

*Т. І. Ткаченко,
к. г. н., доцент, доцент кафедри міжнародного туризму,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
Є. В. Козловський,
к. н. з держ. упр., доцент, доцент кафедри міжнародного туризму,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ*

ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ДИСТРИБУТИВНИХ СИСТЕМ НА РОЗВИТОК СУЧАСНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

*T. Tkachenko,
Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of the Dept. of International Tourism,
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv
Ye. Kozlovskiy,
PhD in Public Administration, Associate Professor, Assistant Professor of the Dept. of International Tourism,
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv*

THE IMPACT OF GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEMS ON THE DEVELOPMENT OF MODERN TOURISM BUSINESS

У статті визначено передумови створення та особливості роботи глобальних дистрибутивних систем, виявлено можливості та перспективи їх подальшого розвитку. Глобальна дистрибутивна система розглядається як міжнародна комп'ютерна мережа бронювання, яка створена для використання туристичними підприємствами, інтернет-порталами, що здійснюють бронювання у режимі реального часу, а також великими транснаціональними корпораціями в якості єдиної точки доступу з метою резервування квитків авіакомпаній, готельних номерів, оренди автомобілів та забезпечення постачання інших послуг.

In article the preconditions of creation and the peculiarities of operating of global distribution systems are defined, the possibilities and prospects of their further development are determined. The global distribution system is considered as an international computer reservation network, created for applying by tourism enterprises, online booking portals and large multinational corporations as a single point for admission to reserve airline tickets, hotel rooms, lease the cars and provide other services.

Ключові слова: туризм, глобальна дистрибутивна система, авіакомпанія, електронна комерція, інформаційні технології.

Key words: tourism, global distribution system, airline, e-commerce, information technology.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Швидкий розвиток туристичного бізнесу наприкінці ХХ-го століття безперечно пов'язаний з двома важливими факторами: розвитком цивільної авіації та появою глобальних дистрибутивних систем. Поступове зростання ринку пасажирських перевезень, поява нових наземних і повітряних транспортних засобів, збільшення кількості міжнародних тури-

стичних подорожей обумовили необхідність створення глобальних дистрибутивних систем, які зараз широко використовуються в процесі отримання та зберігання інформації, проведення у режимі реального часу операцій, пов'язаних з резервуванням авіаквитків, бронюванням номерів у закладах розміщення, прокатом автомобілів, купівлею інших товарів туристичного призначення.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Наукові дослідження щодо визначення впливу глобальних дистрибутивних систем на розвиток сучасного туристичного бізнесу здійснювали такі вчені, як В. Бочарніков, В. Гуляєв, В. Данильчук, М. Жукова, О. Іванова, І. Калашников, В. Квартальнов, Р. Кожухівська, С. Мельниченко, Ю. Миронов, М. Морозов, Н. Морозова, Н. Плотнікова, А. Чудновський та ін. Враховуючи швидкий розвиток глобальних дистрибутивних систем та постійний прогрес цифрових комунікацій, невизначеність ступеня впливу нових технологічних рішень на ефективність провадження туристичної діяльності, актуальним є здійснення постійних досліджень у цьому напрямі.

МЕТА СТАТТІ

Мета статті — визначення передумов створення та особливостей роботи глобальних дистрибутивних систем, а також виявлення можливостей та перспектив їх подальшого розвитку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Сфера туризму вже багато десятиліть є специфічним "випробувальним полігоном" для застосування нових інформаційно-комунікаційних технологій. Суб'єкти туристичного бізнесу є одними з перших, хто почав використовувати прогресивні технології у процесі власної економічної діяльності. В якості прикладу можна навести факт розробки та застосування на практиці комп'ютерних систем резервування (Computer Reservation System — CRS), що дозволило суттєво скоротити час обслуговування клієнтів, забезпечити резервування послуг у режимі реального часу, зменшити собівартість послуг, оптимізувати формування маршрутів для мандрівників тощо [2, с. 250].

