

ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ МІСТА ОДЕСИ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

У статті проаналізовано представленість підприємств м. Одеси на популярних Інтернет-сайтах бронювання та туристичних порталах, а також досліджено функціонування власних сайтів готелів за допомогою використання універсального показника – функції бажаності Харрінгтона.

The article analyzes the representation of hotel enterprises in Odessa by popular internet sites and travel booking portals. The research of hotel's own websites functioning was made by using universal indicator – Harrington desirability function.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Обслуговування гостей у готелі розпочинається з процесу бронювання, тобто попереднього замовлення місць і номерів. Сьогодні популярним засобом такого замовлення є бронювання через Інтернет, що відкриває широкі можливості як для готелів, так і для клієнтів. Через всесвітню мережу можна зарезервувати номери у готелі, розташованому в іншому місті або навіть в іншій країні. Однак, з розвитком спеціалізованих сайтів для бронювання та резервування, з'являється проблема у зниженні користування власними сайтами готелів. З появою великої кількості Інтернет-агентств, сайту готелю доводиться конкурувати за право надати для бронювання власний ресурс безпосередньо споживачеві. Переваги і вигоди цієї політики для готелю очевидні. Наприклад, якщо бронювання здійснюється на сайті готелю, повна вартість номера, за мінусом незначних витрат на обслуговування сайту, надходить до готелю. При виборі непрямого каналу бронювання готель отримує значно меншу кількість коштів, так як 20–30% вартості номера спрямовується на оплату комісії посереднику.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питаннями дослідження функціонування готельних підприємств у мережі Інтернет займалися провідні українські та російські вчені: Г. Ю. Александрова, Є. Л. Драчева, М. А. Жукова, Ю. В. Забаєв, Н. І. Кабушкін, М. П. Мальська, Х. Й. Роглев, О. Д. Чудновський. Сучасні тенденції в сфері готельної та ресторанної індустрії, статистика, аналітика, огляди ключових подій і тенденцій у готельному бізнесі, нові технології та приклади ефективних рішень для просування готелів, представлені на популярному Інтернет-порталі «Prohotelia.com.ua».

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. З поширенням використання бронювання готельних номерів через спеціалізовані сайти, постає потреба в детальному вивченні сучасного стану функціонування готельних підприємств м. Одеси в мережі Інтернет.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження представленості готельних підприємств м. Одеси на популярних Інтернет-сайтах бронювання та туристичних порталах, а також аналіз функціонування власних сайтів готелів за допомогою використання універсального показника – функції бажаності Харрінгтона.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні особливого поширення набуває продаж готельних номерів за допомогою спеціалізованих сайтів для бронювання, таких як «Booking.com» та «Hotels24.ua». Таке ведення справ є набагато вигіднішим, ніж реалізація номерів власними силами. Основна перевага такої системи – просування готелю в Інтернеті за усіма можливими напрямками одночасно: через сайти партнерів, в контекстній рекламі, соціальних мережах і навіть в регіональній пресі. Українські системи бронювання просувають готелі, як для російськомовної аудиторії, так і для гостей із Європи та далекого зарубіжжя.

Збираючись у відпустку та плануючи відпочинок, доречним є дізнатися про місто та готель, до якого ви вирушаєте. Завдяки сучасним туристичним порталам та форумам, зробити це стало набагато зручніше. Часто самі туристи, які вже відвідали той чи інший готель, залишають відгуки, а іноді завантажують і фотографії. Тому, будь-який засіб для тимчасового розміщення можна знайти на таких туристичних порталах, як: «Tripadvisor.ru», «Uahotels.info», «Turpravda.ua». Деякі з таких порталів проводять власні опитування клієнтів та формують спеціальний рейтинг готелів. Менеджерам та адміністраторам закладів також корисно переглядати сторінки своїх готелів на таких сайтах, та слідкувати за змінами, щоб у майбутньому було легше працювати над помилками.

