

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА
Том 11 ● Номер 6 ● июнь 2017
ISSN 1994-6929
Journal of Creative Economy

издательство
Креативная
экономика

Современные тенденции развития электронных систем бронирования туристских услуг в России

Михина И.С. [1], *Ляшенко Е.Г.* [1]
[1] Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

АННОТАЦИЯ:

В статье рассмотрены тенденции развития электронных систем бронирования и резервирования туристских услуг, выявлены факторы, влияющие на рынок онлайн трэвел, выделены преимущества и недостатки организации путешествий с использованием современных информационных ресурсов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: электронные системы бронирования, онлайн бронирование, онлайн трэвел, офлайн трэвел, динамическое пакетирование.

Current trends in the development of online tour booking systems in Russia

Mikhina I.S. [1], *Lyashenko E.G.* [1]
[1] Vladivostok State University of Economics and Service

Введение

Современное развитие информационных технологий оказывает влияние на все сферы жизнедеятельности человека. Всемирная сеть обладает уникальными качествами передачи текстовой, визуальной информации в реальном времени, предоставляет возможность потребителю получить широкий спектр разнообразных туристских услуг за короткий период времени.

В 60-е годы XX века, когда гражданская авиация находилась на этапе активного развития, технология бронирования авиабилетов по телефону оказалась достаточно трудоемкой в связи с растущим пассажиропотоком. Это привело к необходимости автоматизации процесса выписки авиабилетов. Первые электронные системы бронирования и резервирования туристских услуг получили названия Apollo и Sabre, их разработали американские авиакомпании United и American Airlines [1] *(Avrin, 2007)*.

Последующее внедрение систем бронирования привело к существенному сокращению времени обслуживания клиентов и обеспечению

резервирования в режиме онлайн, что позволило снизить себестоимость предлагаемых услуг и повысить их качество. Так стало возможным бронирование не только авиабилетов, но и других услуг туристской индустрии.

На сегодняшний день ни одно турагентство не может работать без использования в своей работе глобальной или альтернативной системы бронирования. С активной компьютеризацией общества люди все чаще бронируют свои путешествия онлайн самостоятельно.

Согласно исследованиям аналитического агентства Data Insight, объем аудитории онлайн трэвел в России довольно небольшой – всего 10 миллионов пользователей (из 35 миллионов российских онлайн-покупателей) по данным на 2016 год, средний чек туриста составляет 450 долларов США [2].

Повышению интереса потребителей к приобретению туристских услуг посредством информационных технологий способствуют доступность сети Интернет, внедрение электронных платежных систем, значительное количество безвизовых стран, недоверие туристов к оффлайн сектору, который несколько лет подряд сталкивается с чередой банкротств ведущих туроператоров.

В 2016 году, согласно официальным данным, в Едином Федеральном Реестре было зарегистрировано 4467 туроператора, что на 126 туроператоров меньше, чем в 2010 году (рис. 1).

В 2014–2015 гг. отмечается значительное сокращение количества туроператоров в России. Уход с рынка туроператоров по выездному туризму сопровождался девальвацией рубля, уменьшением покупательной способности населения, ограничением полетов в Египет и Турцию и банкротством компании «Трансаэро» (на которую приходилось 14% рынка) в октябре 2015 г. На протяжении 2016 года международ-

ABSTRACT:
The arcticle examines development trends in online tour booking systems. We identify factors affecting the online travel market. We mark advantages and disadvantages of organizing travel tours using modern information resources.

KEYWORDS: online booking systems, online booking, online travel, offline travel, dynamic packaging.

JEL Classification: L83, Z30, Z31, Z32 **Received: 13.06.2017 / Published: 30.06.2017**

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
For correspondence: Mikhina I.S. (vgues.travel@mail.ru)

CITATION:
Mikhina I.S., Lyashenko E.G. () Sovremennye tendentsii razvitiya elektronnyh sistem bronirovaniya turistskikh uslug v Rossii [Current trends in the development of online tour booking systems in Russia]. Kreativnaya ekonomika. 11. (6). – 659-666. doi: 10.18334/ce.11.6.38110