Коли у 1960 році спеціалісти компанії IBM (один із найбільших світових виробників усіх видів комп'ютерів і програмного забезпечення) та авіакомпанії American Airlines (один з найбільших авіаперевізників у світі за розмірами пасажирського флоту, доходом, пасажиропотоком та кількістю обслуговуваних напрямків) розробили першу комп'ютерну систему резервування Sabre, призначену для бронювання авіаквитків, багато хто з фахівців почав стверджувати про їх божевілля. American Airlines витратила на створення цієї системи 150 млн дол. США. За такі гроші можна було придбати на той час цілий повітряний флот з понад півтисячі літаків.

Ідея створення першої комп'ютерної системи резервування народилася у пасажирському літаку, під час випадкової зустрічі генерального директора компанії American Airlines та директора компанії IBM з продажу. Їх продуктивна розмова на шляху з Лос-Анджелеса до Нью-Йорка згодом реалізувалася у спільне дослідження двох потужних корпорацій щодо можливостей створення у найближчому майбутньому автоматичної системи резервування авіаквитків.

Обидві компанії вирішили скористатися результатами науково-практичних розробок дослідників Массачусетського технологічного інституту, яким вдалося реалізувати комерційний проект системи безпеки повітряного руху SAGE (Semi-Automatic Ground Environment). Цей проект забезпечив появу технологій оперативної обробки інформації та відіграв важливу роль в процесі розвитку комерційних обчислювальних систем. Саме ці рішення згодом були покладені в основу системи Sabre.

На той час American Airlines вже мала у своєму розпорядженні напівавтоматичну систему Reservisor, однак агенти авіакомпанії, які резервували квитки, повинні були виконувати більшість операцій вручну,

оформляючи замовлення по телефону, відправляючи телеграфні повідомлення та витрачаючи багато часу на заповнення паперових документів. Менеджери авіакомпанії сподівалися, що інвестиції у нові технології допоможуть зменшити кількість таких проблем без збільшення вартості операцій.

Система Sabre об'єднала навколо себе ідеальне інтелектуальне співтовариство, члени якого прагнули оволодіти новими інформаційними технологіями, реалізувати свій діяльний потенціал та перетворитися з часом на сучасних висококваліфікованих фахівців. У підсумку, на початку 70-х років XX-го століття нова комп'ютерна система резервування стала повністю інтерактивною, а ймовірність виникнення помилки під час резервування квитків не перевищувала 1%.

Трохи пізніше у 1971 році на замовлення авіакомпанії United Airline (перша авіакомпанія, яка почала пропонувати пасажиром послуги харчування та запровадила на своїх літаках посаду стюардеси) була створена комп'ютерна система резервування Apollo, у 1972 році в СРСР була створена перша черга комп'ютерної системи резервування Сирена-1, у 1976 році Vidacom International спільно з British Airways (найбільша авіакомпанія Великої Британії) розробили комп'ютерну систему резервування Travicom.

У 1982 році була запущена друга черга системи Сирена-2 для якої використовувалася спеціальна операційна система ТАІС (Транспортна авіаційна інформаційна система) та СУБД власної розробки — САК (Система автоматизованих картотек). У 1987 році, на противагу американським комп'ютерним системам резервування, а також з метою підвищення продажів власних послуг, група європейських авіакомпаній (Air France, Iberia, Lufthansa, SAS) інвестувала кошти у розробку системи Amadeus. У тому ж році консорціум європейських авіакомпаній (British Airways, KLM Royal Dutch Airlines, Alitalia, Swissair, Austrian Airlines, Olympic, Sabena, Air Portugal, Aer Lingus) розпочав створення системи Galileo [1, с. 72].

