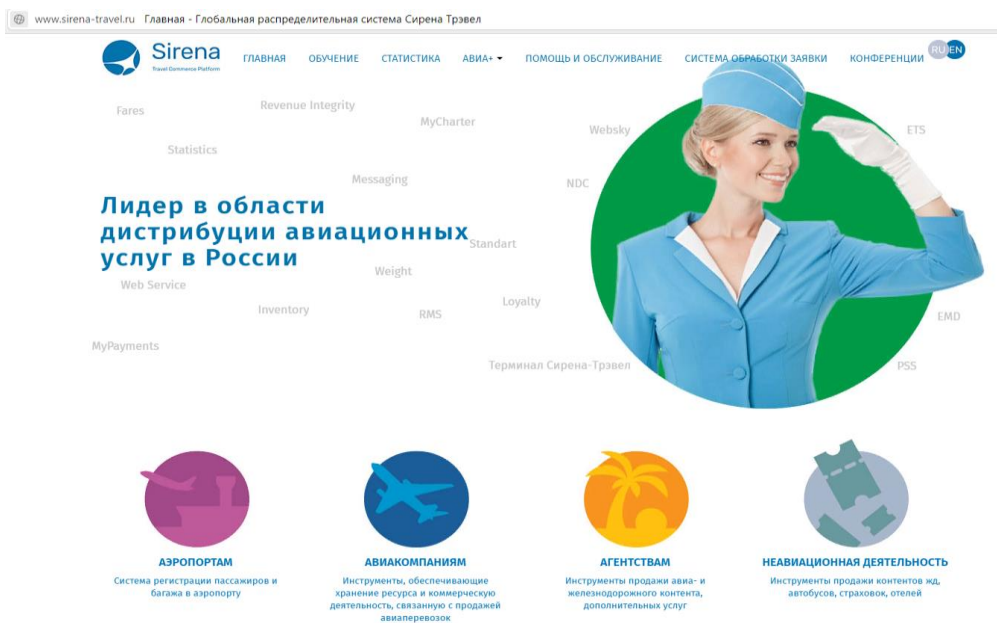


Рисунок 13 – Официальный сайт «Sirena-travel» [17]

В настоящее время в АРС «Сирена-Трэвел» вместе с авиабилетом доступно комбинированное оформление железнодорожной перевозки. При этом стоимость проезда на поезде включена в тариф авиакомпании, что способствует снижению расходов пассажира и предоставляет удобство по бронированию трансфера железнодорожным транспортом от пункта прилета до конечного пункта следования. Эта возможность реализована при перевозках немецких железных дорог Deutsche Bahn в комбинации с продажей билетов на авиакомпании «Аэрофлот», «ЮТэйр», «Авиакомпания Россия» и др. [17].

Также, к числу отечественных площадок бронирования относят: «Anywayanyday» и «Alean».

Anywayanyday – крупнейший в России онлайн-сервис по покупке авиабилетов и бронированию отелей, имеющий представительства в США, Швейцарии, России и Украине. Официальный сайт компании «Anywayanyday» показан на рисунке 14.

Система работает с 2008 г. и обеспечивает приобретение авиабилетов и бронирование отелей по всему миру. В системе доступно 800 авиакомпаний и 880 000 отелей. По каждому из запросов показывается все многообразие вариантов перелета на десятки рейсов в реальном режиме времени. Автоматический

сервис Anywayanyday по продаже авиабилетов может быть установлен на сайте любой компании [16].

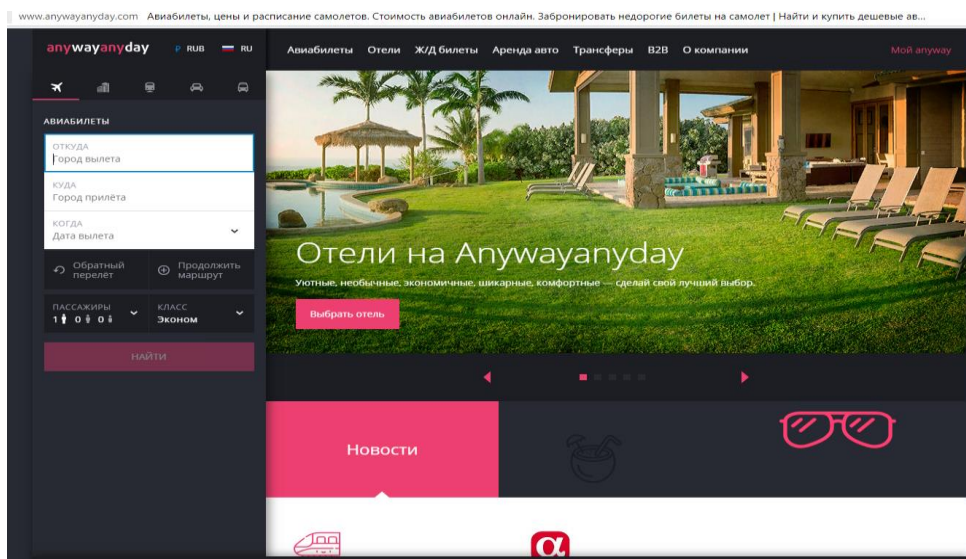


Рисунок 14 – Официальный сайт «Anywayanyday» [16]

Бренд системного комплекса «Алеан» известен в нашей стране уже более 25 лет. С 1993 г. под этим брендом ведется отправка и прием отдыхающих на внутренних туристских направлениях. Сегодня в России, Беларуси и Азербайджане работает 12 офисов и представительств, обеспечивающих организованный отдых на российских курортах, в странах СНГ и Прибалтики. Головной офис компании расположен в Москве.

Официальный сайт компании «Алеан» представлен на рисунке 15.

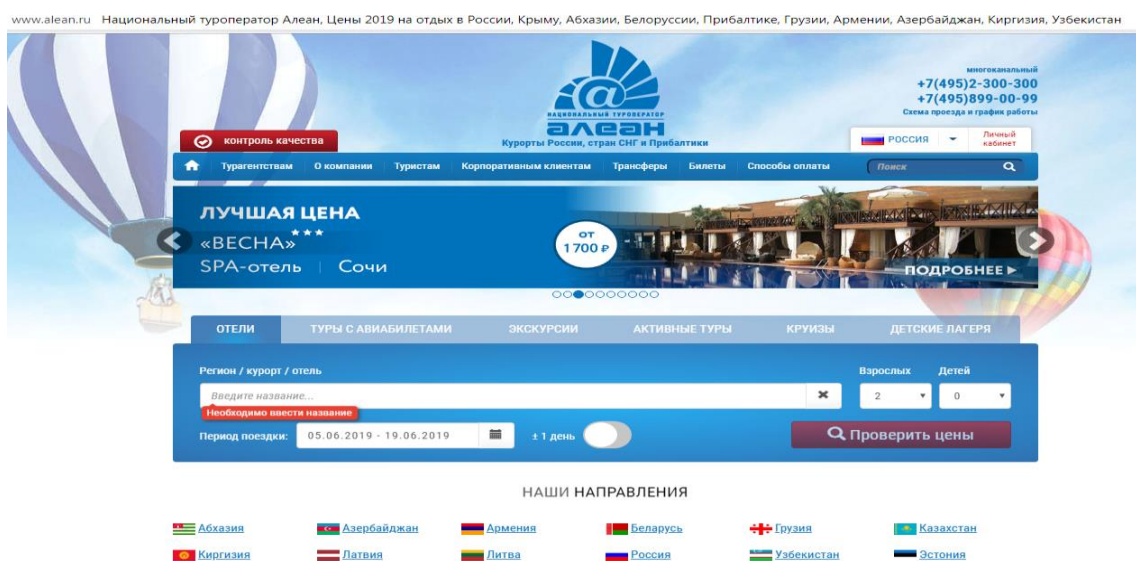


Рисунок 15 – Официальный сайт компании «Алеан» [18]

Национальный туроператор Алеан по праву считается лидером среди компаний, организующих отдых на курортах РФ. Алеан был первой компанией среди прочих, внедривших собственную систему онлайн бронирования на сайте и еще в 2006 г. запустила в продажу пакетные туры по России и предложила рынку систему динамического пакетирования.