Автором статті було проведено дослідження та з'ясовано на яких Інтернет-сайтах on-line бронювання та туристичних порталах [1–12] представлені готельні підприємства м. Одеси. Результати дослідження представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Представленість готельних підприємств м. Одеси у мережі Інтернет

Назва готелю	On-line бронювання							Туристичні портали				
	Booking.com	Hotels24.ua	Hrs.com	Bookit.com.ua	Eastbooking.ua	Ru.hotels.com	Goodhotels.com.ua	Tripadvisor.ru	Uahotels.info	Turpravda.ua	Tophotels.ru	Tourister.ru
«Вітязь»	+	+						+		+		+
«Океаніс»	+	+		+				+	+	+		+
«Вікторія»	+	+						+	+	+	+	
«Центральний»	+		+					+		+	+	
«Жовтневий»	+	+						+	+	+	+	
«Юність»	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+
«Моцарт»	+	+	+		+	+		+	+		+	
«Лондон»	+	+	+		+	+		+	+	+		
«Брістоль»	+					+		+		+	+	
«Палас Дель Мар»	+				+			+		+	+	+

За даними табл. 1 бачимо, що всі готелі м. Одеси співпрацюють з «Booking.com», який є міжнародним сайтом для бронювання, переведеним на більш ніж 40 мов, та пропонує понад 530 781 об'єктів розміщення у 206 країнах. Характерними особливостями у роботі з цим Інтернет-сайтом є зручність та легкість. Менеджери будь-якого готелю можуть безкоштовно зареєструвати власний заклад на сайті та чекати на нові замовлення. Кожного місяця готель сплачує до «Booking.com» комісійну винагороду в розмірі 15% від проданих номерів.

Іншою популярною міжнародною системою бронювання є «Hrs.com», який пропонує резервування закладів тимчасового розміщення у 190 країнах світу. Серед готельних підприємств м. Одеси до цього сервісу підключені готелі «Центральний», «Юність», «Моцарт» та «Лондон».

На українському ринку Інтернет-порталів найбільш відомим є «Hotels24.ua», який об'єднує 2326 засобів для тимчасового розміщення у 169 містах України. Серед готельних підприємств, які проаналізовано автором статті, тільки готелі «Брістоль» та «Центральний» не є партнерами цього оператора. Аналогічними, але менш поширеними є українські портали «Bookit.com.ua», «Eastbooking.ua», «Goodhotels.com.ua».

У табл. 1 також представлено російську систему «Ru.hotels.com», яка пропонує до вибору понад 290 000 закладів більш ніж у 60 країнах світу.

Варто згадати про туристичні портали, які також відіграють значну роль у просуванні готельного продукту на ринок. На таких сайтах менеджери готелів безкоштовно розміщують інформацію про власні заклади та слідкують за відгуками туристів. Це допомагає залучити нових клієнтів та робить додаткову рекламу готельному підприємству. Час від часу серед відвідувачів туристичних порталів проводяться спеціальні опитування, за результатами яких заклади туристичної інфраструктури отримують рейтинги.

За визначенням туристичний портал – це спеціально створений Інтернет-центр, який містить корисну інформацію щодо стану об'єктів туристичної сфери (готелів, ресторанів, туристичних фірм, музеїв, тематичних парків тощо), аналізує ситуацію на ринку, відображає новини, дає аудиторії можливість інтерактивного спілкування. Одним із найвідоміших є міжнародний туристичний портал «Tripadvisor» – найбільший у світі сайт для мандрівників, за допомогою якого можна запланувати та здійснити ідеальну подорож. До кількості інших популярних туристичних порталів входять: «Uahotels.info» – каталог готелів України, «Turpravda.ua» – співтовариство мандрівників, «Tophotels.ru» – інформаційний рейтинг готелів, заснований на оцінці фахівців туристичного бізнесу та відгуках туристів, «Tourister.ru» – багатофункціональний ресурс, на якому користувачі можуть отримати всю інформацію, необхідну для планування подорожі, а також поділитися своїми відкриттями з тими, хто тільки збирається у подорож.

Використовуючи сайти для бронювання та туристичні портали, готелі розвивають відвідування власних сайтів. Варто розуміти, що Інтернет-сайт для готелю – це не тільки сукупність інформації та яскравих фотографій з виглядом номерів. Це незамінний помічник та працівник, який функціонує і вдень, і вночі. У будь-який час із різних куточків планети люди мають можливість подивитись на сайті ціни на номери, спеціальні пропозиції, умови проживання та багато іншого. Сайт повинен володіти такими якостями, як: зручність, зрозумілість, достовірність, інформативність. Крім того, він має бути легким для пошуку та мати привабливий дизайн.

