

## **Содержание:**

# **ВВЕДЕНИЕ**

В развитии гостиничного хозяйства, чтобы добиться устойчивости, рентабельности, большой загрузки номерного фонда, без отдела бронирования не обойтись. Поэтому служба бронирования имеет большое значение в эффективной работе гостиничного комплекса. Чтобы бронирование стало быстрым, удобным и эффективным, нужно его совершенствовать.

В стране проводится много мероприятий, которые интересно посмотреть, и посетить множество интересных мест. Эти мероприятия приезжают посмотреть много туристов.

За последнее время у гостей возросли требования к качеству услуг, к сервису. А для этого, Во-первых, необходимо улучшить программу по приёму и обслуживанию туристов, подготовить квалификационные кадры.

Этим обусловлено необходимость повышения качества систем обслуживания и бронирования. Во-вторых, большое влияние на сферу обслуживания гостиниц стали оказывать информационные технологии. Они стали более доступными и дешёвыми. Информационные технологии ускоряют процессы бронирования и обслуживания, оплаты гостей и окончательного расчёта по счетам.

Ещё до заезда в гостиничный комплекс туристы знакомятся со службой бронирования. Гостям, а особенно деловым людям, важно знать, что на него забронирован номер определённой категории, с набором услуг, на конкретную дату. Отдел бронирования влияет на загрузку гостиницы, а это определяет её рентабельность. Поэтому данная служба занимает важное место в структуре гостиничного комплекса.

Бронирование осуществляется при наличии свободных мест, а также при условии, что гости ознакомлены с оказанием услуг, тарифами, правилами проживания и бронирования. Иными словами, гости обладают необходимой информацией, достаточной для того, чтобы забронировать номер.

Эффективность работы службы бронирования зависит от того, как устроено бронирование. Автоматизация расчётов с гостями, с туроператорами с помощью АСУ становится всё актуальнее.

Цель исследования - изучить технологии бронирования в сфере гостиничной индустрии на примере турфирмы «Континент-Интур».

Исходя из поставленной цели, в исследовании были выделены следующие задачи:

- изучить теоретические основы бронирования в гостиничной индустрии;
- выявить механизмы взаимоотношений турфирм и гостиниц в процессе бронирования;
- рассмотреть принципы бронирования гостиниц на примере турфирмы «Континент-Интур».

Объект – рынок бронирования гостиничной индустрии.

Предмет исследования – процесс бронирования.

Для решения поставленных задач и проверки исходных предположений были использованы следующие методы исследования:

- опрос туроператоров и сотрудников гостиниц;
- наблюдение.

# **1. Теоретические особенности рынка бронирования гостиничной индустрии**

## **1.1 Взаимодействие предприятий туризма с гостиничными предприятиями**

Взаимодействие с предприятиями и организациями гостиничной сферы является одним из важнейших направлений деятельности турфирмы.

Для организации качественного отдыха туриста компании-туроператору приходится вступать во взаимодействие с множеством разнообразных предприятий и организаций: предприятиями, являющимися средствами

размещения (гостиницы, турбазы и т.п.), предприятиями питания, экскурсионными фирмами, транспортными компаниями и т.д., которые осуществляются с помощью различного вида договоров [5].

Интеграция России в мировое экономическое пространство и, в частности, в мировую индустрию гостеприимства требует изучения особенностей глобализации гостиничного хозяйства, законов и движущих сил этого процесса, тенденций его проявления в национальной экономике и прогнозирования его результатов [13].

Современное мировое гостиничное хозяйство представлено в основном операторами из развитых индустриальных стран. Появление европейских и американских гостиничных цепей в России свидетельствует о переходе отечественного рынка услуг гостеприимства в качественно новое состояние. Важно отметить, что за последние годы на российском рынке появились представители транснационального предпринимательства в сфере гостиничных услуг из тех стран, которые ранее не являлись участниками этого бизнеса.

Туристская индустрия, по определению М. В. Соколовой, это взаимоувязанная система предприятий и предпринимателей, предоставляющих туристам все необходимые для потребления в процессе туризма и достаточные для осуществления собственно процесса туризма туристские услуги, работы и товары. Бурное развитие массового туризма в мире вызвало адекватное развитие индустрии туризма и смежных отраслей хозяйства, науки и культуры, системы образования.

Правильно организованная договорная работа туроператора помогает ему не попадать в зависимость от деятельности гостиниц. Крупные туроператоры подписывают обычно долгосрочные контракты с отелями на определенное количество номеров или на обеспечение полной загрузки отеля, что дает им низкие цены, но представляет определенный риск для владельца отеля (он может потерять деньги в период высокой инфляции). Есть риск и для туроператора (он потеряет деньги в случае, если не все туры будут проданы) [15].

В любом варианте договоров следует предусматривать (оговаривать) следующие условия:

- стоимость номеров и бронирования;
- тип номеров и их число;
- продолжительность (сезоны) обслуживания;
- свободные периоды;

- графики заезда туристов;
- сроки и продолжительность разового обслуживания;
- набор входящих услуг;
- количество и форму организации питания - варианты предоставления питания в ресторане гостиницы (завтрак, полу пансион, полный пансион, шведский стол и т.д.);
- сроки подтверждения заезда туристов (бронирования);
- сроки снятия заездов без предъявления штрафных санкций;
- штрафные санкции по величине и срокам отказа;
- скидки на большой заезд или на постоянную загрузку;
- материальная ответственность за недозаезд (количественный), срыв заезда, отказ от размещения гостей;
- другие специфические вопросы (входит ли в стоимость пользование сауной, бильярдом, время работы бассейна, набор дополнительных услуг и пр.).