Используя в своей деятельности принципы социального маркетинга, Алеан активно вовлечен в процесс популяризации российских курортов и их рекреационных возможностей как внутри страны, так и за рубежом.

Туроператор Алеан предлагает отдых на море, санаторно-курортное лечение, экскурсионные туры, горнолыжные туры и активные маршруты на популярных курортах России, Абхазии, Азербайджана, Армении, Беларуси, Грузии, Киргизии, Прибалтики и Узбекистана. Отдел организации детского отдыха сотрудничает с детскими оздоровительными лагерями в Краснодарском крае, Крыму, Карелии, Подмосковье, других регионах России и Беларуси [18].

В компании работает отдел по корпоративному обслуживанию, который предлагает объекты размещения для организации мероприятий, а также отдел въездного туризма, занимающийся приемом иностранных групп.

Рассмотрев возможности разных автоматизированных площадок бронирования и резервирования, можно сделать вывод, что различаются они друг от друга следующим:

- полнотой и оперативностью данных – комплексом услуг и числом собственников различных типов ресурсов, владеющим соглашением с определённой КСБ, и степенью доступности к их базам данных;
- удобством формирования запросов на резервирование, дружелюбностью программного обеспечения применяемого в КСБ и устанавливаемого на персональном компьютере турагентства;
- надёжностью техники и средств связи между агентством и центром обработки данных;
- величиной оплаты за использование информационными услугами и порядком ее формирования.

### 3 Электронные площадки бронирования в отеле «Адмирал»

Учитывая тот факт, что онлайн бронирование в наше время набирает популярность, более подробно рассмотрим онлайн бронирование на примере гостиницы «Адмирал».

«Адмирал» – это стильный и комфортабельный 4\* – отель с уникальным интерьером и удобным расположением. Находится в управлении компанией «Альянс отель менеджмент». Управляющая компания «Альянс отель менеджмент» была образована в марте 2012 г. как первая российская управляющая компания полного цикла.

Отель «Адмирал» открыт в 2014 г. и с гордостью носит имя «Адмирал» (рисунок 16). Его происхождение связано с именем легендарного российского флотоводца адмирала Ф. Ф. Ушакова, который провел в Мордовии последние годы своей жизни. Отель отвечает всем требованиям современного путешественника.



Рисунок 16 – Здание отеля «Адмирал» [30]

Адрес: 430004, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Республиканская, д.103. Телефон: (+7)8342372002. E-mail: [welcome@admiral-saransk.ru](mailto:welcome@admiral-saransk.ru)

Отель находится в центре Саранска, недалеко от района деловой активности и основных достопримечательностей города. До Советской площади 10 ми-



нут ходьбы, а до аэропорта 10 минут езды, до железнодорожного вокзала – 7 минут. Рядом находится парк им. А. С. Пушкина.

В 2015 г. отель прошел классификацию для гостиниц и иных средств размещения, что является обязательным условием при размещении гостей в рамках ЧМ по футболу 2018 г. Присвоенная категория: четыре звезды.

Чтобы ни привело гостей в Саранск, персонал отеля сделает все возможное, чтобы обеспечить комфортное пребывание в отеле «Адмирал». К услугам гостей – разнообразное меню ресторана, включающее в себя блюда мордовской кухни, уютный лобби-бар, бесплатный Wi-Fi, охраняемая парковка, а главное – внимательный и отзывчивый персонал [30].

Оснащенный самым современным оборудованием, технологичный, ориентированный на динамичного путешественника отель вне всяких сомнений понравится гостям отеля, которые привыкли к качественному сервису и запоминающимся интерьерам.

К услугам гостей предоставлены 83 номера категорий Standard, Superior, Suite, President, два зала ресторана, лобби-бар, конференц-центр и оздоровительный СПА-центр, включающий в себя бассейн, финскую сауну, хаммам, несколько видов массажа, косметологический кабинет и тренажерный зал.

Номера делятся на несколько типов:

– номера категории «Standart» с двумя спальными местами или широкой кроватью (рисунок 17).

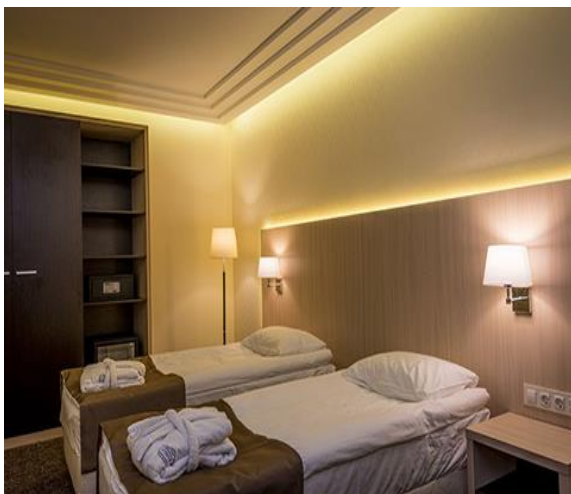


Рисунок 17 – Номер категории «Standart»

Среди номеров данной категории 12 являются connection-rooms, сообщающимися благодаря двойной двери. При необходимости номера легко трансформируются в семейные. Всего 46 номеров. Площадь номера от 26 до 31 кв. м.

В номерах имеется: двуспальная кровать или две односпальные кровати, прикроватные тумбочки; шкаф для одежды; рабочий стол; сейф; мини-бар (по запросу); ЖК-телевизор и спутниковое телевидение с российскими и иностранными каналами; телефон; бесплатный беспроводной интернет; система климат-контроля; балкон. Ванная комната оснащена душевой кабиной, биде, подогреваемым полотенцесушителем, феном, а также подогревом пола. В каждом номере – косметические принадлежности и банные комплекты (халаты и тапочки).

Для людей с дополнительными потребностями оборудован 1 номер данной категории. Номер имеет специальное оснащение – поручни и аксессуары в ванных комнатах гарантируют максимальный комфорт и безопасность;

– более просторные номера категории «Superior» с двумя спальными местами или широкой кроватью для двоих (рисунок 18).



Рисунок 18 – Номер категории «Superior»

В номерах имеется: двуспальная кровать или две односпальные кровати, прикроватные тумбочки; шкаф для одежды; рабочий стол; сейф; мини-бар (по запросу); ЖК-телевизор и спутниковое телевидение с российскими и иностранными каналами; телефон; бесплатный беспроводной интернет; система климат-

контроля; балкон. Ванная комната оснащена душевой кабиной, биде, подогреваемым полотенцесушителем, феном, а также подогревом пола. В каждом номере – косметические принадлежности и банные комплекты (халаты и тапочки).

Для людей с дополнительными потребностями оборудованы 3 номера данной категории. Номера имеют специальное оснащение – поручни и аксессуары в ваннных комнатах гарантируют максимальный комфорт и безопасность. Всего 29 номеров. Площадь номера от 34 до 39 кв. м;

– двухкомнатные номера категории «Suit» с широкой кроватью, гостиной и двумя балконами (рисунок 19).



Рисунок 19 – Номер категории «Suit»

В номерах имеется: прикроватная тумбочка; шкаф для одежды; просторный рабочий стол; гостиная с диваном и креслом; сейф; мини-бар; ЖК-телевизор и спутниковое телевидение с российскими и иностранными каналами; телефон; электрический чайник; бесплатный беспроводной интернет.

Ванная комната оснащена комфортной ванной, биде, подогреваемым полотенцесушителем, феном, а также подогревом пола.

В каждом номере – косметические принадлежности и банные комплекты (халаты и тапочки). Всего 7 номеров. Площадь номера от 48 до 68 кв. м;

– роскошный трехкомнатный номер «President» с гардеробной, кабинетом, гостиной, балконом и верандой (рисунок 20).