За допомогою експертного методу та шкали Харрінгтона [13, с.105] автором статті було проаналізовано сайти готельних підприємств [14–24] за різними характеристиками та складено рейтинг, результати якого представлені в табл. 2. В основі побудови цієї узагальненої функції лежить ідея перетворення натуральних значень окремих відгуків (реакцій) на безрозмірну шкалу бажаності (переваги).

Математичний апарат перерахунку конкретних параметрів у абстрактні числові значення полягає в такому. За основу береться одна із логістичних функцій Є. К. Харрінгтона – так звана «крива бажаності», яка розраховується за формулою:

$$d = \exp [\exp (Y)] \quad (1)$$

Ця формула визначає функцію з двома ділянками насичення ($d \rightarrow 0$ і $d \rightarrow 1$) і лінійною ділянкою (від $d = 0,2$ до $d = 0,63$).

Функція була виведена емпіричним шляхом. Вісь координат Y називається шкалою приватних показників. Вісь d – шкалою бажаності. Проміжок ефективних значень на шкалі приватних показників – $[2; +5]$.

Шкала бажаності ділиться на п'ять піддіапазонів в діапазоні від 0 до 1: $[0; 0,2]$ – «дуже погано», $[0,2; 0,37]$ – «погано», $[0,37; 0,63]$ – «задовільно», $[0,63; 0,8]$ – «добре», $[0,8; 1]$ – «дуже добре». Конкретні параметри порівнюваних систем розподіляються в масштабі, який відповідає запропонованим до них вимогам, на проміжку ефективних значень шкали приватних показників. Потім відповідні їм показники перераховуються у відмітки на шкалі бажаності. Отримане значення d (і) для i -го параметра перераховується разом з іншими в узагальнений коефіцієнт бажаності – D . Він обчислюється за формулою:

$$D = \sqrt[n]{d(1) * d(2) * \dots * d(n)} \quad (2)$$

де n – число використовуваних показників параметрів порівняння для даної системи.

Причому число цих показників може бути неоднаковим для різних систем. Це дозволяє порівнювати узагальнені коефіцієнти навіть тоді, коли відсутня частина параметрів

порівняння у різних систем або дані за ними. Корінь n -го ступеня «згладжує» виникаючі відхилення, а отриманий результат дозволяє оцінювати системи з певним ступенем точності.

Таблиця 2

Ранжування Інтернет-сайтів готельних підприємств
за шкалою бажаності Харрінгтона

Назва готелю	Сайт	Видимість сайту пошуковими системами	Інформативність	Дизайн	Зручність використання	Актуальність інформації	Загальний бал	Ранг
«Вітязь»	http://www.vityaz.od.ua/	0,66	0,69	0,50	0,67	0,70	0,64	8
«Океаніс»	http://oceanis.od.ua/	0,35	0,68	0,35	0,63	0,71	0,51	11
«Вікторія»	http://victoriya.com.ua/	0,78	0,95	0,80	0,88	0,90	0,86	1
«Центральний»	http://centralhotel.od.ua/	0,74	0,80	0,55	0,75	0,87	0,73	7
«Жовтневий»	http://oktyabrskaya.com.ua/	0,64	0,60	0,37	0,65	0,66	0,57	9
	http://oktyabrskaya.blacksea-hotels.com/	0,76	0,89	0,69	0,87	0,91	0,82	2
«Юність»	http://www.hotel-yunost.com/	0,90	0,60	0,75	0,76	0,78	0,75	6
«Моцарт»	http://www.mozart-hotel.com/	0,80	0,75	0,90	0,57	0,81	0,76	5
«Лондон»	http://www.london-hotel.com.ua/	0,75	0,77	0,91	0,69	0,76	0,77	4
«Брістоль»	http://www.hotelbristolodessa.com.ua/	0,80	0,89	0,92	0,50	0,91	0,78	3
«Палас Дель Мар»	http://pdm.com.ua/	0,25	0,40	0,74	0,85	0,81	0,55	10