Кроме того, важно обратить внимание на гарантии, которые дает партнер - поставщик услуги (гарантирует ли гостиница обещанное размещение).

Составление агентских соглашений это дело профессионального опыта партнеров, их юридической подготовленности и степени доверия между ними. Однако необходимо, чтобы соглашение было правильно оформлено в соответствии с действующим законодательством (отвечало принятым нормам и законодательным актам), а партнеры реально представляли всю степень риска и ответственности за последствия их совместной деятельности [12]

Договоры с гостиницами составляются на основе типового договора с включением вопросов, касающихся обслуживания туристов и взаимоотношений партнеров (поставщика услуг и туроператора). Все взаимоотношения с партнерами-поставщиками услуг по обслуживанию туристов оформляются заключением письменных договоров (контрактов). Они могут иметь типовую форму договора купли-продажи или договора комиссии, либо договора-обмена (при безвалютном обмене туристскими группами).

## **1.2. Системы бронирования на российском рынке**

Российский рынок использует глобальные системы бронирования, которыми широко пользуются европейские страны. Это системы бронирования Sabre, Worldspan. Эти системы пользуются большой популярностью, т.к. у них есть доступ

и к зарубежным и к российским компаниям. У этих систем есть возможность бронирования номеров в гостиницах по всему миру; низкие цены на подключения; гибкая система оплаты. К этим системам относятся и Amadeus -одна из самых больших систем. А также Fidelio. Система Fidelio выполняет все этапы работы: бронирование номеров, размещение, выписка счетов, выписка клиентов.

Но нужно отметить, что все эти системы, если их применять во всех гостиницах, очень дороги. Поэтому эти системы применяются только в 4 и 5 звёздочных отелях. В России существует очень много средних и малых гостиниц, которые не могут позволить оборудовать отели дорогими системами. Больше того, установление дорогих систем в небольших отелях вообще нецелесообразно [10].

Сейчас у нас в России быстро развивается гостиничный бизнес. Старые гостиницы реконструируют, в них появляются новое оборудование. Возникло много небольших частных отелей. Поэтому для российских гостиниц есть несколько систем, которые могут быть применены в средних и малых отелях.

Это, прежде всего, системный комплекс «Алеан». Он включает в себя информационно-поисковую систему и систему бронирования и продаж. Информационно-поисковая система описывает страны, регионы и располагающиеся в них гостиницы. А система бронирования и продаж может управлять деятельностью гостиницы и вести финансовый учёт. Эта система имеет несколько преимуществ:

-в ней содержится информация о многих гостиницах. Эта информация иллюстрирована, что важно как для туристических агентов, так и для клиентов;

-эта система позволяет уменьшать или увеличивать количество номеров на продажу, менять цены во время сезона. Это увеличивает рынок сбыта; - подключение к этой системе расширит агентскую сеть.

В России распространена система онлайн-бронирования. Эта система оборудоваться в собственном сайте гостиниц и подключается к программе отеля России.

Клиент может сам забронировать номер в понравившейся ему гостинице на сайте. Подтверждение он получает сразу в автоматическом режиме.

Системы онлайн-бронирования называют такие системы, где отражено наличие реальных номеров. Клиент о бронировании номера получает подтверждение в

течении нескольких минут. На сайтах гостиничного сервиса можно встретить два вида бронирования [12]:

- истинное онлайн бронирование - гости сами выбирают, бронируют и оплачивают отель пластиковой карточкой и получают ваучер, который подтверждает бронь;

- псевдо онлайн бронирование или бронирование по запросу. Клиент заполняет заявку на сайте гостиницы и отправляет администратору. А потом ждёт звонка, когда сотрудник службы бронирования подтвердит бронь.

Для того чтобы интернет бронирование работало успешно нужна автоматизированная система управления, а также не просто выход в Интернет, а регистрация в специальных туристических базах.

Работа в онлайн бронировании:

- загрузить стартовую страницу;

- перейти к форме заказа;

- клиент выбирает категорию номера;

- система предлагает подтвердить выбор услуг;

- клиент оплачивает первые сутки проживания на сайте и получает ваучер на гарантийное заселение;

- оставшуюся сумму доплачивает в кассу при заезде;

- клиент проходит цикл бронирования в течение трех, четырех минут;

- самая надёжная система онлайн бронирования гостиницы, когда информация о свободных номерах прямо из АСУ гостиницы передаётся на сайт и затем бронирование гостя попадает в АСУ гостиницы. Тогда нет ошибок двойного пере бронирования.

Таким образом, в Интернете можно найти все отели города, найти свободные номера, познакомиться с дополнительными услугами и забронировать номер. Затем клиент сам регистрируется с помощью онлайн бронирования. Он указывает фамилию, имя, свой электронный адрес, указывает тип банковской карты, её номер. Потом подтверждает бронь на номер. А в ответ на электронный адрес придёт подтверждение брони.

