

## ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМ ОНЛАЙН-БРОНЮВАННЯ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

*Анотація. Розглянуто такі поняття, як "резервування" та "бронювання", визначено відмінності між ними. Досліджено засоби використання комп'ютерних технологій у туристичній галузі України та за кордоном, їх позитивні та негативні риси.*

*Аннотация. Рассмотрены такие понятия, как "резервирование" и "бронирование", определены различия между ними. Исследованы способы использования компьютерных технологий в туристической отрасли Украины и за рубежом, их положительные и отрицательные черты.*

*Annotation. Such concepts as "backup" and "booking" were considered, the differences between them were identified. And also the methods of using computer technologies in the tourism industry in Ukraine and abroad were investigated, their positive and negative features were defined.*

*Ключові слова: турагент, бронювання, резервування, комп'ютерні технології, туристичні сайти.*

Вибір теми дослідження обумовлено тим, що зростання рівня життя, особистого доходу, рівня освіти підвищує інтерес людини до подорожей та можливостей здійснювати їх як у своїй країні, так і за її межами, а висока якість туристичного продукту робить туризм привабливим для багатьох людей. Глобалізація у сфері туризму – один із основних напрямів розвитку туристичних компаній задля отримання прибутку. Туристичні компанії в сучасному світі значно виграють від активного використання нових технологій. Наразі у сфері реалізації туристичних послуг активно використовується комп'ютерна техніка та мережа Інтернет, зокрема у вигляді запровадження систем онлайн бронювання та резервування. Наразі важко уявити, як могло провадитися бронювання готелів, залізничних або авіаквитків різними турагентами й компаніями з урахуванням усіляких знижок при відсутності систем комп'ютерного бронювання. Це є суттєвим важелем впливу на продажі, покращення їхньої якості, а також максимальне підвищення ефективності роботи підприємств туристичної галузі.

Вивченням даного питання займалися такі науковці, як: Лесник А. Л., Смирнова М. Н., Ляпіна І. Ю., Мельниченко С. В., Пінчук Н. С., Соловйов А. А. та ін. [2 – 5]. Однак на даний момент ще залишилися невирішені моменти за цією темою, які потребують подальшого вивчення.

Метою дослідження є виявлення, наскільки поширеним є використання Інтернет-ресурсів у туристичному бізнесі України, аналіз недоліків та позитивних рис онлайн-бронювання.

Об'єктом дослідження є використання комп'ютерних технологій у туристичному бізнесі України.

Предметом дослідження є системи онлайн-бронювання, як один з варіантів використання Інтернет-ресурсів у туризмі.

Поняття "резервування" та "бронювання" широко використовуються в сучасному туристичному бізнесі. Визначення цих понять були запропоновані Ляпіною І. Ю.

Резервування – це оренда (створення запасу) частки місць оптом у готелях, санаторіях, транспортних засобах тощо проміжним продавцем (турагентом, туроператором) для подальшої їх роздрібною реалізації клієнтам (туристам та бізнесменам, організаціям). Фактори часу та умови повинні бути відображені в договорі [2].

Бронювання – поняття дещо вужче. Це закріплення за клієнтом (туристом) конкретного місця в готелях, санаторіях, транспортних засобах, яке відбувається за допомогою Інтернету, телефону тощо із частковою чи повною передплатою [2].

Задля отримання максимального прибутку власники бізнесу туристичної галузі шукають різноманітні способи, щоб залучити максимальну кількість турагентів. Задля цього компанії розширюють сферу застосування систем бронювання, включаючи в їхню програму широке коло послуг – бронювання готельних місць, прокат автомобілів, страхування авіапасажирів, оформлення квитків, закордонних паспортів і навіть замовлень на квіти. Подібне використання комп'ютерного бронювання істотно підвищує продуктивність роботи туристичних агентств. Крім того, досвід країн Західної Європи та Америки показує, що дедалі більше готелів та авіаквитків продаються саме через турагентства та їх комп'ютерні системи онлайн-бронювання. Вітчизняні підприємства, стикаючись із проблемами забезпечення конкурентоспроможності туристичних послуг, ще недостатньо ефективно використовують вироблений зарубіжними туристичними фірмами інструментарій сучасних інформаційних технологій [4]. У розвинених країнах світу водночас, доповнюючи одна одну, відбуваються зміни в інформаційних технологіях і в туристичному бізнесі, на відміну від України, де такі перетворення характеризуються відсутністю злагодженості. У зв'язку з цим процес упровадження інформаційних технологій у діяльність суб'єктів господарювання в туризмі України стикається з рядом проблем.

Слід розглянути більш детально основні з них.