У цьому дослідженні явним лідером виявився готель «Вікторія», сайт якого більше за інших відповідає зазначеним якостям. Друге місце посідає сайт готельної мережі «Чорне море», до якої входить готель «Жовтневий», тоді як власний сайт готелю займає дев'яте місце. Замикає трійку найкращих готель «Брістоль», проте його слабким місцем залишається зручність використання, через що відвідувачам складно орієнтуватися на сайті. Останнє одинадцяте місце займає готель «Океаніс». Дивним видається той факт, що п'ятизірковий готель «Палас Дель Мар» знаходиться на передостанньому місці та потребує усебічного розвитку. Керівництву готелю необхідно приділити особливу увагу просуванню сайту в мережі Інтернет, а також розширювати його інформаційне наповнення.

Висновки і перспективи подальших розробок. За підсумками дослідження представленості готельних підприємств м. Одеси в мережі Інтернет, було зроблено такі спостереження:

- усі готелі незалежно від категорії співпрацюють з міжнародною системою он-лайн бронювання «Booking.com», у зв'язку з чим можна зробити висновок, що такий різновид продажу готельних номерів користується значним попитом;
- усі готельні підприємства м. Одеси представлено на популярному туристичному порталі «Tripadvisor.ru», який є додатковим засобом поширення інформації про заклад в Інтернеті;
- власним сайтам деяких готелів бракує інформативності, креативного дизайну, зручності у використанні та наповнення актуальною інформацією, у зв'язку з чим можна зробити висновок про те, що розвитку сайтів приділено недостатньо уваги.

З розвитком сучасних технологій з'являються нові види та форми просування готельного продукту, тому напрямком для подальших досліджень має бути моніторинг інновацій у цій сфері, вивчення їх особливостей та розроблення проектів застосування у вітчизняній готельній індустрії.

Список використаної літератури

1. Офіційний сайт системи бронювання готелів он-лайн «Booking.com» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.booking.com/index.ru.html>.
2. Офіційний сайт системи бронювання готелів он-лайн «Hotels24.ua» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotels24.ua>.
3. Офіційний сайт системи бронювання готелів он-лайн «Hrs.com» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hrs.com>.
4. Офіційний сайт системи бронювання готелів он-лайн «Bookit.com.ua» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bookit.com.ua>.
5. Офіційний сайт системи бронювання готелів он-лайн «Eastbooking.ua» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eastbooking.ua>.
6. Офіційний сайт системи бронювання готелів он-лайн «Ru.hotels.com» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.hotels.com>.
7. Офіційний сайт системи бронювання готелів он-лайн «Goodhotels.com.ua» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://goodhotels.com.ua>.
8. Офіційний сайт туристичного порталу «Tripadvisor.ru» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tripadvisor.ru>.
9. Офіційний сайт туристичного порталу «Uahotels.info» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uahotels.info>.
10. Офіційний сайт туристичного порталу «Turpravda.ua» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.turpravda.ua>.
11. Офіційний сайт туристичного порталу «Tophotels.ru» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tophotels.ru>.
12. Офіційний сайт туристичного порталу «Tourister.ru» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourister.ru>.
13. Хобта В. М. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства [Електронний ресурс] / В. М. Хобта, Г. О. Комар // Економіка промисловості. – 2009. – № 1. – С. 102–109. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/econpr_2009_1_16.pdf.
14. Офіційний сайт готелю «Вітязь» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vityaz.od.ua>.
15. Офіційний сайт готелю «Океаніс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oceanis.od.ua/>
16. Офіційний сайт готелю «Вікторія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://victoriya.com.ua>.
17. Офіційний сайт готелю «Центральний» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://centralhotel.od.ua>.
18. Офіційний сайт готелю «Жовтневий» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oktyabrskaya.com.ua>.
19. Офіційний сайт готелю «Чорне море» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oktyabrskaya.blacksea-hotels.com>.
20. Офіційний сайт готелю «Юність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hotel-yunost.com>.
21. Офіційний сайт готелю «Моцарт» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mozart-hotel.com>.
22. Офіційний сайт готелю «Лондон» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.london-hotel.com.ua>.
23. Офіційний сайт готелю «Брістоль» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hotelbristolodessa.com.ua>.
24. Офіційний сайт готелю «Палас Дель Мар» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pdm.com.ua>.

Стаття надійшла до редакції 04.09.2014.