С помощью системы возможно бесплатное бронирование, отсутствие предоплаты. Подтверждение о бронировании приходит или по факсу, или по смс гостям. Оплачивается бронирование в гостинице, когда гость приезжает. Бронирование через систему проходит по низким ценам. Все выехавшие клиенты заносятся в архив. В основном, все эти системы требуют автоматизацию гостиницы. А это позволяет, чтобы в программе была возможность познакомиться с различными скидками, дополнительными услугами, заселённостью номеров. Некоторые системы являются настройками стандартных программ. Фирма «Синимекс Информатика» предлагает программу «Синимекс Гостиница». Эта программа предлагает оказывать гостиничные услуги такие как [14]:

- регистрирует клиентов;
- бронирует номера;
- продлевает проживание;
- ведёт расчёты с гостями;
- учитывает загрузку гостиницы;
- управляет размещением клиентов;
- контролирует состояние гостиничных номеров;
- ведёт «чёрный» список нерадивых клиентов.

В этой программе содержатся:

- справочник номерного фонда;
- справочник категории номеров;
- справочник услуг;
- справочник тарифов.

В системе программ 1С Предприятие можно регистрировать заявки на размещение, бронировать номера. Заявку могут принимать не только по телефону, но и электронной почте. При бронировании нового постояльца программа проверяет, не проживал ли он ранее, не находится ли в чёрном списке.

Фирма Эффект Индгорм использует программу Эи - Отель. Задачей данной программы - это бронирование номеров и учёт размещения. Эта программа производит:

-коллективное и индивидуальное размещение;

-ведёт учёт номеров, их состояние;

-ведёт истории гостей и архива;

-автоматически производит поиск брони, её изменения и отказ от неё; -размещает гостей и учитывает их количество.

Программа Ининг - Гостиница регистрирует и размещает гостей, ведёт расчёты с турфирмами и клиентами. В программе есть справочники, которые характеризуют:

-жилой фонд (типы зданий, категорию номеров, состояние номерного фонда);

-справочники общего назначения (о странах, о турфирмах);

-справочники по персоналу.

В программе есть отчёты об использовании и количестве занятых номеров.

## **2. Анализ эффективности системы бронирования**

### **2.1 Общая характеристика работы турфирмы с поставщиками гостиничных услуг**

Более 18 лет туристическая фирма «Континент-Интур» предлагает свои услуги на туристическом рынке. За эти годы был накоплен большой опыт в решении важнейших задач современного туристического бизнеса.

Закрытое акционерное общество "Континент-Интур" является юридическим лицом и строит свою деятельность на основании устава.

Это позволило накопить колоссальный опыт в туроператорской и турагентской деятельности.



Так же турфирма работает со многими здравницами, санаториями, базами отдыха и гостиницами по самым выгодным ценам. Организует поездки на всемирные выставки, разрабатываем туры любой сложности в любую точку мира. Используя современные технологии, системы on-line бронирования, оперативно отвечает на запросы клиентов.

Основными направлениями деятельности ЗАО «Континент-Интур» являются:

- прием и обслуживание туристов;
- оказание услуг по туризму, гостиничных, культурно-зрелищных, спортивно-оздоровительных, экскурсионных, транспортных, рекламных, сервисных и переводческих услуг;
- оформление в установленном порядке туристских или проездных документов, виз в иностранных посольствах;
- обеспечение своих клиентов авиабилетами и соответствующим трансфером;
- размещение клиентов в гостиницах, которые располагают всеми необходимыми условиями для отдыха и работы;
- предоставление по просьбе клиента за минимальные тарифы любые экскурсии и развлечения, обеспечение сопровождающими и гидами;
- индивидуальный подход к организации корпоративных туров и поэтапный контроль качества обслуживания поездок.

Договор о квоте мест с гарантией заполнения 30-80%. По такому договору туристская фирма получает от гостиницы определенное количество мест, которые она обязана в течение периода, оговоренного в контракте, заполнить туристами. При этом она гарантирует оплату 30-80 % выделенной квоты мест, даже если они не будут использованы. Остальную часть квоты фирма имеет право аннулировать в установленные сроки. По этому договору фирма получает цены на гостиничные места более низкие, чем обычные тарифы.

Договор о квоте мест без гарантии заполнения. По этому договору фирма не берет на себя никакой гарантии заполнения выделенной ей квоты мест. Поэтому в силу вступает обычное правило аннуляции мест, не использованных в установленные сроки. Фирма рассчитывается с гостиницей по обычным тарифам.

Договор о твердой закупке мест с полной оплатой. По такому договору фирма гарантирует гостинице полную оплату выделенной квоты мест, независимо от их заполнения. При таких условиях фирма выторговывает более низкие цены на размещение в гостинице, чем обычно.

Договор о текущем бронировании. Это наиболее типичный договор для туристских фирм, особенно тех, которые занимаются организацией индивидуального туризма. По такому договору фирма не получает от гостиницы никакой квоты мест. При обращении клиента она направляет гостинице заявку на бронирование и только по получении от нее подтверждения производит продажу гостиничных услуг. При таком договоре действуют обычные тарифы на гостиничные места.