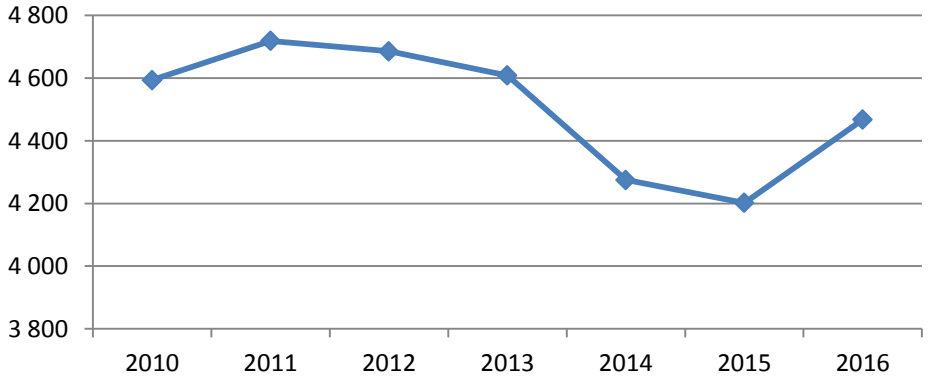


Рисунок 1. Динамика количества туроператоров в РФ, 2010-2016 гг., ед.
Источник: [3].

ные авиаперевозки продолжают снижаться в годовом выражении. Снижение спроса российского населения на туристские услуги привело к уменьшению количества реализованных турпакетов. В 2013 году количество турпакетов в зарубежные страны превысило 4,2 миллионов, в 2015 году сократилось на 40% (до 2,5 миллионов). В 2016 году сократилось еще на 18,5% по сравнению с 2015 годом [4].

Среди важных тенденций в сфере туризма отмечаются сокращение длительности поездок и поиск более дешевых вариантов отдыха, уменьшение числа выездных периодов. В период спада население экономит на услугах туроператоров, самостоятельно планируя поездки.

При этом необходимо отметить, что количество предложений туроператоров всегда ограничено, недостаточно визуализировано, регламентировано определенным набором услуг, не всегда выгодно по стоимости. Цены на отели, авиабилеты в электронных системах бронирования в некоторых случаях ниже, чем в оффлайн

ОБ АВТОРАХ:

Михина Илона Сергеевна, доцент кафедры туризма и экологии, кандидат экономических наук, доцент (vgues.travel@mail.ru)

Ляшенко Елена Геннадьевна, магистрант кафедры туризма и экологии (Lyasha94@mail.ru)

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Михина И.С., Ляшенко Е.Г. Современные тенденции развития электронных систем бронирования туристских услуг в России // Креативная экономика. – 2017. – Том 11. – № 6. – С. 659-666. doi: 10.18334/ce.11.6.38110

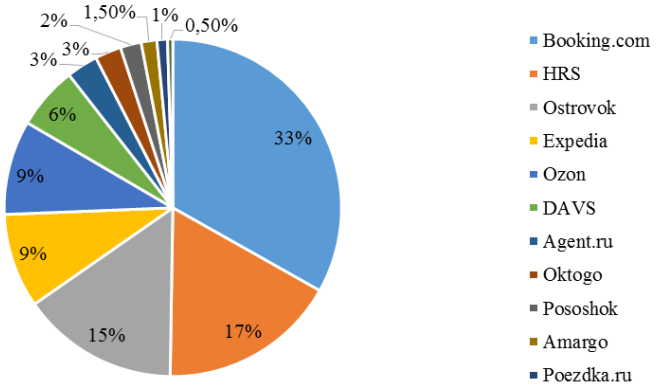


Рисунок 2. Доля онлайн агентств на российском рынке туристских услуг в 2016 году, в процентах
Источник: [6]

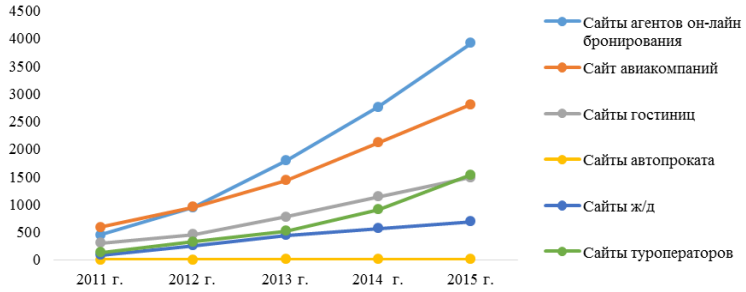


Рисунок 3. Динамика российского рынка онлайн трэвел, в 2011–2015 гг., млн. долл.
Источник: [7]

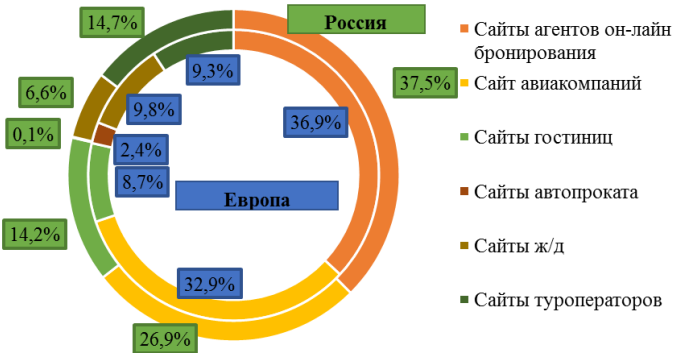


Рисунок 4. Сравнение структуры рынка онлайн трэвел России и Европы в 2015 г., в процентах
Источник: [8]

секторе, благодаря сокращению постоянных издержек. В то время как с развитием онлайн-туризма появились поисковые системы, которые помогают решить не только основную задачу поиска тура, но и наделены дополнительными функциями по демонстрации отеля, авиаперелета, возможностью бронирования прямо из системы, поиск экскурсий и развлечений [5] *(Rudskaya, Skabarova, 2016)*.