1. Слабкі комунікації. Більшість сайтів туристичних підприємств використовуються як інформаційно-рекламний канал, який надає актуальну інформацію, що постійно оновлюється. Але проведені дослідження

відсутній або на ньому передається застаріла інформація, яка вже не є актуальною, адже з моменту створення сайт не оновлювався [6]. Крім того, помітно, що інформаційні сайти туристичних агенцій України не є ресурсом, на який власники звертають достатню увагу. Так, більшість із них мають порівняно обмежений обсяг інформації, є однотипними та характеризуються відсутністю явної спрямованості на розвиток туристичного комплексу регіону в цілому. У таблиці наведено дані щодо частки туристичних фірм, що мають власний сайт, в областях, що користуються найбільшою цікавістю туристів.

Таблиця

**Туристичні фірми, що мають власний сайт, за областями України**

Область	Кількість туристичних фірм	Кількість туристичних фірм, що мають власний сайт	Частка туристичних фірм, що мають власний сайт
АР Крим	81	10	12,3
Донецька	66	11	16,7
Закарпатська	21	2	9,5
Харківська	38	6	15,8
Львівська	176	53	30,1
Одеська	46	12	26,1

За результатами аналізу даних наведених у таблиці, можна зробити висновок, що найбільша кількість туристичних фірм, а також частка тих, що мають власний сайт зосереджена у Львівській області, що вказує на суттєву зацікавленість фірм галузі у залученні нових клієнтів та туристів до свого регіону саме через Інтернет. Усі ж інші регіони демонструють мінімальну частку фірм, що користуються комп'ютерними технологіями, а це свідчить про недосконалість механізму інформаційного обміну суб'єктів господарювання у сфері туризму й зовнішнього середовища за допомогою мережі Інтернет.

2. Недостатній рівень підготовки менеджерів з інформаційних технологій та низька інформаційна грамотність. Основною проблемою при запровадженні використання програмного забезпечення на українських туристичних підприємствах, крім технічних питань, є недостатня кваліфікованість персоналу [4].

3. Інша проблема, яка викликає недовіру туристів до систем онлайн-бронювання – це те, що більшість українських туристичних фірм надають неповну інформацію клієнтам на своїх сайтах. Такі неточності можуть стосуватися місця розташування готелю або пансіонату (дуже часто відсутня інформація про місцезнаходження об'єктів і віддаленість їх від моря), додаткові послуги, обладнання номерів. Також інформація про вартість послуг нерідко буває застарілою та неточною [5].

4. Ще одним суттєвим недоліком, що значно впливає на темпи запровадження електронних систем бронювання в Україні є відсутність державної підтримки та забезпечення суб'єктів туристичної діяльності оперативною інформацією про попит, пропозицію, ціни, тарифи та ін.

Оскільки кількість сайтів туристичних компаній України є незначною, можна запропонувати такі напрями вдосконалення системи інформування:

розширення переліку та обсягу інформації;

зміна дизайну сайтів регіонального та загальнонаціонального призначення;

стимулювання приватних підприємств (суб'єктів туристичної діяльності) до створення сайтів регіонального призначення;

здійснення контролю за об'єктивністю інформації;

включення в бюджет витрат на використання комп'ютерних технологій з метою розвитку туризму в Україні.

Надання туристичних послуг у режимі онлайн має і свої обмеження. Так, багато людей не мають Інтернету, крім того, метою веб-сторінки туристичного підприємства є продаж продуктів, а не надання інформації. Також необхідно зазначити, що складні мандрівки потребують спеціальних знань і організації, котрі повинні надаватися кваліфікованим менеджером-агентом. Тому потреба у туристичних агентах як посередниках збережеться у найближчому майбутньому [3].

Таким чином, можна зробити висновок, що у сучасних умовах неможливо забезпечити якісне ведення туристичного бізнесу без запровадження й застосування новітніх інформаційних комп'ютерних технологій. Саме їх використання на практиці забезпечує дотримання суб'єктами туристичної діяльності комплексу взаємодіючих і взаємоповнюючих вимог, що формують якість туристичних послуг.

Подальші дослідження у цій сфері можуть бути спрямовані на способи використання новітніх технологій у галузі надання туристичних послуг, а також дослідження можливостей застосування міжнародного досвіду в Україні.

*Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.*

**Література:** 1. Лесник А. Л. Стратегии конкуренции в гостиничном бизнесе / А. Л. Лесник, М. Н. Смирнова. – М. : Талер, 2011. – 544 с. 2. Ляпіна І. Ю. Організація та технологія готельного обслуговування : підручник для початкової професійної освіти / І. Ю. Ляпіна. – К. : Академія, 2009. – 208 с. 3. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : [монографія] / С. В. Мельниченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 493 с. 4. Пінчук Н. С. Інформаційні системи і технології в маркетингу / Н. С. Пінчук, Г. П. Галузинський, Н. С. Орленко. – К., 2010. – 352 с. 5. Солов'єв А. А. Інтернет как средство развития туризма в Крыму / А. А. Солов'єв // Культура народов Причерноморья : [научн. журнал]. – 2008. – № 137. – С. 130–133. 6. Скопень М. М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі / М. М. Скопень. – К. : Кондор, 2009. – 301 с.