В любом варианте договоров следует предусматривать (оговаривать) следующие условия:

- стоимость номеров и бронирования;
- тип номеров и их число;
- продолжительность (сезоны) обслуживания;
- свободные периоды;
- графики заезда туристов;
- сроки и продолжительность разового обслуживания;
- набор входящих услуг;
- количество и форму организации питания - варианты предоставления питания в ресторане гостиницы (завтрак, полу пансион, полный пансион, шведский стол и т.д.);
- языки, на которых необходимо говорить персоналу;
- сроки подтверждения заезда туристов (бронирования);
- сроки снятия заездов без предъявления штрафных санкций;
- штрафные санкции по величине и срокам отказа;
- скидки на большой заезд или на постоянную загрузку;
- материальная ответственность за недозаезд (количественный), срыв заезда, отказ от размещения гостей;
- другие специфические вопросы (входит ли в стоимость пользование сауной, бильярдом, время работы бассейна, набор дополнительных услуг и пр.).

Кроме того, важно обратить внимание на гарантии, которые нам дает партнер - поставщик услуги (гарантирует ли гостиница обещанное размещение).

Условие о невозможности обратного повышения цен (цены можно повышать только на не проданные услуги).

#### Договор с предприятием питания

Такой договор заключается с отдельным предприятием питания, если питание организуется вне средства размещения туристов и не входит в контракт с гостиничным предприятием. Это может иметь место на маршрутных тематических турах (питание в пути) и др.

В таком договоре должны быть отражены:

- количество единовременно обслуживаемых туристов;
- регулярность и величина заказов;
- примерные цены на различные рационы питания;
- скидки на большое количество клиентов или на постоянное обеспечение клиентуры;
- сроки подачи заявок на питание;
- определенные сроки снятия заказов без предъявления штрафных санкций;
- материальная ответственность за срыв питания с той или с другой стороны с указанием сроков наступления материальной ответственности и др.

#### Таблица 1

##### Экономические показатели работы турфирмы

Показатели	Прогноз	Фактическое выполнение плана	Отклонение от прогноза
Объем выполненной работы тыс. руб.	200 000	210 000	10 000

Основные средства и нематериальные активы тыс. руб.	55200	56 200	1000
Численность работающих всего, чел.	10	10	-
Фонд оплаты труда, тыс.руб.	1000	1000	-
Затраты производства, тыс.руб.	19798	29609.69	9811

Балансовая прибыль(убытки), тыс.руб.

Сегодня, когда Россия активно движется по направлению к системе рыночной экономики, необходимо не только кардинально изменить экономическую систему как основу реформирования, но и нормы права, представляющие собой правовую оболочку этих процессов. Вследствие необходимости нового осмысления рынка перед нами встает задача: внимательно и профессионально построить почти новую систему экономических взаимосвязей, и это должно быть сделано как можно быстрее.

Один из институтов, который необходимо совершенствовать, представлен институтом государственной регистрации юридических лиц. Он является сравнительно новым правовым комплексом в России, введенным в действие в 2002 г. согласно Федеральному закону Этот институт имеет большое значение.

Основное правовое (или юридическое) значение государственной регистрации юридических лиц – это предоставление юридическому лицу правоспособности (п. 3 ст. 38678 27832.60 -108 46 49 ГК РФ), что дает возможность обладать гражданскими правами, соответствующими целям деятельности, о которых говорится в его учредительных документах, и нести вытекающие из этой деятельности обязанности [1]. Другие значения правового характера исходят из правоспособности: они могут быть представлены различными правомочиями, обязанностями юридических лиц, наличием ответственности за осуществление неправомерной деятельности и т.д.

На современность и насущную необходимость исследования выбранной темы во многом

Чистая прибыль, тыс.руб.

150 000 130 000

20 000

Анализ показывает, что чистая прибыль компании оказалась меньше запланированного значения.

Таблица 2

## **Проблемы турфирмы и пути их решения**

Проблемы	Пути решения выявленных проблем
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Небольшая площадь занимаемого помещения, что не лучшим образом влияет на работу турфирмы</li><li>2. Отсутствие рекламы</li><li>3. Слабое взаимодействие с отелями города</li><li>4. Недовольство клиентов</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 1.Аренда помещения с более большей площадью</li><li>2. 2.Реклама в СМИ, в интернете</li><li>3. Улучшить работу с отелями города, разработать программу</li><li>4. Более подробно узнавать потребности и пожелания клиентов</li></ol>

С целью определения проблем, возникающих при взаимодействии ЗАО «Континент-Интур» и гостиницы «Фазелиз Роуз» нами проведено анкетирование

Турменеджерам были заданы следующие вопросы:

- На сколько баллов по пятибалльной системе вы бы оценили качество сотрудничества с гостиницей «Фазелиз Роуз»?

- Какие проблемы у вас возникают при взаимодействии?

Результаты представлены на рис. 1 и 2.

0

10

33  
50  
7  
0%  
10%  
20%  
30%  
40%  
50%  
60%

Рис. 1. Результаты ответа на вопрос: «На сколько баллов по пятибалльной системе вы бы оценили качество сотрудничества с гостиницей «Фазелис Роуз»?» (в %)

10  
15  
65  
35  
0%  
10%  
20%  
30%  
40%  
50%  
60%

70%

территория

дорога

персонал

сервис

Рис. 2. Результаты ответа на вопрос: «Какие проблемы у вас возникают при взаимодействии?» (в %)

Таким образом, мы видим, что взаимодействие ЗАО «Континент-Интур» и сотрудников гостиницы далеки от совершенства.