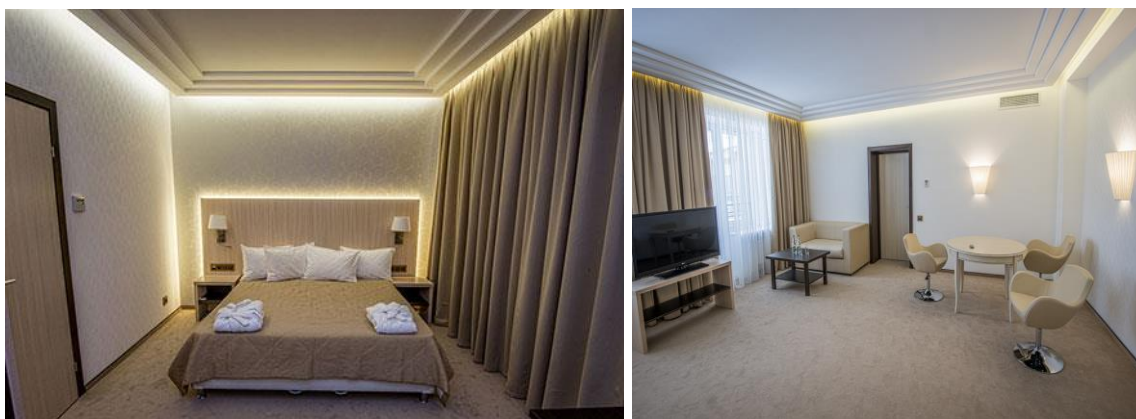


Рисунок 20 – Номер категории «President»

В номере имеется: двуспальная кровать, прикроватные тумбочки; шкаф для одежды; рабочий стол; диван и кресла; сейф; мини-бар; ЖК-телевизор и спутниковое телевидение с российскими и иностранными каналами; телефон; электрический чайник; бесплатный беспроводной интернет; система климат-контроля; система климат-контроля; просторная застеклённая веранда и дополнительный балкон.

Ванная комната оснащена комфортной ванной, биде, подогреваемым полотенцесушителем, феном, а также подогревом пола.

В каждом номере – косметические принадлежности и банные комплекты (халаты и тапочки). Всего 1 номер. Площадь: 82 кв. м.

Ресторанный комплекс отеля «Адмирал» удивит посетителей изысканной кухней и по-настоящему домашней атмосферой. К услугам гостей 2 зала на 120 и 40 персон (рисунок 21).



Рисунок 21 – Ресторанный комплекс отеля «Адмирал»

Для проживающих гостей в большом зале ресторана ежедневно сервируется завтрак по системе «шведский стол». В меню ресторана не только блюда европейской и русской кухни, но и блюда национальной мордовской кухни. Интерьер ресторана решен в стиле комфортного минимализма, светлая цветовая гамма делает залы визуально просторными и в то же время оставляет ощущение тепла и уюта.

Также в отеле предоставляются бесплатно следующие услуги: охраняемая автостоянка на 60 машиномест; завтрак «Шведский стол»; Wi-Fi; бассейн (с 07:00 до 00:00); тренажерный зал (с 07:00 до 00:00); заказ трансфера в/из аэропорта, вокзала и по вашим маршрутам; вызов скорой помощи; доставка в номер корреспонденции по ее получении; побудка к определенному времени; специальное предложение для молодоженов.

За дополнительную плату предоставляются: услуги собственной прачечной; теннисный центр, расположенный в непосредственной близости от отеля; услуги гида-экскурсовода; сувенирная продукция; хаммам и финская сауна; массаж; ресторан; заказ банкета в ресторане; проведение корпоративных мероприятий, фуршетов, кофе-брейков; конференц-зал; переговорная комната; бортовое питание; кейтеринг; визовая поддержка.

Отель «Адмирал» соответствует присвоенным ему 4-м звездам. Номера отеля выдержаны в благородной цветовой гамме, где преобладают оттенки бежевого, создающие ощущение внутреннего света. Стиль комфортного минимализма, нестандартная меблировка, а также уютная домашняя атмосфера.

В каждом номере имеется ванная или душевая кабина, санузел с биде, система климат-контроля, сейф, минибар, телефон, ЖК-панель, спутниковое телевидение, бесплатный проводной и беспроводной интернет.

Среди номеров первой категории есть номера, которые имеют возможность объединяться в connection-rooms, что является идеальным решением для компаний и больших семей с детьми. 4 номера отеля оборудованы всем необходимым для людей с дополнительными потребностями. К услугам гостей – разнообразное меню ресторана, включающее в себя блюда мордовской кухни,

уютный лобби-бар, бесплатный Wi-Fi, охраняемая парковка, а главное – внимательный и отзывчивый персонал. Оснащенный самым современным оборудованием, технологичный, ориентированный на динамичного путешественника.

Бронирование в гостинице «Адмирал» проходит с таких площадок как:

1. Booking.com, на долю которого приходится около 75 % бронирований.

Компания Booking.com, основанная в 1996 г. в Амстердаме, выросла из небольшого голландского стартапа в одну из крупнейших в мире компаний, занимающихся он-лайн бронированием в сфере путешествий. В Booking.com, входящем в состав Booking Holdings Inc. (NASDAQ: BKNG), работают более 17 000 сотрудников в 198 офисах в 70 странах мира.

На сайте «Booking.com» имеется и страничка, посвященная отелю «Адмирал» (рисунок 22).

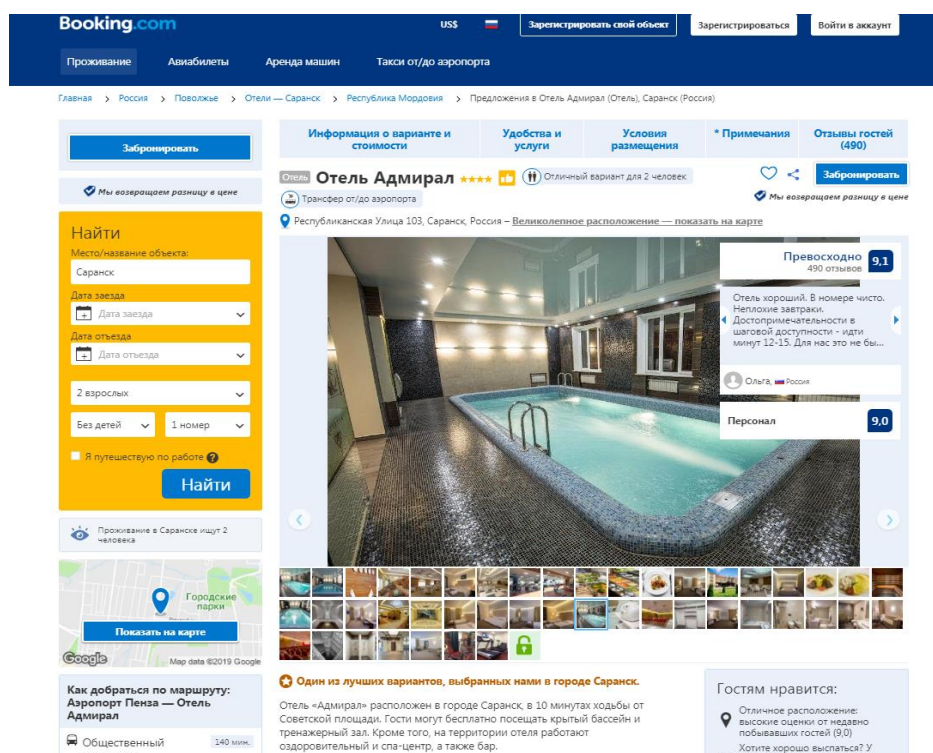


Рисунок 22 – Отель «Адмирал» на сайте «Booking.com» [13]

С целью предоставления людям возможности познакомиться с миром, Booking.com инвестирует в цифровые технологии, которые помогают избавиться от проблем во время путешествий. На Booking.com соединили путешественников с самым большим в мире выбором невероятных мест для отдыха, вклю-

чая все: от квартир, домов для отдыха и семейных до роскошных 5-звездочных курортов, домов на деревьях и даже иглу. Веб-сайт Booking.com и мобильные приложения доступны на более чем 40 языках, предлагают 28 542 957 зарегистрированных объявлений и охватывают 150 294 пункта назначения в 229 странах и территориях по всему миру.