Відзначимо, що спочатку нові технологічні рішення використовувалися лише у діяльності авіакомпаній, тому почалася масова установка спеціальних терміналів у їх офісах та предстванцихтах. Це дозволило значно збільшити якість обслуговування, у першу чергу за рахунок скорочення часу оформлення квитків. У споживачів також з'явилася можливість отримувати інформацію про розклад рейсів, наявність місць та ціни на квитки. В результаті у світі було створено декілька комп'ютерних систем резервування різних авіаперевізників. Це призвело до того, що в офісах найбільших туристичних операторів з'явилися по два-три термінали комп'ютерних систем бронювання різних авіакомпаній.

Нові системи дуже швидко адаптувалися та стали розвиватися величезними темпами. Незабаром, авіакомпанії істотно розширили спектр послуг комп'ютерних систем бронювання, додавши відповідно послуги з резервування готельних номерів, замовлення квитків на поїзд або паром, оренди автомобілів тощо. Розширення сфери діяльності відбувалося в усіх ринкових сегментах, що призвело до створення глобальних дистрибутивних систем (Global Distribution System — GDS).

Глобальна дистрибутивна система — це міжнародна комп'ютерна мережа бронювання, створена для використання туристичними підприємствами, інтернет-порталами, що здійснюють бронювання у режимі реального часу, а також великими транснаціональними корпораціями в якості єдиної точки доступу з метою резервування квитків авіакомпаній, готельних номерів, оренди автомобілів та забезпечення постачання інших послуг.

Як альтернатива існуючим системам на початку 90-х років XX-го століття з'явилися інтернет-системи

бронювання (Internet Distribution System — IDS), які також відомі як альтернативні системи бронювання (Alternative Distribution System — ADS). Якщо до основних глобальних дистрибутивних систем мали доступ тільки туристичні оператори, то альтернативні системи бронювання могли також використовуватися і приватними особами. Будь-який клієнт, застосовуючи портал альтернативної системи бронювання, міг самостійно вибрати, наприклад, авіарейс або готель, забронювати свій запит і оплатити його у режимі реального часу, а потім миттєво отримати підтвердження на власну електронну скриньку [3, с. 86].

Зараз, після різноманітних корпоративних об'єднань та придбань сформувалися три потужні глобальні дистрибутивні системи — Amadeus, Travelport (технологічні платформи Apollo, Galileo і Worldspan) та Sabre. В зв'язку з глобалізацією ринків, ці системи перетворилися у міжнародні холдинги, що складаються з підприємств різних сфер бізнесу. Сьогодні провідні глобальні дистрибутивні системи забезпечують у режимі реального часу прямий доступ до баз даних практично усіх підприємств, що спеціалізуються на продажу туристичних товарів і послуг.

Amadeus — це провідний оператор транзакцій для індустрії туризму. Компанія пропонує різноманітні рішення для обробки транзакцій, а також технологічні рішення для постачальників туристичних послуг, зокрема для авіакомпаній з повним набором послуг та бюджетних перевізників, готелів, залізничних, круїзних та поромних операторів, компаній з оренди автомобілів. Amadeus є загальносвітовою мережею, що об'єднує постачальників послуг з туристичними підприємствами за допомогою високопродуктивної платформи для розповсюдження різних продуктів. Компанія також пропонує комплексний набір інформаційно-технологічних рішень для автоматизації таких критично важливих бізнес-процесів для постачальників послуг, як бронювання, управління виробничими ресурсами та операційна діяльність.

Amadeus провадить свою діяльність відповідно до бізнес-моделі, заснованої на обробці транзакцій, що дозволяє пропонувати інформаційно-технологічні рішення практично для усіх суб'єктів індустрії туризму. Таким чином, клієнти компанії мають можливість трансформувати витрати на інформаційні технології та розповсюдження туристичних продуктів з фіксованих у змінні (прямо залежать від кількості обслугованих туристів). Інформаційно-технологічні рішення Amadeus призначені для обслуговування підприємств внутрішнього та міжнародного туризму, вони включають такі функції, як планування маршруту, пошук тарифів, бронювання, оформлення квитків, а також автоматизовану реєстрацію пасажирів тощо.