К проблемам менеджера ЗАО «Континент-Интур» отнесли:

- отель не до конца достроен, территория, которая благоустроена частично, маленькая и делать на ней особо нечего;
- дорога к нему ухабистая и узкая, не разъедешь;
- персонал набран из близлежащих деревень, их обучают и они стараются, но до нормального уровня далеко;
- ужасный уровень сервиса;

Главной проблемой на сегодняшний день, по мнению турфирм, сотрудничающих с отелем, является неквалифицированный персонал.

## **2.2 Использование систем бронирования и резервирования**

В 2012 году в турфирме ЗАО «Континент-Интур», встал вопрос о выборе систем бронирования.

Но турфирма ЗАО «Континент-Интур» является небольшим предприятием, по количеству сотрудников и обороту деятельности, выбор остановился на отечественной системе бронирования «Алеан», которая по параметрам цена – качество услуг, оказалась наиболее предпочтительной. В течение четырех лет (2012-2016 год) предприятие использует эту систему бронирования и рост выручки от реализации туристических услуг, показывает, что система бронирования была



выбрана правильно.

## 1. Выбор тура

Выбрать тур можно 2 путями: через раздел меню «Выбор тура» и раздел «Наличие мест на рейсах».

При помощи раздела меню «Выбор тура». Заходите в «Выбор тура», заводите необходимые параметры и нажимаете «Искать».

1 город отправления St.-Peterburg страна Egypt тур --- спо ---

2 вылет от 11.11.2008 до 12.11.2008 ночей от 7 до 7

3 взрослых 2 детей 0 цена RUB от до

гостиницы

город любой категория любая гостиница  любая питание любое

<input type="checkbox"/> Dahab	<input type="checkbox"/> 2*	<input type="checkbox"/> AKASSIA (L) 4*	<input type="checkbox"/> A`LA CARTE AI
<input type="checkbox"/> El Gouna	<input type="checkbox"/> 2*+	<input type="checkbox"/> AL DIWAN (R) 3*	<input type="checkbox"/> AI
<input type="checkbox"/> Hurghada	<input type="checkbox"/> 3*	<input type="checkbox"/> ALI BABA PALACE 4*+	<input type="checkbox"/> AI SNACK
<input type="checkbox"/> Marsa Alam	<input type="checkbox"/> 3*Q	<input type="checkbox"/> ALI PASHA (L) 3*	<input type="checkbox"/> AI SUPERIOR
<input type="checkbox"/> Nuweiba	<input type="checkbox"/> 4*	<input type="checkbox"/> ALIA BEACH (L) 4*	<input type="checkbox"/> BB
<input type="checkbox"/> Safaga	<input type="checkbox"/> 4*+	<input type="checkbox"/> ALMAS GOLDEN 5 (L) 5*	<input type="checkbox"/> CLUB AI
<input type="checkbox"/> Sharm-el-Sheikh	<input type="checkbox"/> 5*	<input type="checkbox"/> ALOHA CLUB (F) 4*	<input type="checkbox"/> DELUXE AI
<input type="checkbox"/> Soma & Makadi Bav	<input type="checkbox"/> 5*O	<input type="checkbox"/> AMAR EL ZAMAN HOTEL 4*	<input type="checkbox"/> FB

показать только выбранные  нет остановки продажи

Рис. 3. Выбор тура

Чтобы сузить параметры поиска и затратить меньше времени на обработку информации по наличию мест и пр., воспользуйтесь разделом меню «Наличие мест на рейсах». Это удобно в случае, если тур запланирован на ближайшие даты. Особенно это актуально в период высокого сезона. «Наличие мест на рейсах» значительно экономит время.

город отправления St.-Peterburg страна Egypt тур --- А/П -----

дата 10.11.2008 ночей 7 +/- 0 обновить

места есть  мест мало  мест нет

Рис. 4. Наличие мест

Получив информацию по наличию мест, возвращаетесь в меню «Поиск тура» и продолжаете оформление тура.

## 2. Выбор направления

- есть места / нет мест / по запросу  
 - мгновенное подтверждение  
 - остановка продаж

Заезд	Тур	Ночей	Гостиница	Питание	Номер/Размещение	Цена	Тип цены	Эконом	Бизнес
06.12.2008	Хургада-2 2008-2009	7	BIBA HOTEL (L) 2*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	25844 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада-2 2008-2009	7	GOLF HOTEL (L) 2*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	26292 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада-2 2008-2009	7	EL TABIA (L) 2*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	26740 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада-2 2008-2009	7	ROYAL HOTEL (L) 2*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	26740 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада-2 2008-2009	7	FRIENDSHIP (L) 2*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	27216 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада-2 2008-2009	7	EL GEZIRA HOTEL (L) 2*	BED&BREAKFAST	STANDARD ROOM/DBL	27664 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада 2008-2009	7	NEW RAMOZA 3*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	27860 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада-2 2008-2009	7	EIFFEL (L) 3*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	28112 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада-2 2008-2009	7	EL GEZIRA HOTEL (L) 2*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	29456 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада-2 2008-2009	7	REEMYVERA FAMILY (L) 3*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	29456 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада-2 2008-2009	7	EL SAMAKA BEACH (L) 3*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	29904 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада-2 2008-2009	14	BIBA HOTEL (L) 2*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	<b>29904 RUB</b>	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада 2008-2009	7	TRITON EMPIRE INN 3*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	30128 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада 2008-2009	7	REGINA STYLE RESORT 4*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	30128 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада-2 2008-2009	7	DESERT INN (L) 2*+	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	30352 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада-2 2008-2009	7	BEIRUT (L) 3*+	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	30352 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада-2 2008-2009	7	HOR PALACE (L) 3*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	30352 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада-2 2008-2009	7	REEMYVERA AQUA (L) 4*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	30352 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада 2008-2009	7	NEW RAMOZA 3*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/DBL	30576 RUB	Каталог	»» ««	»» ««
06.12.2008	Хургада 2008-2009	7	SAND BEACH HOTEL 3*	HALF BOARD	STANDARD ROOM/DBL	30576 RUB	Каталог	»» ««	»» ««