Каждый день на платформе зарезервировано более 1 500 000 ночей номеров. Так что, путешествуете ли вы по делам или на отдыхе, клиенты могут мгновенно и легко забронировать идеальное жилье с помощью Booking.com без платы за бронирование и подкрепляются обещанием соответствия цены. Через команду Booking.com по работе с клиентами клиенты могут обращаться круглосуточно за помощью и поддержкой на более чем 40 языках в любое время дня и ночи [13].

2. TripAdvisor, на долю которого приходится около 15 % бронирований.

«TripAdvisor» – американский сайт путешествий, основанный в феврале 2000 г. На сайте TripAdvisor найдется более 661 млн отзывов и мнений почти о 7,7 млн объектов со всего света: отелях, авиакомпаниях, достопримечательностях и ресторанах, включая отель «Адмирал» (рисунок 23).

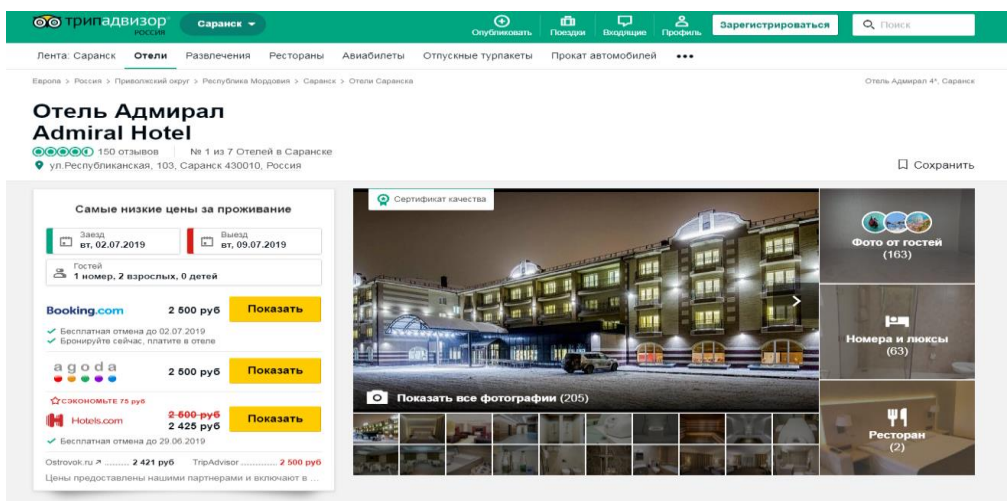


Рисунок 23 – Отель «Адмирал» на сайте «TripAdvisor» [15]

Положившись на опыт других путешественников, клиент может принять верное решение о том, где остановиться, какую авиакомпанию выбрать, чем заняться и какой ресторан посетить. TripAdvisor сравнивает цены более чем

с 200 сайтов для бронирования, чтобы путешественники могли найти самую низкую цену на подходящий отель. Веб-сайты бренда TripAdvisor охватывают аудиторию из 49 стран и образуют крупнейшее в мире сообщество путешественников. Ежемесячно на сайты заходят в среднем 456 млн уникальных посетителей, каждый из которых хочет узнать обо всех возможностях, которыми он может воспользоваться в поездке TripAdvisor.

Дочерние и партнерские компании TripAdvisor, Inc. (NASDAQ:TRIP) владеют и управляют веб-сайтами и компаниями, в том числе 20 туристскими медиабрендами: [www.airfarewatchdog.com](http://www.airfarewatchdog.com), [www.bokun.io](http://www.bokun.io), [www.bookingbuddy.com](http://www.bookingbuddy.com), [www.citymaps.com](http://www.citymaps.com), [www.cruisecritic.com](http://www.cruisecritic.com), [www.familyvacationcritic.com](http://www.familyvacationcritic.com), [www.flipkey.com](http://www.flipkey.com), [www.thefork.com](http://www.thefork.com) (в том числе [www.lafourchette.com](http://www.lafourchette.com), [www.eltenedor.com](http://www.eltenedor.com), [www.iens.nl](http://www.iens.nl) и [www.dimmi.com.au](http://www.dimmi.com.au)), [www.gateguru.com](http://www.gateguru.com), [www.holidaylettings.co.uk](http://www.holidaylettings.co.uk), [www.holidaywatchdog.com](http://www.holidaywatchdog.com), [www.housetrip.com](http://www.housetrip.com) и др. [15].

3. Expedia, на долю которой приходится около 6 % бронирований.

Expedia Group – это мировая туристская платформа с обширным портфелем брендов, который включает в себя некоторые из ведущих мировых брендов онлайн-путешествий (рисунок 24).

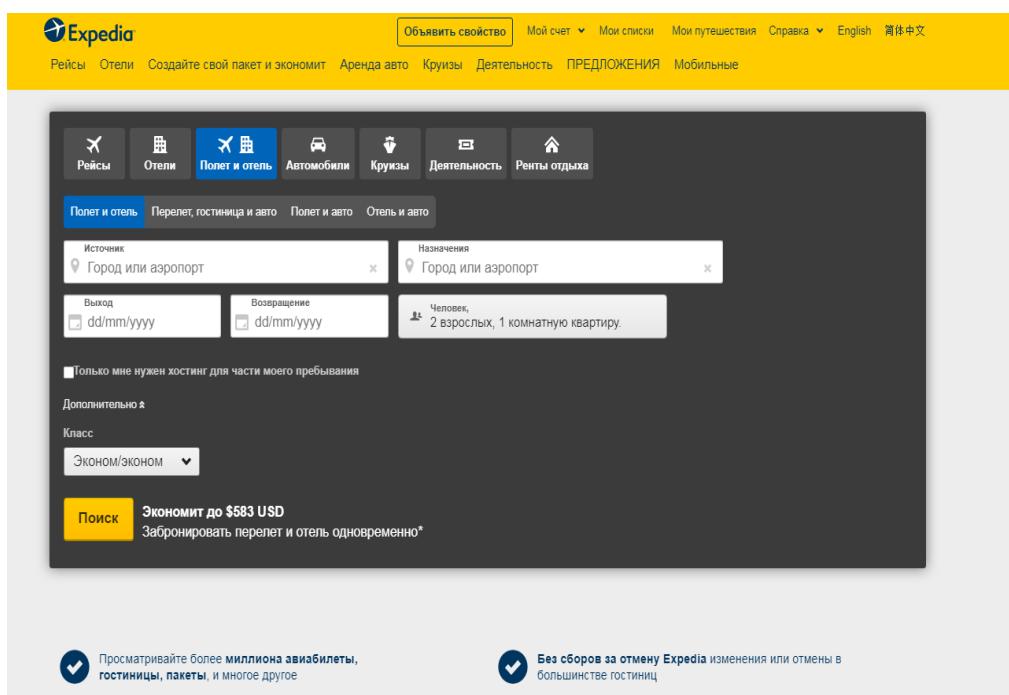


Рисунок 24 – Главная страница сайта «Expedia» [32]



В совокупности бренды Expedia Group охватывают практически все аспекты исследования, планирования и бронирования путешествий, от выбора лучшего места на самолете, до чтения личных отзывов о путешествиях отелей, планирования того, что делать в пункте назначения, как только вы приедете. Портфель Expedia Group обслуживает как туристов, так и деловых путешественников со вкусами и бюджетами от скромных до роскошных.

Expedia – один из ведущих мировых брендов онлайн-путешествий с полным спектром услуг, помогающий путешественникам легко планировать и бронировать поездки из самого широкого выбора путевок, рейсов, отелей, аренды автомобилей, железных дорог, круизов, мероприятий, достопримечательностей и услуг. Основан в 1996 г. менеджером одного из подразделения Microsoft Ричардом Бартоном [5].

4. 101 Hotel. На его долю приходится около 4 % бронирований.

Сайт [www.101hotels.ru](http://www.101hotels.ru) был основан в 2009 г. как служба бесплатного бронирования гостиничных номеров, мест в хостелах и турбаз. На сегодняшний день проект входит в ТОП-5 лучших компаний в сфере бронирования гостиничных объектов России.

