

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
_____ Давиденко І. В.
“ ____ ” _____ 2019 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 242 «Туризм»
за освітньою програмою «Туризм»
на тему:

«ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У
ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА»

Виконавець

студентка центру вечірньої форми навчання

Прокопець Катерина Олександрівна

Науковий керівник

доктор економічних наук, доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Лебедєв Ігор Васильович

Одеса 2019

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ	
ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	
У ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЮ	
1.1. Сутність і види інформаційних технологій у готельному бізнесі.....	7
1.2. Світовий досвід використання інформаційних технологій	
у готельному бізнесі	13
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ	
ТА КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «КАЛІФОРНІЯ»	
2.1. Загальна характеристика підприємства.....	26
2.2. Аналіз економічної діяльності.....	30
2.3 Оцінка використання інформаційних технологій	5
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ	
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ.....	
3.1. Основні напрямки удосконалення інформаційних	
технологій у діяльності готелю.....	42
3.2 Обґрунтування пропозиції щодо удосконалення інформаційних	
технологій у діяльності готелю.....	47
ВИСНОВКИ.....	53
Список використаних джерел	57
Додатки.....	61

ВСТУП

Актуальність теми. Бурхливий розвиток туризму і сфери послуг по всьому світі в останні двадцять років сприяло розвитку системи просування сервісних і туристських послуг і, зокрема, створення спеціального ринку автоматизованих просувальних систем, які допомагають як готельерам, так і гостям.

В ринкових умовах підприємства повинні якісно задовольняти потреби споживачів в послугах і при цьому отримувати прибуток. Саме тому в умовах сучасного світу, управлінці були змушені шукати шляхи вирішення до спрощення і популяризації простих і нетрудомістких методів і способів бронювання і відповідно заповнення підприємств готельного господарства.

В Україні і безпосередньо в місті Одеса - проблема наповнюваності і завантаженості готелів стоїть особливо гостро, по-перше, через яскраво виражену сезонність, по-друге, через поширену ситуацію невідповідності опублікованою ціни і послуги, що надається. Також, потрібно врахувати, що туристичні потоки значно впали в 2014-15 роках, в зв'язку з нестабільною ситуацією в країні.

Актуальність теми продиктована тим, що в даний час все частіше готелі займаються пошуком клієнта, а не клієнт шукає собі номер, що значно збільшило роль просування послуг. Більш того, залучення туристичних потоків в місто і країну в цілому, сприятливо відбивається на всіх сферах суспільної діяльності і сприяє збільшенню загального прибутку.

Судячи із світового досвіду, прибуток від туризму – є найбільш бажаним для економіки будь-якої країни, адже туристична сфера не тільки автоматично надає велику кількість робочих місць і майже не потребує витрат від держави на створення туристичного продукту. Але чи не найбільш важливим елементом є популяризація країни або міста у світі, що призводить

Примечание [u1]: отформатируйте абзацы по образцу предыдущих

до залучення великих інвестиційних потоків та зацікавленості у сприянні розвитку фактичного стану.

Найбільш життєздатними підприємствами вважаються ті, які спрямовані на клієнта і його потреби. За твердженням відомого американського фахівця з управління П. Друкера, призначення будь-якого бізнесу полягає в задоволенні запитів клієнта.[8]

Теоретик маркетингу Ф. Котлер також переконаний, що ключовим фактором ринкового успіху підприємства є завоювання і утримання клієнта завдяки ефективному задоволенню його потреб.[13]

Дійсно, підприємства, які чітко орієнтуються на клієнта, допомагають йому в досягненні його цілей і активно беруть участь в пошуку найбільш короткого шляху - досягають явних конкурентних переваг перед компаніями, які не бажають розвиватися і йти в ногу з часом.

Мета дослідження: визначити основні напрямки, інструменти і методи удосконалення використання інформаційних технологій у готелі «Каліфорнія» з метою підвищення ефективності його діяльності

Завдання дослідження:

1. Дослідити і узагальнити сучасні науково-методичні підходи до використання інформаційних технологій на підприємстві готельного господарства.
2. Надати загальну характеристику готелю «Каліфорнія»
3. Здійснити аналіз економічної діяльності готелю «Каліфорнія».
4. Дослідити стан використання інформаційних технологій в готелі «Каліфорнія».
5. Розробити комплекс науково-практичних рекомендацій щодо удосконалення використання інформаційних технологій у готелі «Каліфорнія».

6. Здійснити обґрунтування запропонованих заходів.

Об’єкт дослідження: процеси використання інноваційних технологій у діяльності готелю «Каліфорнія».

Предмет дослідження: сукупність науково-методичні аспектів, пов’язаних із автоматизацією управління готелем з використанням інформаційних технологій.