Заснована компанія у 1987 році. Штаб-квартира Amadeus знаходиться у Мадриді, Іспанія. Головний процесинговий центр — у Ердингу, Німеччина. Регіональні офіси працюють у Майамі, Буенос-Айресі, Бангкоку та Дубаї. Amadeus провадить свою діяльність у понад 195 країнах світу. В 2013 році компанія придбала Newmarket International, провідного постачальника хмарних послуг та інформаційно-технологічних рішень для індустрії гостинності [11].

Travelport є одним з найбільших провайдерів послуг, що спеціалізуються на електронному розповсюдженні туристичних продуктів. Компанія об'єднує провідні глобальні дистрибутивні системи Galileo, Apollo та Worldspan. Travelport пропонує послуги з впровадження комплексних програмних рішень для продажу авіаквитків, навчання персоналу, технічної й технологічної підтримки. Значних успіхів компанія досягла у сфері розробки продуктів онлайн бронювання, які зараз повністю відповідають всім вимогам суб'єктів туристичного ринку.

Заснована компанія у 1971 році. Штаб-квартира знаходиться у Ленглі, Великобританія. Travelport представлений у всіх континентах у понад 170 країнах світу. В 2014 році компанія придбала Hotelzoo, провідного провайдера технологій з продажу готельних послуг. Ця інвестиція є складовою частиною поточної стратегії Travelport, спрямованої на посилення своїх пропозицій в індустрії гостинності [13].

Sabre є відомим постачальником новітніх технологій та програмних продуктів для сфери туризму. Сотні різних авіакомпаній, а також тисячі готелів використовують програмне забезпечення, бази даних, мобільні технології цієї компанії, що допомагає їм реалізувати ключові функції бізнесу, такі як бронювання авіаквитків, проживання у готелі, управління розвитком мережі, розкладом польотів і ресурсами екіпажів. Sabre є також провідним торговим майданчиком, що зв'язує напряду постачальників туристичних послуг з кінцевими споживачами.

Заснована компанія у 1960 році. Головний офіс розташований у Саутлейку, США. Sabre обслуговує своїх клієнтів у понад 160 країнах світу. В 2015 році компанія завершила операції з придбання Abacus International, глобальної дистрибутивної системи, що спеціалізувалася на туристичних ринках Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Крім того, Sabre успішно розширює бізнес у постійно зростаючому сегменті мобільних технологій [12].

Узагальнюючи досвід зарубіжних і вітчизняних підприємств сфери туризму можна сформулювати такі функції глобальних дистрибутивних систем:

- залучення основних постачальників туристичних послуг до надійної та ефективної глобальної мережі збуту;

- привернення уваги туристичних підприємств до сучасних інструментів менеджменту та маркетингу, які забезпечують їм постійну конкурентоздатність та високий прибуток;

- надання авіакомпаніям можливості використовувати системи у своїх представництвах для посилення взаємодії з агентами та партнерами;

- забезпечення глобального обслуговування за допомогою технічних співтовариств, а також взаємозв'язків з іншими системами.

Розкриємо критерії за якими можна охарактеризувати глобальні дистрибутивні системи:

- види туристичних послуг: бронювання готельних, транспортних, культурно-масових, медичних, побутових та інших послуг;

- форми бронювання: через агентів (B2B), пряме бронювання через глобальну мережу Інтернет (B2C);

- режим бронювання: в режимі очікування (відправлена заявка обробляється менеджером протягом доби) та в режимі реального часу (процес повністю автоматизований, заявка обробляється за допомогою техніки за декілька секунд);

- обсяг і масштаб бронювання: індивідуальне, локальне, регіональне, національне, міжнародне, глобальне;

- спосіб бронювання: комп'ютерне, письмове, усне;

- рівень автоматизації: напівавтоматизоване бронювання (за участю персоналу) та автоматизоване (без участі персоналу);

- форма оплати послуг за бронювання: бронювання з передоплатою (частковою, повною), з оплатою за фактом (при остаточному розрахунку).