Рис. 5. Список открытых туров

## 3. Идентификация пользователя

После того, как вы определились с подходящим вариантом, щелкаете на предложение НА ЦЕНУ. Для дальнейшей работы и бронирования заявки, система потребует идентифицировать пользователя. Для этого, заполните следующее окно:

**Идентификация**

Краткое имя:

Пароль:

Рис. 6. Вход в систему

## 4. Бронирование заявки

После того, как вы ввели персональные данные, система выводит вас на персональную страничку вашей компании с описанием тура и формой заявки, которую необходимо заполнить.

Вы авторизованы в системе как агентство «TEST\_DO\_NOT\_ERASE!» Покинуть систему

**Тур**

Описание тура	Страна	Продолжительность	ночей	Примечание
Хургада-2 2008-2009	Egypt	06.12.2008—20.12.2008	14	

**Транспорт**

Эконом

Рейс	Дата	Кол-во
Spb-Hurghada(Sat) FV-269 (СПб —Hurghada ) [эконом] (Места: есть)	06.12.2008	2
Hurghada-Spb(Sat) FV-270 (Hurghada —СПб ) [эконом] (Места: есть)	20.12.2008	2

**Проживание**

Гостиница	Номер	Размещение	Питание	Период проживания
VIVA HOTEL (L) 2*	STANDARD ROOM	DBL	HALF BOARD	06.12.2008—20.12.2008

**Страховки**

Название	Страна	Период	Количество
Полис страхования граждан	Egypt	06.12.2008—20.12.2008	2

**Дополнительные услуги**

Gala Dinner

- New Year (L) 31,12
- Xmas (L) 06,01
- Xmas (L) 24,12

Transfer

- Airport-Hotel-Airport (L) (bus)

От: HOLIDAY 2-5o 3 КБ

Рис. 7. Информация о туре

После детального заполнения ВСЕХ ПОЛЕЙ, наживаете кнопку пересчитать. Система переводит сумму в РУБЛИ. После чего нажимаете БРОНИРОВАТЬ.

После чего система присваивает номер вашей заявке. Имея этот номер, вы без труда можете проверить ее состояние, при необходимости, редактировать ее или снимать с нее бронь.

## 5. Проверка состояния заявки

Для того чтобы проверить состояние заявки, в строке меню необходимо выбрать «Просмотр заявки» и внести ее номер в окно. И перед вами появится актуальная информация.

### 1. Запрос на отмену заявки

Для этого вам нужно выбрать «Просмотр заявок» или в «Информация о партнере», а далее уже на заявке нажать на «Запрос на отмену».

## 7. Модуль редактирования туристов

Вызывается из модуля «Просмотр заявок»









Заявка  	Статус	Дата создания	Тур	Начало тура  	Окончание тура	Статус подтверждения
2332	<input type="checkbox"/>	22/03/2006	Шарм Эль Шейх	01/04/2006	08/04/2006	ПОДТВЕРЖДЕНО
<a href="#">отменить стоимость счет</a>		<b>Заказы</b>				
		Blue Reef (visit egypt tours) 01/04/2006 - 08/04/2006  Chalet City View (Dbl/T				
		→ S7 1833 (Ил 86) 01/04/2006 Москва (DMD 18:20) --> Шарм эль Шейх (SSH 20:3 (Стандартное)				
		→ S7 1834 (Ил 86) 08/04/2006 Шарм эль Шейх ( 22:00) --> Москва ( 03:20)  Эк				
		 Групп. трансфер: а/порт-отель-а/порт1111111111 01/04/2006 - 08/04/2006				
		 Египет 15000\$ 01/04/2006 - 08/04/2006				
		<b>Туристы</b>				
		MR Petrov Petr 05/05/1975 11 1111111 05/05/2015 <a href="#">редактировать</a>    <a href="#">ав</a>				
		MRS Petrova Ольга 05/05/1975 22 2222222 05/05/2015 <a href="#">редактировать</a>				

Рис. 8. Просмотр существующих заявок

Этот модуль позволяет редактировать такие данные туристов как: «Фамилия», «Имя», «Отчество», «Паспортные данные» (см. рис.). При сохранении изменений в СамоТур в «систему сообщений» отправляется сообщение. Все изменения попадают в историю заявки. В справочнике «заявки» данная заявка помечается красным цветом.

### 1. Остановка продаж в гостинице

Из-за отсутствия мест, некоторые отели вынуждены останавливать продажу, останавливают продажу. Эту информацию вы сможете увидеть в разделе «Остановка продаж гостиниц» в строке меню.

Выбрав отель, вы легко сможете узнать какие ограничения по датам есть у отеля.