На сайте «101 Hotel» имеется страничка, посвященная отелю «Адмирал» (рисунок 25).

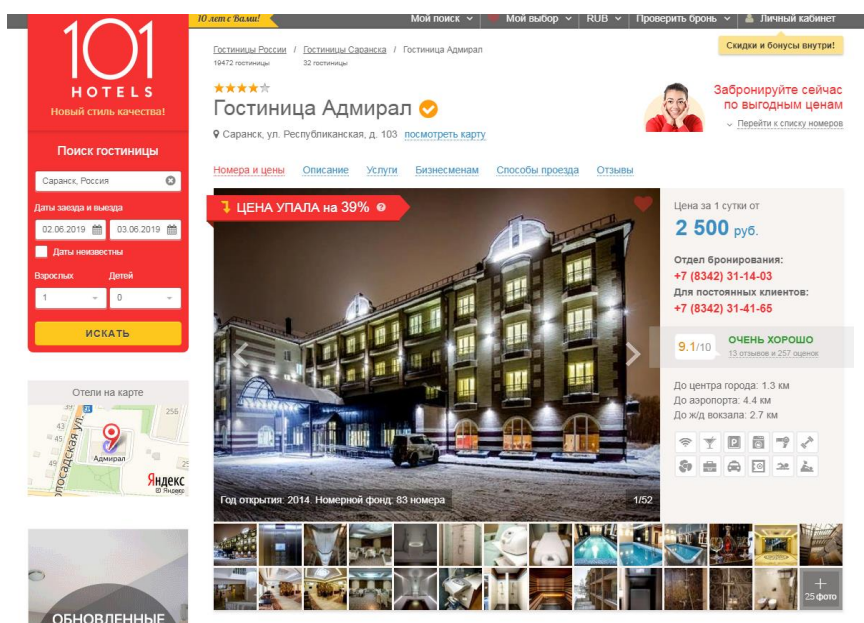


Рисунок 25 – Отель «Адмирал» на сайте «101 Hotel» [20]

Сайт [www.101hotels.ru](http://www.101hotels.ru) стал крупнейшим колл-центром, пользующимся популярностью не только у граждан России, но и у гостей из-за рубежа. За время существования организация приобрела тысячи партнеров из различных городов России. Сотрудничает уже более 2000 крупных компаний (заводов и крупнейших сетей), 1700 средних (ООО, ИП), а также более 850000 физических лиц (постоянных клиентов).

Ежедневно менеджеры отдела развития заключают договоры с известными компаниями, крупными торговыми сетями, государственными учреждениям и индивидуальными предпринимателями, у которых потребность к размещению от 50 ночей в месяц. Благодаря слаженной работе немаленького коллектива организации, проект стал одним из лидирующих на рынке гостиничных услуг.

Каждый из представленных объектов размещения может выставить номера для бронирования, а пользователи сайта – забронировать их. Информация о гостиницах, представленных на сайте [www.101hotels.ru](http://www.101hotels.ru), носит справочный, описательный характер и публикуется согласно данным, предоставленными самими гостиницами и иными объектами размещения. Каждый объект размещения несет единоличную ответственность за правильность, полноту и достоверность информации, представленной о нем на сайте.

Совсем недавно была разработана новая версия сайта, которая стала намного оригинальней и доступней.

Теперь каждый посетитель сайта может увидеть всевозможные скидки, спецпредложения и акции, действующие в гостиницах и ознакомиться с большим количеством, ежедневно оставляемых по гостиницам, отзывов туристов [6].

5. [Ostrovok.ru](http://Ostrovok.ru), на долю которого приходится около 1 % бронирований.

[Ostrovok.ru](http://Ostrovok.ru) – это сервис онлайн-бронирования отелей в 220 странах мира. Предлагает более миллиона вариантов размещения – гостиницы, хостелы, апартаменты – по разумным ценам. 11 июля 2011 г. день первого бронирования на [Ostrovok.ru](http://Ostrovok.ru).

Ежемесячно более 5 млн пользователей приходят на [Ostrovok.ru](http://Ostrovok.ru) в поисках лучших предложений, включая клиентов отеля «Адмирал» (рисунок 26).

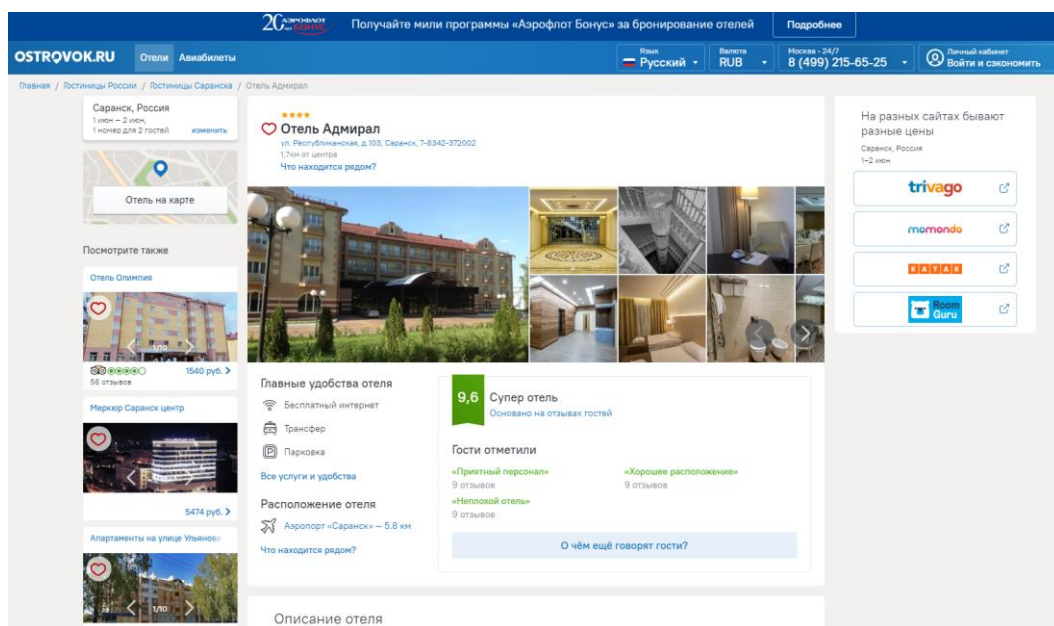


Рисунок 26 – Отель «Адмирал» на сайте «Ostrovok.ru» [19]

Уникальные технологии позволяют запрашивать доступные тарифы и размещения у сотен партнеров. Ostrovok.ru выбирает варианты по ключевым признакам для каждого конкретного клиента. Таким образом, все пользователи получают персонализированные предложения по выгодным ценам [5].

Отель «Адмирал» осуществляет расходы на выплаты комиссионных сборов онлайн площадкам бронирования, структура которых представлена на рисунке 27.

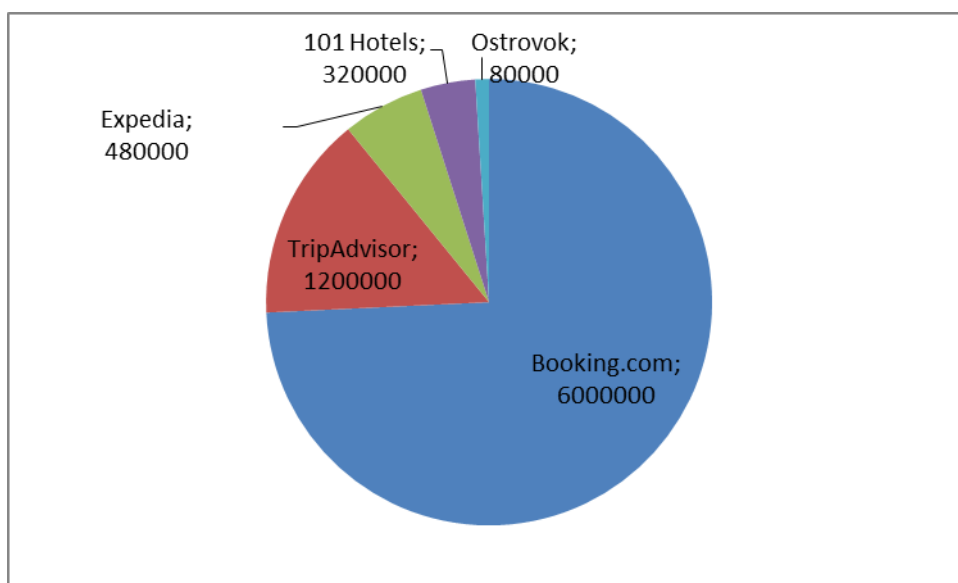


Рисунок 27 – Структура расходов на выплаты комиссионных сборов (млн руб.)

