

СЕРВІСИ БРОНЮВАННЯ ГОТЕЛІВ. МЕТАПОШУКОВІ СИСТЕМИ. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Швагер Т.І., гр. ГРС-33

Науковий керівник – доц. **Грінова Л.В.**

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Подорожувати по всьому світу сьогодні набагато легше, ніж десятки років тому. Квитки, готелі можна забронювати в онлайн режимі, тобто напряму через Інтернет. За цей час досить стрімко набрали обертів різноманітні пошукові системи, сайти бронювання і це виключно для готелів.

На сьогоднішній день нараховують сотні сайтів для бронювання номерів, кожен з яких має свої системи знижок, акції та спеціальні пропозиції. Коли справа доходить до відповідального вибору, то настає складний момент пошуку, підбору та порівняння. Для полегшення виконання цих задач був створений Trivago. Trivago – компанія, заснована в Німеччині в 2005 році. Діяльність компанії – сервіс з пошуку готелів та порівняння цін на них у режимі on-line. Цей тип сервісу називають металошукачем. Станом на серпень 2016 року в базі даних сайту Trivago налічується близько 800 тисяч готелів, ціни на які порівнюються на підставі даних з близько 200 сайтів бронювання, серед них – Booking.com, Hotels24.com, OZON.travel, Expedia та інші.

Слід пам'ятати, що:

- бронювання не через посередника, а через сайт самого готелю зазвичай на €10-15 і більше на добу дорожче. Поселення "на місці", без попередньої броні, може бути в два рази дорожче, ніж у посередника;

- при відмові від поїздки слід скасувати броню хоча б в день передбачуваного приїзду, за неявку без скасування броні з вашої картки знімуть вартість однієї ночі;

- багато готелів дають значну знижку при бронюванні за місяць і більше;

- багато готелів дають знижку при проживанні більше трьох днів.

- деякі готелі дають знижку при завчасній передоплаті повної суми, і ще більшу знижку при безвідкличній передоплаті (без можливості скасування бронювання).

З кожним днем все з більшою швидкістю розвиваються інформаційні технології в готельному бізнесі, що робить сервіс та обслуговування на ступінь вище та якісніше. Таким чином, у споживача вибір стає все більшим та різноманітнішим, що дає змогу провести своєрідний аналіз та моніторинг особливих побажань.