### 1. Внесение изменений в карточке агента. Редактирование партнера

## 3. Внедрение новой системы бронирования

### 3.1. Выбор новой системы бронирования

Дальнейший расчет эффективности внедрения информационных технологий будет производиться на примере систем бронирования с учетом условий и цен, действующих на 2016 год.

Технически существует несколько способов подключения фирмы к глобальным системам бронирования и резервирования, в том числе:

- по выделенной линии;
- по коммутируемой линии (дозвон до Интернет-провайдера по телефону);
- по прямому каналу, соединяющему офис с Интернет-провайдером;
- через терминалы системы «Сирена»;
- беспроводное подключение к системе с помощью мобильного телефона.

Подключение по выделенной линии предусматривает прокладку специальной линии связи между офисом фирмы и локальным узлом сети передачи данных SITA. Этот вариант подключения, с одной стороны, обеспечивает высококачественную связь, а с другой стороны, достаточно дорог. Вследствие этого такой вариант подключения целесообразно использовать для тех туристских предприятий, которые активно и постоянно используют системы бронирования и резервирования. Только в этом случае будет обеспечен необходимый экономический эффект от использования GDS.

Компьютерные системы бронирования обладают рядом преимуществ перед другими каналами сбыта продукции и услуг в сфере социально-культурного сервиса и туризма. Они предоставляют возможность производить бронирование в самые короткие сроки и осуществлять визуальный просмотр резервируемых гостиничных мест, а также схемы расположения мест на транспортных средствах.

Компьютерные системы бронирования обеспечивают экономию расходов на телефон, факс, осуществляют строгий финансовый учет и контроль выполняемых операций, анализ сбытовой деятельности на основе статистических данных, предоставляемых компьютером и т. д.

В офисе пользователя устанавливаются специальные терминалы бронирования какой-либо системы GDS. Применение такой технологии обеспечивает высокое качество связи, но при этом обычно устанавливается сегментная абонентная плата. Этот вариант подключения целесообразен только для активно работающих турфирм с большими объемами бронирований и продаж. Для подключения по коммутируемым каналам используют обычные телефонные линии. В офисе пользователя устанавливают специализированное программное обеспечение для

эмуляции терминала соответствующей GDS. Такой вариант подключения существенно проще и дешевле, но качество связи полностью зависит от работоспособности телефонных сетей. В связи с этим данный способ обычно используют турфирмы с небольшими объемами бронирований.

На сегодняшний день интенсивно развиваются так называемые ВАП-технологии, дающие возможность использовать для электронной коммерции мобильные телефоны и пейджинговую связь. Такова система Galileo Anywhere, благодаря которой Интернет всегда «лежит в кармане» агента. При наличии мобильного телефона или пейджера, последний, может видеть, изменять или аннулировать ранее сделанное бронирование. В системе Galileo также скоро появится продукт XML Select, который позволит создавать клиентам максимально удобные условия для заказа услуг на родном языке.

## 3.2. Оценка экономической эффективности

Варианты внедряемых СБ: Amadeus, Galileo, «Алеан», стоимость подключения, установки и обслуживания которых указаны в таблицах 3-5 работы; тип подключения к сети Интернет: выделенный канал; срок проекта: 12 месяцев; валюта расчетов: доллар США; необходимое оборудование: один системный блок, монитор, модем, принтер, стандартное программное обеспечение, включенное в стоимость оборудования. Для Amadeus и Galileo, в расходы также включен принтер с билетом печатью и необходимым ПО, стоимостью около 500\$ (отраженной в максимальных расходах); расходы на проведение различных исследований, ремонт и обслуживание факсов, изготовление и тиражирование рекламных материалов, амортизационные и налоговые отчисления, оплата труда, аренда помещения, разнообразные накладные расходы не учитываются, так как предполагается, что они одинаковы для всех трех типов внедряемых систем.

Таблица 3

Расчет затрат на подключение и обслуживание в АСБ, \$ (без НДС)

	Amadeus		Galileo		Алеан	
Статья затрат	min	max	min	max	min	max

Стоимость оборудования	350	1650	350	1700	300	1200
Оплата услуг провайдера, в месяц	50	300	50	300	50	100
Подключение СБ	375	565	400	600	30	100
Установка	300	4500	900	900	0	0
Обслуживание и модернизация		1750				
Абонентская плата, в год	1800	1800	0	0	600	600
Итого, в год	3425	13865	2250	6800	1530	3100

Таблица 4

Расчет средних показателей годовой экономии и эффективности внедрения систем бронирования (при максимальных расходах)

Наименование	Расчет	Годовая	Эффективность
		экономика, \$	внедрения
Amadeus	64632-13865	50767	4,66
Galileo	64632-6800	57832	9,5
Алеан	64632-3100	61532	20,84

Исходя из выше обозначенных (ограничений), расчет эффективности внедрения информационных систем бронирования проводится в несколько этапов: расчет затрат на использование средств связи, оценка расходов на подключение и

обслуживание в СБ, расчет показателей эффективности различных вариантов компьютерных систем.