Из материалов рисунка 27 следует, что основную роль играет система бронирования «Booking.com». Начиная с 2018 г. встала острая проблема с одной из лидирующих площадкой онлайн бронирования «Booking.com». Она не является резидентом Российской Федерации, а значит, помимо агентского вознаграждения и комиссии, отели должны платить НДС в размере до 20 % от стоимости бронирования.

Для гостей онлайн бронирование является наиболее удобным, но с точки зрения отельного бизнеса является самым затратным, так как от таких гостей отели получают меньше прибыли. В отличие от гостей-walkin (пришедших с улицы), которые бронируют номера на ресепшене, через стойку регистрации и гостей корпоративного сегмента.

Но, помимо увеличения расходной части, гости сделавшие бронь на площадках онлайн бронирования имеют множество плюсов:

- обхват широкой аудитории по всему миру;
- отчётность формируется в короткие сроки, не тратится время на звонки для опросов;
- возможность регулировать цены самостоятельно;
- часто онлайн площадки берут на себя оплату контекстной рекламы в интернете;
- возможность забронировать гостиницу за долгосрочный период и отслеживать рост цен;
- не привязывает к определенным датам.

Важную роль в деятельности любого средства размещения играют не только затраты, связанные с расходами на использование систем бронирования, но и используемые данным средством размещения каналы дистрибуции своей продукции.

На рисунке 28 представлена структура каналов продаж продукции отеля «Адмирал» своим клиентам.

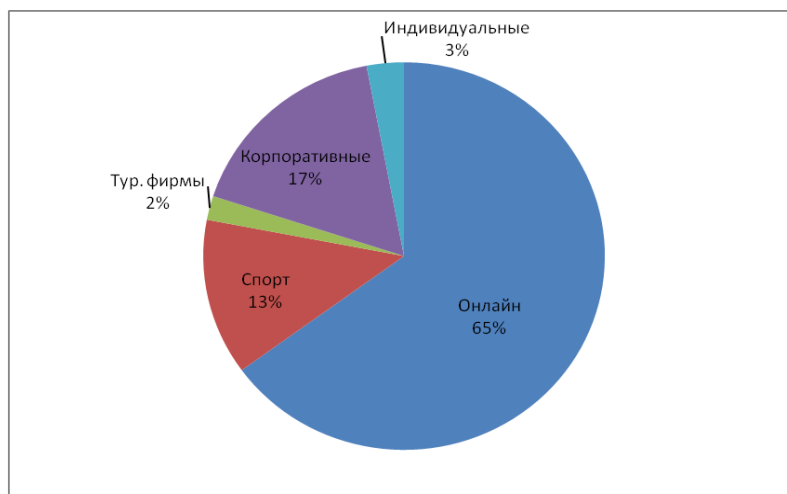


Рисунок 28 – Структура каналов продаж номеров в отеле «Адмирал», в %

Из рисунка 28 видно, что онлайн бронирование, являясь самым бюджетнозатратным каналом реализации продукции отеля, одновременно выступает главным дистрибьютером услуг.

Одной из главных проблем отеля «Адмирал» является вопрос: «Как продать сайт отеля?», чтобы туристы бронировали номера в нем не через посредников, поскольку имеется ряд преимуществ, как для туриста, так и для отеля в целом:

- сайт не имеет комиссии за бронирование;
- повышается конверсия сайта;
- повышение популярности сайта.

На сегодняшний день есть тенденция к увеличению посещаемости сайта отеля. Это можно сделать при помощи:

- паритета цен – продажа одной и той же категории номеров по одной цене вне зависимости от канала продаж – собственный сайт, телефонные продажи, продажи через сайты партнеров/посредников и т. д;
- бесплатного трансфера до гостиницы;
- размещения с животными;
- всевозможных акций, которых нет на Booking.com.

Преимущества онлайн площадки бронирования заключается в том, что:

- можно в любое время дня и ночи забронировать тот или иной отель;

- происходит моментальная оплата заказа на сайте;
- клиент сам выбирает период проживания, категорию номера, набор дополнительных гостиничных услуг;
- отель сам определяет размер квоты для бронирования он-лайн, цены, набора дополнительных услуг.

Таким образом, можно сделать вывод, что популярность он-лайн площадок с каждым годом растёт, так как продаются не только гостиничные услуги, но и второстепенные (прокат автомобилей, билеты на транспортировку, трансферт, рестораны, мероприятия для отдыха и досуга), что полностью отвечает современным требованиям путешественника.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы.

Бронирование гостиничных услуг заключается в резервировании номеров определённой категории в установленные даты.

Глобальные компьютерные системы бронирования и резервирования вводятся на туристский рынок в массовом порядке в начале 90-х гг. XX в. Именно тогда некоторые ведущие туристские организации заявили ряду гостиничных фирм о необходимости занесения данных гостиниц в электронные системы бронирования.

Специфика технологии разработки и реализации турпродукта требует таких систем, которые в самые короткие сроки давали бы данные о возможностях размещения туристов, гарантировали бы быстрое бронирование и резервирование мест, а кроме того автоматизацию решения вспомогательных задач при предоставлении туристских услуг. Таким образом, сама жизнь потребовала создания глобальных систем бронирования. Их формирование позволило связать всю индустрию туризма в единое целое.

Организация глобальных систем бронирования (позже ставших компьютерными) способствовала получению максимального эффекта при создании сетей реализации.

В настоящее время выделяются четыре глобальных системы резервирования – Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan, на долю которых приходится более 90 % рынка. Несмотря на то, что у каждой глобальной системы наблюдается определенное преимущество по какому-либо показателю, в целом они сопоставимы друг с другом.

Мировая практика организации систем бронирования свидетельствует, что средства размещения могут входить в:

- централизованную систему бронирования (ЦСБ);
- альтернативную систему бронирования (АСБ);
- глобальную систему бронирования (ГСБ).

Каждая из них имеет свою схему построения и отличается достоинствами и недостатками.

Существует несколько видов бронирования:

- 1) гарантированное бронирование;
- 2) негарантированное бронирование;
- 3) сверхбронирование.

В отеле «Адмирал» действует гарантированное бронирование, однако аннуляция заказа для физических лиц происходит без штрафных санкций, но для юридических лиц всё остаётся без изменений, и они обязаны выплатить неустойку отелю.

Наибольшее число терминалов, подключённых к системе бронирования, и число гостиниц-поставщиков приходится на систему Amadeus, которая в целях расширения своего участия на туристском рынке запустила платформы Amadeus Cars и Amadeus Hotels.

Компания Amadeus на мировом туристском рынке выступает как ведущий поставщик передовых решений в области информационно-коммуникационных технологий, каналов сбыта и электронной торговли для мировой туристской индустрии и авиаперевозок.

С июня 2017 г. работает новый сервисный портал для агентов. Он получил имя – Amadeus Service Hub – и удобный функционал, который поможет клиентам лучше ориентироваться на портале и быстрее находить нужные материалы и решения.

Системы бронирования Galileo и Worldspan входят в холдинг компании Travelport. Travelport – это технологическая компания, которая делает опыт покупки и управления путешествиями постоянно лучше для всех. Компания управляет платформой торговли путешествиями, предоставляющей дистрибуцию, технологии, платежи и другие решения для мировой индустрии путешествий и туризма.

