

УДК 378
ББК 74.58
S81

Редакционная коллегия

Шакирова С.М. - к.ф.н., и. о. директора Управления по науке
Сапаргалиев Д.Б. – PhD, зам. директора Управления по науке
Никифорова Н.В. - д.э.н., профессор, декан послевузовского образования

Все статьи прошли проверку в системах Антиплагиат.ВУЗ - на русском языке, Turnitin.com - на английском языке, Advego Plagiatus v.1.2.093 – на казахском языке. Уникальность текстов не ниже 75%.

i – START. Предпринимательство: энергия молодых.

Материалы международной научно-практической конференции студентов и магистрантов 16-17 апреля 2015 г.- Алматы, Алматы Менеджмент Университет, 2015 – 320 с.

ISBN: 978-601-7021-36-8

УДК 378
ББК 74.58
S81

ISBN: 978-601-7021-36-8

BOOKING.COM: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Международные системы онлайн-бронирования отелей в последнее десятилетие активно набирают обороты у интернет пользователей. Системы становятся самыми популярными интернет сервисами для самостоятельного поиска и бронирования проживания в средствах размещения различной категории и ценовой политики по всему миру.

Практически каждый второй интернет пользователь заходил на сайты бронирования для того чтобы получить информацию об интересующих нас городах, сравнить цены на проживание, изучить месторасположения и т.д.

Ежедневно на данных сайтах проводятся операции по бронированию номеров более чем на 300 тысяч ночей, и вся информация о текущих операциях выводится на страницы сайта в режиме реального времени[1]. То есть если просматривать гостиницу на сайте Booking.com в городе Астана, в правом верхнем углу можно получить информацию о последнем бронировании из России.

Рис.1. Окно сайта Booking.com при бронировании гостиницы



Существует множество преимуществ данных сайтов. Не выходя из дома можно с легкостью зарезервировать гостиницу в Стамбуле. В настоящее время в базе Booking.com числится более 604 тысяч средств размещения в 164 странах мира — от Турции, Объединенных Арабских Эмиратов, Таиланда и до самых неизвестных направлений Лихтенштейн, Тувалу, Суринам [1]. Но в свою очередь возможны исключения: к примеру Северная Корея в поиске не значится без каких-либо причин.

Преимуществом таких сайтов также является гарантия лучшей цены, данные сайты обязуются вернуть стоимость проживания, если гость найдет более выгодное предложение по размещению. Любая операция по бронированию является для гостя бесплатной, никакая комиссия не взимается (прибыль от вашего бронирования поступает от отелей, которые обязаны выплатить комиссию к примеру Booking.com взимает 18%, Академсервис 10% и т.д.). Также Booking.com каждый день предлагает для своих зарегистрированных пользователей специальные предложения, когда стоимость проживания предоставляется со скидкой от 20 до 50%.

Для увеличения объема операций по бронированию действует гибкая система оплаты. Оплату можно произвести в отеле при заселении, по стоимости, которая была указана при бронировании. Но для этого нужно вводить данные кредитки при резервировании номера, чтобы уменьшить риск неотмененных бронирований, отель может взыскать стоимость первой ночи при невыезде гостя. Любое бронирование можно отменить не позднее, чем за сутки до въезда абсолютно бесплатно (за исключением некоторых курортных отелей в высокий сезон — правила ужесточаются до 3-7 суток). Для более точного выбора Booking.com предоставляет объективные отзывы по каждому отелю от пользователей со всего мира. Также Booking.com предоставляет интерфейс на русском языке для граждан Республики Казахстан.

Исследуя и рассматривая данную тему, не стоит забывать и о минусах системы бронирования Booking.com. С этой целью был проведен SWOT анализ.

Таблица 1. SWOT – анализ системы бронирования Booking.com

Слабые стороны	Угрозы
Недостовверная информация о средствах размещения (к примеру: устаревшие фотографии, не работает тренажерный зал,такие данные не указываются при бронировании)	Рост конкуренции на рынке к примеру: trivago.ru, hotels.com и т.д.
Не все гостиницы, запрашиваемые пользователем данной страны или региона, сотрудничают с Booking.com.	Обязательное полное введение данных кредитной карты и отсутствие единой международной классификации гостиниц во всем мире
Сильные стороны	Возможности
Эффективная реклама и маркетинговые действия	Удержание постоянных клиентов и привлечение новых с помощью разработки методов продвижения услуг
Низкая ценовая политика и 100% подтверждение бронирования	Разработка единой классификации гостиниц на сайте
П р и м е ч а н и е – составлено автором.	

Услуги Booking.com активно набирают обороты и у гостей, прибывающих в Республику Казахстан. С этой целью был проведен опрос среди гостей гостиницы BestWesternPlusAtakentParkHotel, в опросе участвовали 100 нерезидентов. Данные опроса приведены ниже.

Таблица 2. Анализ развития системы бронирования Booking.com

Возраст	20-40 лет - 43% 41-60 лет – 53%
Пол	Жен. - 27% Муж. - 73%
Гражданство (в опросе участвовали нерезиденты)	Турция - 46 Россия - 21 КНДР - 12 Индия - 9 Италия - 8 Другие страны - 4
Использовали ли Вы услуги сайта Booking.com при бронировании гостиницы? Если нет, укажите причину.	Да - 81 Нет -18 (бронирование осуществляла компания) Затрудняюсь ответить - 1
Как вы думаете, воспользуетесь ли вы услугами Booking.com?	Да - 79 Нет -12 Затрудняюсь ответить - 9
Оцените критерии при выборе гостиницы на Booking.com?	Безопасность - 2 Удобное месторасположение - 34 Эргономические параметры (удобство и функциональность) - 21 Оснащенность номеров - 6 Комплектация номеров - 8 Компетентность персонала - 9 Наличие номеров для лиц с ограниченными возможностями - 3 Скорость обслуживания и четкость работы - 7 Удобство и функциональность сайта отеля - 10
П р и м е ч а н и е – составлено автором.	

Из данных таблицы 2, видно, что будущие потребители (гости) с удовольствием предпочли бы воспользоваться услугами сайта Booking.com вновь. Данный опрос также показывает возможности полноценного и качественного развития Booking.com во всем мире.

Основными барьерами, препятствующими развитию системы бронирования Booking.com, являются слабый уровень осведомленности гостиничных предприятий о возможности регистрации на сайте, неактивная работа гостиничных предприятий в интернете. Также зарегистрированные предприятия, имеющие устаревшую материальную и техническую базу, которые не внесли корректировки на сайте Booking.com, впоследствии снижают свой рейтинг за счет негативных отзывов постояльцев. В целом гостиницы смогут иметь приоритет среди потребителей за счет правдивых отзывов на Booking.com, а это в свою очередь гарантирует постоянный поток гостей.

Источники:

1. <http://www.booking.com>

Толочик Екатерина Александровна
Маркетинг, 4 курс

Научный руководитель:
Давлетова М.Т., к.э.н., доцент

Алматы
Менеджмент
Университет