ВИСНОВКИ И РЕКОМЕНДАЦІЇ

Ринок глобальних дистрибутивних систем є дуже специфічним та непростим, тому практично всі гравці світової індустрії туризму переважно працюють з описаними вище трьома технологічними платформами. Специфіка глобальних дистрибутивних систем поля-

гає у тому, що для обробки гігантського обсягу різноманітної інформації, що збирається з усього світу, кожна з систем використовує величезну за своїми масштабами інформаційно-технологічну інфраструктуру. Конкуренція змушує глобальних гравців туристичного ринку постійно застосовувати всі останні інноваційні розробки у сфері обробки, зберігання та захисту інформації.

Завдяки глобальним дистрибутивним системам суб'єкти туристичної діяльності отримують безліч переваг: достовірну та значну за обсягом інформацію про послуги постачальника, оперативну та точну інформацію про туристичні послуги у режимі онлайн, електронний сервіс високого рівня, простоту та доступність роботи. Економія часу, яка досягається при цьому, дає туристичним операторам здатність розраховувати на додаткові прибутки від залучення ще більшої кількості клієнтів.

На наш погляд, глобальні дистрибутивні системи будуть продовжувати домінувати у сегменті дистрибуції контентів авіакомпаній ще не один рік, і перш за все це буде стосуватися інструментів продажу різних перевезень через нейтральні системи взаєморозрахунків та реалізації квитків на складні маршрути, що здійснюються у рамках так званих інтерлайн-угод (домовленість між авіаперевізниками, коли одна авіакомпанія має право оформляти авіаквитки іншої компанії, яка у свою чергу зобов'язана визнавати та приймати такі авіаквитки).

Незважаючи на те, що авіакомпаніям сьогодні складно відмовитися від послуг глобальних дистрибутивних систем, вони все ж такі будуть шукати для себе оптимальний варіант дистрибуції своїх контентів. На це їх підштовхує конкурентне середовище перевезень, де з'явилися бюджетні авіакомпанії, які почали відбирати частину ринку перевезень у класичних операторів та підштовхнули їх до пошуку нових рішень.

Література:

1. Іванова О.М. Управління інформаційними потоками туристичних підприємств: монографія / О.М. Іванова. — Суми: Університетська книга, 2016. — 200 с.
2. Інформаційне забезпечення туризму: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / [М.Ф. Дмитриченко та ін.]; під заг. ред. М.Ф. Дмитриченка. — К.: НТУ, 2012. — 575 с.
3. Кожухівська Р.Б. Розвиток сучасних маркетингових інформаційних технологій в комунікаційних стратегіях українських туристичних підприємств: монографія / Р.Б. Кожухівська. — Умань: Соціально-економічний, 2011. — 176 с.
4. Козловський Є.В. Проблеми формування інвестиційної політики в галузі туризму / Є. Козловський // Стратегія реформування системи державного управління на засадах демократичного врядування: матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю, Київ, 31 трав. 2007 р. — К.: Вид-во НАДУ, 2007. — Т. 2. — С. 165—167.
5. Козловський Є. Роль туристичної галузі в активізації соціальної роботи в сучасному українському суспільстві / Є. Козловський // Наук. вісн. Чернівецького ун-ту. — 2005. — № 244. — С. 86—91.
6. Козловський Є. Основні напрями розвитку міждержавної політики та управлінських засад у галузі туризму країн СНД / Є. Козловський // Вісник НАДУ. — 2004. — № 4. — С. 398—403.
7. Мельниченко С.В. Інформаційні технології у туристичній індустрії: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / С.В. Мельниченко, Н.І. Ведмідь; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — К.: [б. в.], 2011. — 280 с.
8. Система стримувань і противаг у сфері державно-управлінських відносин: наук.-метод. рек. / Авт. кол.:

В.А. Ребкало, В.А. Шахов, Е.А. Афонін та ін. — К.: НАДУ, 2008. — 72 с.