Система бронирования Sabre имеет платформу Sabre SynXis для работы гостиниц. Эта платформа представляет собой взаимосвязанную систему инте-



грированных решений, где поставщики услуг и обычные туристы общаются друг с другом. Имеет единый интерфейс, где представлены цены и данные гостя.

В России в целях резервирования действует компания «Sirena-travel». В настоящее время в АРС «Сирена-Трэвел» вместе с авиабилетом доступно комбинированное оформление железнодорожной перевозки.

К числу отечественных площадок бронирования относят также «Anywayanday» и «Alean».

Anywayanday – крупнейший в России онлайн-сервис по покупке авиабилетов и бронированию отелей, имеющий представительства в США, Швейцарии, России и Украине.

Бренд системного комплекса «Алеан» известен в нашей стране уже более 25 лет. Национальный туроператор «Алеан» предлагает отдых на море, санаторно-курортное лечение, экскурсионные туры, горнолыжные туры и активные маршруты на популярных курортах России, Абхазии, Азербайджана, Армении, Беларуси, Грузии, Киргизии, Прибалтики и Узбекистана.

Бронирование в отеле «Адмирал» происходит со следующих площадок:

1. Booking.com, на долю которого приходится около 75 % бронирований.
2. TripAdvisor, на долю которого приходится около 15 % бронирований.
3. Expedia, на долю которой приходится около 6 % бронирований.
4. 101 Hotel, на его долю приходится около 4 % бронирований.
5. Ostrovok.ru, на долю которого приходится около 1 % бронирований.

Отель «Адмирал» осуществляет расходы на выплаты комиссионных сборов онлайн площадкам бронирования. В структуре расходов на выплаты комиссионных сборов основную роль играет система бронирования «Booking.com».

Важную роль в деятельности любого средства размещения играют не только затраты, связанные с расходами на использование систем бронирования, но и используемые данным средством размещения каналы дистрибуции своей продукции. Онлайн бронирование, являясь самым бюджетнозатратным каналом реализации продукции отеля «Адмирал», одновременно выступает главным дистрибьютером услуг.

Одной из главных проблем отеля «Адмирал» является решение вопроса бронирования туристами номеров в отеле не через посредников. Этому способствует ряд преимуществ, как для туриста, так и для отеля в целом:

- сайт не имеет комиссии за бронирование;
- повышается конверсия сайта;
- повышение популярности сайта.

На сегодняшний день есть тенденция к увеличению посещаемости сайта отеля. Это можно сделать при помощи:

- паритета цен – продажа одной и той же категории номеров по одной цене вне зависимости от канала продаж – собственный сайт, телефонные продажи, продажи через сайты партнеров/посредников и т. д;
- бесплатного трансферта до гостиницы;
- размещения с животными;
- всевозможных акций, которых нет на Booking.com.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Алямкина А. В. Технология онлайн-бронирования на примере системы HORSE / А. В. Алямкина, В. М. Кицис, С. А. Тесленок // Современные проблемы территориального развития : электрон. журн. – 2018. – № 4 (октябрь-декабрь).
- 2 Артемова Е. Н. Информационные технологии в индустрии туризма : учеб. пособие / Е. Н. Артемова. – Орел : Госуниверситет-УНПК, 2011. – 166 с.
- 3 Балюк Н. А. Технологические процессы в сервисе : учеб. пособие / Н. А. Балюк, А. Д. Балюк. – Тюмень : Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2014. – 319 с.
- 4 Галиновский А. Информационные технологии в туризме. Куда пойдём? / А. Галиновский // Туристический вестник. – 2008. – № 6. – С 23 – 24.
- 5 Глобальная сеть брендов [Электронный ресурс] : Официальный сайт компании «Expedia group». – Режим доступа : <https://www.expediagroup.com/expedia-brands/>
- 6 Гуляев В. Г. Новые информационные технологии в туризме : учеб. пособие / В. Г. Гуляев. – М. : Издательство ПРИОР, 2013. – 144 с.
- 7 Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учебник [Электронный ресурс] / Ф. Котлер, Д. Т. Боуэн, Д. Мейкенз. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 1071 с. – Электронная библиотечная система «Знаниум». – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872844>
- 8 Крутик А. Б. Внедрение систем электронного бронирования и резервирования. Эффективное развитие туристского предприятия : учеб. пособие / А. Б. Крутик. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 119 с.
- 9 Макрусов Е. А. Перспективы развития глобальных систем бронирования / Е. А. Макрусов // Вестник туризма. – 2007. – № 9. – С. 45 – 47.
- 10 Морозов М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника : учебник / М. А. Морозов. – М. : Академия, 2004. – 240 с.
- 11 Морозова Н. С. Информационное обеспечение туризма : учебник /

Н. С. Морозова, М. А. Морозов, А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, Л. А. Роди-  
гин. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 286 с.

12 Нестеров А. К. Процесс бронирования гостиничных услуг и его со-  
вершенствование [Электронный ресурс] / А. К. Нестеров : Образовательная эн-  
циклопедия ODiplom.ru. – Режим доступа : [http://odiplom.ru/lab/analiz-processa-  
bronirovaniya-gostinichnyh-uslug-i-ego-sovershenstvovanie.html](http://odiplom.ru/lab/analiz-processa-bronirovaniya-gostinichnyh-uslug-i-ego-sovershenstvovanie.html)

13 О Booking.com [Электронный ресурс] : Интернет площадка онлайн-  
бронирования «Booking.com». – Режим доступа :  
[https://www.booking.com/content/about.ru.html?label=gen173rf-  
1FCAsowgFCD2FkbWlyYWwtc2FyYW5za0ghWANowgGIAQGYASG4AQbIAQz  
YAQHоAQH4AQKIAgGiAhJhZG1pcmFsLXNhcmFuc2sucnWoAgO4Auf8pucFwA  
IB&sid=cf764fd1dc6abf2da5aad983e1287488&tmpl=docs%2Fabout&lang=ru&soz=  
1&lang\\_click=top;cdl=en-gb;lang\\_changed=1](https://www.booking.com/content/about.ru.html?label=gen173rf-1FCAsowgFCD2FkbWlyYWwtc2FyYW5za0ghWANowgGIAQGYASG4AQbIAQzYAQHоAQH4AQKIAgGiAhJhZG1pcmFsLXNhcmFuc2sucnWoAgO4Auf8pucFwAIB&sid=cf764fd1dc6abf2da5aad983e1287488&tmpl=docs%2Fabout&lang=ru&soz=1&lang_click=top;cdl=en-gb;lang_changed=1)

14 О Travelport [Электронный ресурс] : Официальный сайт  
«Travelport». – Режим доступа : <https://www.travelport.com/company>

15 О TripAdvisor [Электронный ресурс] : Интернет площадка онлайн-  
бронирования «TripAdvisor». – Режим доступа :  
<https://tripadvisor.mediaroom.com/ru-about-us>

16 О компании [Электронный ресурс] : Официальный сайт «Any-  
wayanyday». – Режим доступа : <https://corp.anywayanyday.com/>].

