

УДК 338.48.

Кожухівська Р.Б.

*к. екон. н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ОН-ЛАЙН БРОНЮВАННЯ

У зв'язку з поступовим проникненням інформаційних та Інтернет-технологій у повсякденне життя суспільства та бізнесу змінюється характер і специфіка каналів збуту у туристичній сфері. На даний час спостерігається поступовий перехід великої частини бізнесу з сектора off-line (турагентства і туроператори) в on-line (система бронювання через Інтернет).

Он-лайн системи бронювання - це сайти в інтернеті, які в автоматичному режимі і в режимі реального часу здійснюють пошук вільних номерів у певному місті чи регіоні на певні дати відповідно до параметрів запити клієнта. Також такі системи повинні надавати клієнту миттєве підтвердження бронювання, при цьому оплата його може бути проведена як відразу ж через систему, так і згодом при поселенні в готель.

Згідно із дослідженнями статистичного агентства PhoCusWright обсяг виїзного туризму в Україні на початок 2013 року перевищив докризовий рівень 2008 і 2009 років, але при цьому обсяг внутрішнього туризму залишився як і раніше незначним з перевищенням попиту над пропозицією [2]. Головною причиною є недостатня увага з боку влади на туристичний сектор України, що не може не позначатися на обсязі в'їзного туризму.

Щоб зрозуміти ситуацію на ринку туристичній індустрії та перспективи його розвитку необхідно проаналізувати, яка частина населення є основним джерелом доходу в даній галузі. Згідно з даними Державного агентства України з туризму та курортів, 17% населення України вважаються середнім класом [2]. При цьому річний дохід лише 10% осіб перевищує 20 тис доларів на рік. У

найближчі 2-3 роки очікується збільшення середнього класу до 27% від загальної кількості українців, що означає, що більше людей зможуть дозволити собі акумулювати кошти для подорожей всередині країни та за кордон.

Згідно класифікації туристи поділяються на дві категорії: індивідуальні та групові мандрівники. Щороку кількість туристів, які самостійно купують квиток і кількість тих, хто індивідуально, бронює готель, постійно зростає, а кількість групових скорочується на 15-20%. Багато в чому це пов'язано з банкрутством великих туроператорів, а також із зростанням довіри до он-лайн систем бронювання та безпеки персональних даних в Інтернет [3].

Відповідно, до тренду поступового відмирання туроператорського сектору і переходу все більшого числа клієнтів в он-лайн системи бронювання, багато ознак дозволяють з упевненістю стверджувати, що туроператори ще протягом 3-4 років залишатимуться основними гравцями на туристичному ринку. Цьому є ряд причин:

- переважна більшість українських туристів (близько 80%) купують путівки у туроператорів;
- близько 50% мандрівників обирають напрямок і готель через Інтернет, але бронюють через туроператора;
- на сьогоднішній день в Україні зареєстровано 5000 туроператорів і тисячі турагентств;
- місцеві он-лайн системи бронювання не мають достатньої підтримки користувачам і не завжди ефективно займаються своїм просуванням у глобальній мережі [1].

На сьогодні є деякі технічні перешкоди до більш швидкого переходу клієнтів від туроператорів і турагентств до он-лайн систем бронювання. Хоча високошвидкісний Інтернет добре розвинений і доступний у великих містах, його практично немає в невеликих населених пунктах та сільській зоні. Також українські споживачі досі не дуже охоче відкривають кредитні та депозитні карти.

За даними Національного банку України на близько 43 млн населення України тільки 17 млн активних кредитних карт [1]. Це пов'язано, в першу чергу, з обмеженнями, що вводяться банками при відкритті банківських карт, а також з невеликою кількістю кредитних продуктів, цікавих для споживача.

Для того щоб адаптуватися до українського ринку, он-лайн системи бронювання, які отримують платежі від клієнта переважно за коштами кредитних або дебетових карт, вводять також можливості оплачувати бронювання через електронні гроші (Web-money, Yandex.Гроші) і платіжні термінали (QIWI, Евросеть тощо).

На сьогоднішній день лідером українського ринку он-лайн систем бронювання є голландська система Booking.com. Цей найбільший у світі сайт з бронювання готелів через Інтернет, контролює приблизно 50% всього ринку он-лайн бронювання в Україні.

Разом з Booking.com з'являються також і інші українські туроператори у сфері бронювань через Інтернет, такі як Wizzair.com, Artex.com.ua творці яких залучили великі інвестиції у свої проекти (близько 13 і 5 млн доларів відповідно). В інших українських туроператорів є серйозні шанси стати лідерами на туристичному ринку, хоча у Booking.com 50% ринку он-лайн бронювань, тим не менш, це все ще незначна частка в загальному обсязі туристичних послуг, що надаються в Україні [2].

Беручи до уваги ситуацію на ринку туристичних послуг в Україні, вітчизняні компанії зможуть досягти успіху при виконанні ряду умов:

- якщо вони створять хороший продукт, здатний конкурувати за зручністю для кінцевого користувача з передовими світовими системами;
- будуть приділяти серйозну увагу розвитку клієнтського сервісу;
- займатимуться активним просуванням своїх сайтів в пошукових системах Yandex і Google (відповідно 60% і 20% пошукових запитів на території України) [4];
- запровадять інноваційні платіжні рішення з досконалим бронюванні, адаптовані під російського користувача (платіжні термінали, електронні гроші).

Список використаних джерел:

1. Національний банк України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/control/uk/index>.
2. Державне агентство України з туризму і курортів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tourism.gov.ua/ua>.
3. World Tourism Barometer/ World Tourism Organization, Madrid. – Spain. – April. – September. – 2014. – 164p.
4. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <http://www2.unwto.org>.