

усиленный санитарно-карантинный контроль тех, кто прибывает из стран красной зоны, в том числе с использованием тепловизоров (в РУП «Национальный аэропорт Минск» обеспечено проведение двойного санитарно-карантинного контроля). В 23 пунктах пропуска через Государственную границу осуществляется забор материала для лабораторного обследования прибывающих лиц. Также проводятся скрининг на въезде и выезде, изоляция и тестирование заболевших пассажиров, ведение случаев заболевания, в том числе готовность необходимых транспортных средств для доставки заболевших в медицинские учреждения, уборка и дезинфекция, определение контактных лиц, соблюдение безопасной дистанции и ношение масок. Таможенной службой организуется информирование граждан: разъясняются изменения, внесенные в порядок работы с багажом, контейнерами, грузом, транспортными средствами, товарами и почтовыми отправлениями. В пунктах пропуска особенно важно выполнение рекомендаций ВОЗ в отношении заболевших лиц, совершающих поездки.

Таким образом, основными направлениями модернизации таможенной службы Республики Беларусь на современном этапе являются реконструкция пунктов пропуска, установление мобильных и стационарных инспекционно-досмотровых комплексов на границах, активизация межведомственного сотрудничества.

### **Литература**

1. Петров, А. В. Мировой опыт таможенного дела в контексте формирования стратегии развития таможенной службы Республики Беларусь / А. В. Петров // Экономическая наука сегодня : сборник научных статей / пред. редкол. С. Ю. Солодовников. – Минск : БНТУ, 2016. – Вып. 4. – С. 204.

## **ОТА в деятельности гостиничных предприятий (на примере Booking.com)**

*Коротченко А. Ю., студ. IV к. БГУ,  
науч. рук. Дедок В. М., канд. экон. наук*

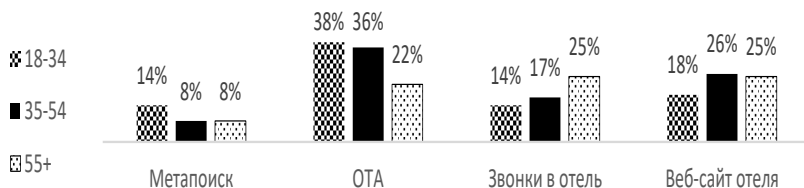
В наше время туризм развивается в сфере цифровых технологий, используя их для увеличения продаж, повышения узнаваемости бренда и создания определенных трендов, связанных с деятельностью компании или организации. Мировой гостиничный сектор также рассматривает цифровые технологии как самый короткий и эффективный способ реализации услуг. Процесс бронирования средства размещения постепенно переходит в цифровое про-

странство, так как потребители все чаще выбирают страну и отель самостоятельно, умеют находить нужную информацию в Интернете и больше не нуждаются во встрече с турагентом. На смену классическим офлайн турагентствам приходят сайты отеля и ОТА.

ОТА (от англ. Online Travel Agency) представляет собой электронную платформу, позволяющую потребителю забронировать услуги, связанные с путешествием, самостоятельно через Интернет [3].

ОТА действует как связующее звено между поставщиками услуг и клиентами, продавая гостиничные номера и другие туристические продукты от имени третьих лиц, а не продавая свои собственные туристические продукты. К числу самых крупных ОТА мира можно отнести Booking, Expedia, Strip и другие.

Преимущества сотрудничества с гостиниц с ОТА заключаются в налаживании коммуникации с клиентами. ОТА, имея доступ к полезной информации, служит платформой для бронирования путешествий, позволяя клиентам находить отели, организовывать рейсы, читать отзывы и бронировать отели онлайн. Это способствует росту популярности ОТА, поэтому многие средства размещения начинают подобное сотрудничество. Данные, представленные на рисунке, являются подтверждением.



**Рисунок 1.** – Каналы бронирования отелей в зависимости от возраста гостей, 2017 г.

*Примечание:* собственная разработка автора на основе данных [4].

Подавляющее большинство потребителей гостиничных услуг возраста 18–54 лет выбирают ОТА как самый удобный способ бронирования отеля. Потребители старше 50 лет чаще выбирают альтернативные способы бронирования: звонок в отель или посещение веб-сайта отеля; метапоиск же пользуется у них наименьшей популярностью. Веб-сайт отеля является вторым по популярности каналом бронирования, поэтому можно сделать вывод, что современному объекту размещения стоит сосредоточиться на продвижении посредством веб-сайта и посредством сотрудничества с ОТА.

В настоящее время Booking Holding занимает лидирующее положение среди мировых ОТА. Компания была создана в 1996 г. в Амстердаме. После в 2005 г. она была куплена американской компанией The Priceline Group (переименована в Booking Holdings в 2018 г.) за 133 млн долл. США [1]. В настоящий момент штаб-квартира находится в г. Амстердаме, Нидерланды.

Booking.com – онлайн-платформа, которая входит в состав Booking Holding. Компания предлагает самый большой выбор вариантов проживания: от апартаментов, домов для отпуска и маленьких семейных отелей до 5-звездочных курортов, домов на дереве и других необычных средств размещения. Сайт и приложения Booking.com переведены на 43 языка мира. На сайте представлено 28 млн единиц размещения, включая свыше 5,7 млн единиц размещения в домах, апартаментах и других уникальных объектах, по более чем 147 000 направлений в 229 странах и территориях по всему миру [2]. Что примечательно для компании таких размеров, оптимизация ресурса идет без перерыва, постоянно совершенствуется функционал и регулярно внедряются новые технологии.

Несмотря на популярность Booking.com среди путешественников, компания часто обвиняется в ценовом давлении на отели и нарушении антимонопольного законодательства. Такие жалобы уже подавались со стороны Франции, Германии, Великобритании, США и Швейцарии.

Роль ОТА в деятельности гостиничных предприятий нельзя недооценивать. ОТА служат как дистрибьюторскими, так и маркетинговыми платформами, что делает их ценными не только для владельцев гостиниц и аналогичных средств размещения, но и для маркетологов и ревенью-менеджеров. Используя возможности сотрудничества с Booking.com и другими ОТА, объект размещения может увеличить количество бронирований, повысить узнаваемость бренда и минимизировать расходы на рекламу.

### Литература

1. История Booking.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.tio.by/info/articles/istotia\\_booking.com](https://www.tio.by/info/articles/istotia_booking.com). – Дата доступа: 28.10.2020.
2. Пресс-центр Booking.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://globalnews.booking.com/?aid=389416&lang=ru>. – Дата доступа: 28.10.2020.
3. ОТА – Online Travel Agency [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.xotels.com/en/glossary/ota>. – Дата доступа: 30.10.2020.
4. The Evolution of OTAs in the Hotel Industry [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hoteltechreport.com/news/otas-problems>. – Дата доступа: 28.10.2020.