Таблица 5

Затраты на подключение к системе бронирования Алеан, \$ ЗАО «Континент-Интур»

Затраты	\$
Оборудование	700-1200 (в зависимости от конфигурации), в месяц
Услуги провайдера	200-800 (для выделенного канала, в месяц)
Подключение к системе	100
Бронирование сегмента	1 за одну операцию
Абонентская плата	100

Обучение работе с системой бесплатно

Как видно из таблицы 5, наименее затратной является система, обладающая, к тому же, еще одним преимуществом: расходы на подключение к ее западным аналогам возрастают с увеличением числа используемых терминалов, в то время как затраты на подключение к СБ «Алеан» остаются неизменными (растут лишь затраты, связанные с приобретением дополнительного оборудования). Показатели же экономии использования зарубежных компьютерных систем бронирования несколько ниже.

Расчет показателей эффективности также приведен в нижеследующей таблице, где общая сумма экономии увеличена на размер средств, поступивших в результате ликвидации оборудования в конце сроков проекта. Оценка производилась в размере 50% от объема первоначальных инвестиций.



Основываясь на расчетах и можно сделать выводы, что: наименее затратным проектом оказалось внедрение системы бронирования «Алеан». Эффективность внедрения при этом превысила показатели аналогичных западных систем Amadeus и Galileo в 20 раз. Экономия средств, при использовании СБ, показанная на примере 20 заявок на бронирование в день, составила в год около 61532 тысячи долларов. При увеличении объемов бронирования на 10 заявок размер экономии увеличивается примерно на 50%.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Размещение – одна из самых важных составляющих туристической индустрии.

За несколько веков своего существования туристическая индустрия прошла долгий путь от немногочисленных постоянных дворов и трактиров до десятков тысяч шикарных отелей. И если раньше пилигримы радовались любому, даже самому простому и скромному пристанищу, то современным путешественникам кроме крова и слова, требуется множество мелочей, делающих их вояж комфортным. Но отелей в мире становится все больше, и поэтому все сложнее сделать выбор в пользу того или иного объекта размещения. Идеальным выходом из сложившейся ситуации стало создание более сто лет тому назад знаменитым королем отельеров Цезарем Ритцем гостиничных цепочек. Они, объединяя отдельные отели, гарантируют высокий уровень комфорта и сервиса. Гостиничные цепочки (бренды), в свою очередь объединяются в компании (группы).

Решение задачи формирования взаимоотношений турфирм и гостиниц города в обслуживании туристов не достаточно исследовано, хотя поднималось неоднократно. Особенно актуальными эти вопросы становятся в летний период, когда в СМИ появляются сообщения о нехватке мест в отелях и о трудностях, возникающих у турфирм, работающих на прием.

Представители гостиничной отрасли не отрицают, что такая проблема существует, но предлагают посмотреть на нее глазами отельеров. Практика показывает, что туроператоры, практикующие предварительное бронирование мест для своих групп, не всегда гарантированно выкупают заказанные номера. Поздняя аннуляция брони, зачастую не позволяющая повторно выставить номера на продажу, является одним из факторов риска в гостиничной индустрии, и московские средства размещения не являются в этом случае исключением. В качестве противодействия отели применяют овербукинг, а также включают в договора различные пункты о

предоплате и залогах. Все это представляет собой стандартный набор превентивных мер, используемых всеми отелями во всем мире для снижения вероятных потерь.

Но туроператоры, в свою очередь, тоже имеют претензии к средствам размещения. Жалобы с их стороны касаются, в основном, случаев нарушения договорной дисциплины, когда гостиницы занимают выжидательную политику и не подтверждают заявки на бронирование крупных операторов в сроки, оговоренные в контрактах. Особенно часто отели грешат этим накануне крупных мероприятий, вызывающих высокий спрос на услуги размещения. Естественно, что операторы не идут на расторжение контрактов с гостиницами-«нарушителями», поскольку отелей, работающих на прием иностранных тургрупп, не так много. Более того, некоторые гостиницы сознательно «отсекают» групповой туризм, выставляя для тургрупп цены выше, чем для корпоративных клиентов, или предлагая размещение совсем без скидок.

Для турагентств, системы бронирования являются незаменимым инструментом, позволяющим предоставлять клиентам услуги самого высокого класса.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание. – Киев: Альтерпресс, 2016 год. – 345 с.
2. Гидбут А.В., Мезенцев А.Г. Курортно-рекреационное хозяйство (региональный аспект). – К.: Знания, 2015 – 98 с.
3. Гостиничное и ресторанное дело, туризм. Сборник нормативных документов. Ростов-на-Дону, 2008. – 344 с.
4. Гостиничный и туристский бизнес. Под ред. проф. Чудновского А.Д. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Изд – во «ЭКМОС», 2015. – 352 с.
5. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: Учеб. Пособие – М.: Нолидж, 2015. – 312 с.
6. Дуликов, В.З. Организационный процесс в социокультурной сфере: Учеб. пособие / МГУКИ. - М., 2015. –284 с.
7. Ефремова М. В. Основы технологии туристского бизнеса: Учебное пособие. – М.: Ось – 89, 2015. – 252 с.
8. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 368с.

9. Зорина Г. И., Ильина Е. Н., Мошняга Е. В. и др. Основы туристской деятельности М.: Советский спорт, 2016. – с. 312
10. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 256 с.
11. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учеб. Пособие. – 2 е изд., перераб. – Мн.: Новые знания, 2016. – 432с.
12. Карпова Г.А. Экономика современного туризма. Спб, Герда, 2014. – с. 452
13. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 320с.
14. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 208с.
15. Туризм и гостиничное хозяйство/ Под ред. А.Д.Чудновского. – М.:ЭКМОС, 2014. – 356 с.