Динамика рынка онлайн трэвел показывает, что наиболее динамично развиваются альтернативные системы бронирования туристских услуг, которые выступают в качестве альтернативы глобальным информационным ресурсам. Если к глобальным системам доступ получают лишь агенты туристских компаний, то альтернативные системы предоставляют услуги по бронированию отелей частным клиентам, которых становится все больше.

На сегодняшний день существуют тысячи сайтов, подключенных к таким системам, наиболее популярные из них HRS, Booking.com и Expedia. С 2008 года компании начали открывать свои представительства в России для активного наращивания местной базы отелей.

Последние три года эти компании боролись за первенство на рынке, но успешнее всего была модель Booking.com. Сервис позволяет не оплачивать проживание сразу, оплата происходит непосредственно при заселении. Эта модель позволила Booking.com стать мировым лидером (рис. 2).

Для России, согласно данным аналитического агентства PhoCusWright, характерен рост по всем типам услуг онлайн бронирования в сфере туризма (рис. 3). Особенно популярны сервисы, предлагающие сразу различные виды туристских услуг. Удобные интерфейсы сайтов интернет агентств не требуют определенных навыков для организации самостоятельного путешествия.

Кроме того, электронные системы бронирования позволяют туристу экономить время и предоставляют возможность организовать свой отдых не выходя из дома в любой момент. С другой стороны, риск использования информационных ресурсов заключается в сложности получения обратной связи, проведения платежей, отмены бронирования, недостоверности информации и т.д.

В настоящее время становится все более заметной диверсификация бизнеса онлайн трэвел. С каждым годом создается все большее количество интернет ресурсов по планированию путешествий, которые рекомендуют оформить перелет, страховку, забронировать номер в отеле, взять автомобиль напрокат. Многие из этих сервисов появились в Европе, где организация путешествия с использованием электронных систем бронирования популярна продолжительное время (рис. 4).

Структура рынка России и Европы не имеет радикальных отличий. Для России также характерно преобладание продаж через сайты агентов онлайн бронирования, авиакомпаний и гостиниц. Единственным отличием является аренда автомобилей. В Европе спрос на данную услугу более развит. Важно отметить, что в России потребители активно пользуются сайтами авиакомпаний для бронирования билетов, т.к.

представленные там услуги оказываются без сервисных сборов, которые, например, взымают авиакассы и другие агентства.

Рост обращений населения к электронным системам бронирования и резервирования туристских услуг неизбежен, потому что развиваются интернет технологии, к тому же пользователи с удовольствием делятся впечатлениями в личных блогах или социальных сетях, тем самым создавая спрос на различные направления [9].

Заключение

1. Для повышения конкурентоспособности оффлайн сектора в рамках традиционного метода комплектации турпродукта компаниям необходимо более тщательно проводить анализ рынка туристских услуг, разрабатывать продукты, которые невозможно создать самостоятельно, плодотворно сотрудничать с контрагентами по предоставлению контрактных цен на туристские услуги ниже электронных систем бронирования, постоянно повышать уровень квалификации своих специалистов.

2. Для ускорения процесса обслуживания потребителей и предложения более широкого ассортимента услуг некоторые туроператоры стали использовать программное обеспечение Само-тур, которое позволяет формировать собственные туры из различного набора услуг от партнеров (проживание, транспорт, страховка, трансфер, виза, экскурсия и дополнительные услуги) и выводить их в продажу с возможностью бронирования для туристов.

В качестве преимуществ ресурса можно отметить быстрый поиск вариантов отдыха по различным параметрам, высокий уровень контроля заявки со стороны туроператора, выгодные цены за счет бронирования блока мест на чартерном или регулярном рейсе. С другой стороны, стоимость программного обеспечения достаточно высокая и внедрить его в работу могут только крупные федеральные туроператоры. При этом ассортимент представленных услуг меньше, чем в глобальных и альтернативных системах бронирования.