9. Ткаченко Т. Методичний інструктаж комплексної оцінки туристично-ресурсного потенціалу України / Т. Ткаченко // Географія та туризм: наук. зб. — 2017. — Вип. 40. — С. 40—50.
10. Tkachenko T. E-tourism, as display of dominant criterion of modern tourism-operating: relevant provisions, tools, use / T. Tkachenko, L. Kovalska // Часопис соціально-економічної географії: Міжрегіон. зб. наук. праць. — 2017. — Вип. 23 (2). — С. 19—22.
11. Amadeus. Офіційний сайт. — Режим доступу: <https://www.amadeus.com>
12. Sabre. Офіційний сайт. — Режим доступу: <https://www.sabre.com>
13. Travelport. Офіційний сайт. — Режим доступу: <https://www.travelport.com>

References:

1. Ivanova, O. M. (2016), *Upravlinnia informatsijnymy potokamy turystychnykh pidpryemstv: monohrafiia* [Management of information flows of tourism enterprises: monograph], Universytets'ka knyha, Sumy, Ukraine.
2. Dmytrychenko, M. F. (2012), *Informatsijne zabezpechennia turizmu: pidruch. dlia stud. vysch. navch. zakl.* [Information provision for tourism: textbook], NTU, Kyiv, Ukraine.
3. Kozhukhiv'ska, R. B. (2011), *Rozvytok suchasnykh marketynhovykh informatsijnykh tekhnolohij v komunikatsijnykh stratehijakh ukrains'kykh turystychnykh pidpryemstv: monohrafiia* [Development of modern marketing information technologies in the communication strategies of Ukrainian tourism enterprises: monograph], Sochins'kyj, Uman', Ukraine.
4. Kozlovskij, Ye. V. (2007), "The problems of formation the investment policy in tourism industry", *Materialy konferentsii* [Conference Proceedings of the Strategy of reforming the system of public administration on the basis of democratic governance], Naukovo-praktaktychna konferentsiia za mizhnarodnoiu uchastiu [Sciences-practice conference behind the international participation], KNUCiM, Kyiv, Ukraine, vol. 2, pp. 165—167.
5. Kozlovskij, Ye. (2005), "The role of the tourism industry in activating the social work in modern Ukrainian society", *Nauk. visn. Chernivets'koho un-tu*, vol. 244, pp. 86—91.
6. Kozlovskij, Ye. (2004), "Main directions of development of interstate policy and tourism management principles of CIS countries", *Visnyk NADU*, vol. 4, pp. 398—403.
7. Mel'nychenko, S. V. & Vedmid', N. I. (2011), *Informatsijni tekhnolohii u turystychnij industrii: pidruch. dlia stud. vysch. navch. zakl.* [Information technology in the tourism industry: textbook], Kyiv, Ukraine.
8. Rebkało, V.A. Shakhov, V.A. and Afonin, E.A. (2008), *Systema strymuvan' i protyvah u sferi derzhavno-upravlin's'kykh vidnosyn* [System of checks and balances in the field of public-administrative relations], NADU, Kyiv, Ukraine.
9. Tkachenko, T. (2017), "Methodical instruction of integrated assessment of tourism resource potential of Ukraine", *Neohrafiia ta turyzm: nauk. zb.*, vol. 40, pp. 40—50.
10. Tkachenko, T. & Kovalska, L. (2017), "E-tourism, as display of dominant criterion of modern tourism-operating: relevant provisions, tools, use", *Chasopys sotsial'no-ekonomichnoi heohrafii*, vol. 23 (2), pp. 19—22.
11. The official site of Amadeus (2018), available at: <https://www.amadeus.com> (Accessed 27 May 2018).
12. The official site of Sabre (2018), available at: <https://www.sabre.com> (Accessed 27 May 2018).
13. The official site of Travelport (2018), available at: <https://www.travelport.com> (Accessed 27 May 2018).

Стаття надійшла до редакції 29.05.2018 р.