17 О компании [Электронный ресурс] : Официальный сайт «Sirena». –  
Режим доступа : <http://www.sirena-travel.ru/o-kompanii.html>

18 О компании [Электронный ресурс] : Официальный сайт компании  
«Алеан». – Режим доступа : [https://www.alean.ru/page/o\\_kompanii/##o\\_kompanii](https://www.alean.ru/page/o_kompanii/##o_kompanii)

19 О компании «Ostrovok.ru» [Электронный ресурс] : Интернет площадка  
онлайн-бронирования «Ostrovok.ru». – Режим доступа :  
<https://ostrovok.ru/about/?sid=d1193495-807e-4bd0-be2e-81872d69aa7b>

20 О компании 101Hotels [Электронный ресурс] : Интернет площадка  
онлайн-бронирования «101 Hotels». – Режим доступа :  
<https://www.101hotels.ru/page/about>

- 21 О компании Amadeus [Электронный ресурс] : Официальный сайт «Amadeus». – Режим доступа : <http://www.amadeus.ru/about/index.htm>
- 22 Плотникова Н. И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса. Ч. 2: Информационные технологии в сфере гостеприимства : учеб.-метод. пособие / Н. И. Плотникова. – М. : Совет. спорт, 2006. – 197 с.
- 23 Система бронирования гостиничных услуг. Бронирование – как важный канал сбыта [Электронный ресурс] : Информационный портал «Diplomba». – Режим доступа : <http://diplomba.ru/work/48463#1>
- 24 Система бронирования туристических услуг [Электронный ресурс] : Информационный портал «SuperInf.ru». – Режим доступа: [https://superinf.ru/view\\_helpstud.php?id=88](https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=88)
- 25 Совершенствование работы службы приёма и размещения гостиницы [Электронный ресурс] : Глобальная сеть рефератов. – Режим доступа : [https://knowledge.allbest.ru/sport/3c0b65635b2bc78a4c43a88521316d37\\_0.html](https://knowledge.allbest.ru/sport/3c0b65635b2bc78a4c43a88521316d37_0.html)
- 26 Технический цикл бронирования номеров в гостинице [Электронный ресурс] : Глобальная сеть рефератов. – Режим доступа : [https://knowledge.allbest.ru/sport/2c0a65625a3bd68a4d53b88521306c27\\_0.html](https://knowledge.allbest.ru/sport/2c0a65625a3bd68a4d53b88521306c27_0.html).
- 27 Чудновский А. Д. Информационные технологии управления в туризме : учеб. пособие / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. – М. : КНОРУС, 2007. – 104 с.
- 28 Шаховалов Н. Н. Интернет-технологии в туризме : учеб. пособие / Н. Н. Шаховалов. – Барнаул : Изд-во АлтГАКИ, 2007. – 251 с.
- 29 Электронные системы бронирования их характеристика [Электронный ресурс] : Студенческая библиотека онлайн. – Режим доступа: [https://studbooks.net/731286/turizm/elektronnyye\\_sistemy\\_bronirovaniya\\_harakteristika](https://studbooks.net/731286/turizm/elektronnyye_sistemy_bronirovaniya_harakteristika)
- 30 Admiral hotel [Электронный ресурс] : Официальный сайт отеля «Адмирал». – Режим доступа : <https://admiral-saransk.ru/ob-otele.html>
- 31 Developer [Электронный ресурс] : Официальный сайт компании «Sabre». – <https://www.sabretravelnetwork.com/home/solutions/developer/>
- 32 Expedia [Электронный ресурс] : Официальный сайт «Expedia.com». – Режим доступа : <https://www.expedia.com/>

33 Sabre Airline Solutions [Электронный ресурс] : Официальный сайт компании «Sabre». – Режим доступа : <https://www.sabre.com/our-businesses/sabre-airline-solutions/>

34 Travelport (Galileo) [Электронный ресурс] : Официальный сайт «Nemo travel». – Режим доступа : [http://support.nemo.travel/ru/Travelport\\_\(Galileo\)](http://support.nemo.travel/ru/Travelport_(Galileo))

## ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ О БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЕ

студента Алямкиной Алины Владимировны,  
обучающегося по направлению подготовки 43.03.02 Туризм

на тему «Электронные площадки бронирования средств размещения»

Факультет географический

Кафедра туризма

Руководитель Кицис В. М., кафедра туризма, доцент, канд. геогр. наук  
(Фамилия И. О., место работы, должность, ученое звание, степень)

### Оценка соответствия требованиям ФГОС подготовленности автора выпускной квалификационной работы


Требования к профессиональной подготовке	Соответствует	В основном соответствует	Не соответствует
Умение корректно формулировать и ставить задачи (проблемы) своей деятельности при выполнении бакалаврской работы, анализировать, диагностировать причины появления проблем, их актуальность	+		
Умение устанавливать приоритеты и методы решения поставленных задач (проблем)	+		
Умение использовать туристскую информацию – правильно оценить и обобщить степень изученности объекта исследования	+		
Новизна работы, оригинальность поставленных задач, уровень исследовательской части	+		
Владение компьютерными методами сбора, хранения и обработки (редактирования) информации, применяемой в сфере профессиональной деятельности	+		
Умение рационально планировать время выполнения работы, определять грамотную последовательность и объем операций и решений при выполнении поставленной задачи		+	
Умение объективно оценивать полученные результаты расчетов, вычислений	+		
Умение анализировать, обобщать, оформлять, делать практические выводы	+		
Владение методами и приемами, применяемыми в сфере профессиональной деятельности	+		
Возможность практического использования материалов работы	+		
Умение делать самостоятельные обоснованные и достоверные выводы из проделанной работы	+		
Умение использовать различные источники литературы профессиональной направленности	+		

**Отмеченные достоинства** На основе использования обширной информации, собранной из учебных, периодических и Интернет-источников, автору удалось рассмотреть электронные

площадки бронирования, используемые в практике работы как за рубежом, так и в России. Творческий подход и критическое осмысление современных требований к организации обслуживания туристов позволили автору работы показать возможности применяемых для оказания услуг клиентам гостиниц электронных площадок бронирования. Работа носит практический характер, написана самостоятельно, хорошим научным языком. По результатам исследования опубликована научная статья.

**Отмеченные недостатки** Существенных недостатков в работе нет.

**Заключение** Исследование, выполненное А. В. Алямкиной, свидетельствует, что цель работы достигнута, задачи – успешно решены. Автор работы обладает теоретическими знаниями и практическими умениями в области туризма. Алямкина А. В. способна самостоятельно решать широкий круг организационных и практических вопросов. Оригинальность текста составляет 69,84 %. Работа может быть представлена на конкурс студенческих работ, отдельные ее положения могут быть рекомендованы к публикации. Выпускная квалификационная работа заслуживает высшей оценки, а ее автор – присвоения искомой квалификации.

Руководитель  «13» 06 2019 г.  
(подпись)



## ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ О ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ

Автор (студент/ка) Алямкина Алина Владимировна  
 Факультет географический  
 Кафедра туризма  
 Направление подготовки 43.03.02 Туризм  
 Наименование темы « Электронные площадки бронирования средств размещения»

Эксперт Байгушкина Оксана Васильевна – директор ООО «Центр туризма “Русский мир”»

(Фамилия И.О., место работы, должность, ученое звание, степень)

### Оценка выпускной квалификационной работы

№ п/п	Показатель	Оценка				
		5	4	3	2	*
1	Актуальность тематики работы	+				
2	Степень полноты обзора состояния вопроса и корректность постановки задачи	+				
3	Уровень и корректность использования в работе методов исследований, математического моделирования, расчетов	+				
4	Степень комплексности работы, применение в ней знаний общепрофессиональных и специальных дисциплин	+				
5	Ясность, четкость, последовательность и обоснованность изложения	+				
6	Применение современного математического и программного обеспечения, компьютерных технологий в работе		+			
7	Качество оформления (общий уровень грамотности, стиль изложения, качество иллюстраций, соответствие требованиям стандартов)	+				
8	Объем и качество выполнения графического материала, его соответствие тексту	+				
9	Обоснованность и доказательность выводов работы	+				
10	Оригинальность и новизна полученных результатов, научно-исследовательских или производственно-технических решений	+				


\* - не оценивается (трудно оценить)

**Отмеченные достоинства** Электронные площадки бронирования прочно заняли свое место на рынке обслуживания туристов. Несмотря на это, многие средства размещения до сих пор остаются в стороне от мирового тренда. Автор ВКР проанализировал глобальные и отечественные электронные системы бронирования, рассмотрел опыт их использования. На

конкретном примере отеля «Адмирал» были показаны площадки бронирования, используемые в деятельности отеля, и преимущества бронирования туристами номеров отеля через его сайт.

**Отмеченные недостатки** В работе нет серьезных недостатков, влияющих на качество исследования..

**Заключение** Работа Алямкиной А. В. соответствует предъявляемым требованиям. В ней сделаны верные выводы, цель работы достигнута, поставленные задачи решены. Работа может быть допущена к защите и заслуживает высокой оценки, а ее автор – присвоения искомой квалификации.

Эксперт  « 13 » 06 2019 г.