Больше возможностей для туриста предлагает инструмент динамического пакетирования туров, который позволяет в режиме реального времени сформировать комплекс услуг (как минимум перевозка и отель) за общую цену. Технология объединяет предложения информационных ресурсов Sabre, Amadeus, Booking, Expedia, Agoda и др.

3. По мнению разработчиков динамического пакетирования, приобретать комплекс услуг обычно выгоднее, чем бронировать те же самые услуги по отдельности. Поставщики на условиях конфиденциальности предоставляют специальные тарифы только под турпакеты. Основным недостатком инструмента является отсутствие принимающей стороны (рецептивного туроператора) за рубежом, соответственно, проблемы туристов в месте отдыха решать некому [10] *(Kraynova, Ketrar, 2016)*.

4. Определенный интерес представляет собой комплектация турпродукта, основанная на использовании информационных ресурсов и предложений туроператоров,

прямых поставщиков туристских услуг. Так, бронирование отелей с помощью сервисов Ostrovok, Hotelbook, Portbilet предоставляет потребителю большой выбор вариантов проживания, а туристкой компании – комиссионное вознаграждение от продаж. Вместе с тем заказ экскурсионного обслуживания, трансферов обеспечит поддержку туриста принимающей стороной.

ИСТОЧНИКИ:

1. Аврин С. Системы комплексного обслуживания: аспект бизнес-процессов (на примере зарубежных систем бронирования авиаперевозок) // Директор. – 2007. – № 34.
2. Тренды российского рынка путешествий и туризма. Исследование PayPal. [Электронный ресурс]. URL: http://datainsight.ru/eTravel062016.
3. Официальный сайт Единой межведомственной информационно-статистической системы. [Электронный ресурс]. URL: http://fedstat.ru/indicator/data.
4. Туроператоры заявили о падении числа зарубежных поездок россиян. Рбк. [Электронный ресурс]. URL: http://www.rbc.ru/rbcfreenews/58d27c1d9a7947ecbdc4f60c.
5. Рудская Е.Н., Скабарова А.А. Онлайн-туризм: перспективы и прогнозы развития // Молодой учёный. – 2016. – № 8(112). – с. 655-659.
6. The Online Travel Landscape. A PhoCusWright Presentation. [Электронный ресурс]. URL: http://www.phocuswright.com/Travel-Research/Market-Overview-Sizing.
7. Hotels, OTAs, Metasearch or Rentals: Who's Winning in Traffic and Conversion. Phocuswright. [Электронный ресурс]. URL: http://www.phocuswright.com/Travel-Research/Consumer-Trends/Hotels-OTAs-Metasearch-or-Rentals-Who-s-Winning-in-Traffic-and-Conversion.
8. European Online Travel Overview Tenth Edition. Phocuswright. [Электронный ресурс]. URL: http://www.phocuswright.com/Travel-Research/Market-Overview-Sizing/European-Online-Travel-Overview-Tenth-Edition.
9. Рынок онлайн-туризма в России: Устройство и перспективы развития. Vc.ru. [Электронный ресурс]. URL: https://vc.ru/p/da-travel.
10. Крайнова О.С., Кетрарь М. Маркетинговый анализ рынка онлайн-туризма и сопутствующих услуг // Сборник научных трудов X межвузовской научно-практической конференции под ред. Е.С. Усовой. – Н. Новгород, 2016.

REFERENCES:

Avrin S. (2007). Sistemy kompleksnogo obsluzhivaniya: aspekt biznes-protsessov (na primere zarubezhnyh sistem bronirovaniya aviaperevozok) [Complex service systems: the aspect of business processes (by the example of foreign air travel booking systems)]. Direktor. (34). (in Russian).

European Online Travel Overview Tenth EditionPhocuswright. Retrieved from http://www.phocuswright.com/Travel-Research/Market-Overview-Sizing/European-Online-Travel-Overview-Tenth-Edition

Hotels, OTAs, Metasearch or Rentals: Who's Winning in Traffic and ConversionPhocuswright. Retrieved from http://www.phocuswright.com/Travel-Research/Consumer-Trends/Hotels-OTAs-Metasearch-or-Rentals-Who-s-Winning-in-Traffic-and-Conversion

Kraynova O.S., Ketrar M. (2016). Marketingovyy analiz rynka onlayn-turizma i soputstvuyuschikh uslug [Marketing analysis of the online tourism market and related services] [] . (in Russian).

Rudskaya E.N., Skabarova A.A. (2016). Onlayn-turizm: perspektivy i prognozy razvitiya [Online tourism: prospects and forecasts for the development]. The young scientist. (8(112)). 655-659. (in Russian).

The Online Travel LandscapeA PhoCusWright Presentation. Retrieved from http://www.phocuswright.com/Travel-Research/Market-Overview-Sizing