Методи дослідження: методи економічного аналізу - для вивчення аналітичних залежностей, що визначають співвідношення між умовами і результатами вирішення завдань (методи абсолютних, відносних та середніх величин, порівняння, групувань, індексний, балансовий, прогнозування тощо), евристичні (експертні) методи, як сукупність логічних прийомів тощо.

Інформаційна база дослідження: нормативно-правові акти України, статистичні матеріали, наукова література, періодичні видання, матеріали підприємства за 2016-2018 роки, ресурси Інтернет, бази даних відомих систем бронювання готельних послуг, дані офіційних сайтів бізнес-готелю «Каліфорнія» та його найближчих конкурентів.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (40 найменувань) та 2-х додатків. Загальний обсяг роботи 61 сторінка. Основний зміст викладено на 51 сторінці. Робота містить 6 таблиць, 6 рисунків.

ВИСНОВКИ

Глобалізація призводить до інтеграції, злиття та поглинання в сфері готельного бізнесу, а також до формування міжнародних готельних мереж. У будь-якій сфері, а тим більше в сфері готельного бізнесу, виходячи на зарубіжний ринок компанія повинна відповідально підходити до вибору ділових партнерів, бажано, щоб ці партнери належали до гравців місцевого ринку. При співпраці з локальними компаніями, при пошуку партнерів на місці експансії, компанія має можливість заповнити порожню нішу й успішно закріпитися в ній, в той час як її партнери виграють за рахунок того, що матимуть можливість використовувати нові для даної місцевості принципи ведення справи, розвинути конкурентні переваги.

Аналіз ситуації на ринку готельних послуг дозволяє зробити висновок про те, що імідж готелю – чи не найважливіший фактор вибору для потенційного гостя. Імідж готелю повинен відповідати реально існуючому образу, відрізнятися від образів інших готелів, бути досить динамічним, щоб не застаріти і не вийти з моди, і в той же час здаватися незмінним. Імідж готелю повинен бути привабливим для всіх постояльців.

Інформаційні технології мають величезний вплив на розвиток підприємств сфери сервісу і туризму. Туризм є однією із провідних сфер економіки і має вираження у готельно-ресторанному бізнесі. Сучасний стан ринку готельних послуг характеризується високим рівнем конкуренції, різноманітністю видів послуг основних і додаткових послуг, підвищенням рівня обслуговування.

З точки зору організації і управління готельні комплекси являють собою складні системи, які складаються з різних, взаємозв'язаних служб, об'єднати які допомагають автоматизовані системи управління. Процес автоматизації підприємств готельної індустрії є актуальним для будь-якого готелю незалежно від кількості номерів, його категорії і розташування.

Передбачається, що в найближчі два-три роки українські готелі відчують на собі погіршення економічної кон'юнктури внутрішнього ринку і зниження купівельної спроможності населення. При цьому потік зарубіжних туристів вже зараз помітно скоротився в зв'язку з напруженістю міжнародної обстановки і ситуацією на Сході України. Єдиний спосіб зберегти рентабельність готелю в цих умовах - збільшувати ефективність інтернет-маркетингу, шукати нові шляхи підвищення продажів, в першу чергу використовуючи найбільш доступний ресурс - сайт готелю. Українським готельєрам доведеться знизити залежність від зовнішнього букінга як макросистеми, яка не дозволяє точково працювати з невеликими сегментами гостей. Стратегія «злити» бюджет на Booking.com і чекати - стає все менш ефективною в умовах зростаючої конкуренції. Крім того, далеко не всі готелі зможуть дозволити собі розкіш платити комісію посередникам в колишньому обсязі. Досягнення максимально ефективної роботи сайту та своєї системи бронювання - завдання номер один для українських готельєрів.

На даний момент український ринок готельних послуг характеризується зростаючою конкуренцією між вітчизняними та зарубіжними готелями. Особливо чітко ця тенденція простежується в конкурентній боротьбі між готелями в категорії 4-5 зірок і сегмента luxury. Дана тенденція найбільш яскраво виражена на території найбільших туристичних міст України. Зарубіжні готелі на відміну від вітчизняних мають колосальний досвід створення і просування бренду. Щоб виграти в набирає силу конкурентної боротьби необхідно розробляти стратегію і тактику просування бренду готелю за допомогою побудови відповідної маркетингової політики, в якій будуть задіяні всі служби готелю.

У даній роботі було досліджено стан інформаційних технологій на базі готелю «Каліфорнія» з метою узагальнення сучасних науково-методичних підходів до використання інформаційних технологій на підприємстві

готельного господарства. Для цього було досліджено історію виникнення інформаційних технологій у світі, надано економічних аналіз підприємства і зроблено висновки відносно провадження нововведень у практику готелю з метою збільшення його доходів.

Бутік готель Каліфорнія (за організаційною формою ТОВ «МІФАЛ») є поєднаною прибутковим. Кожен номер обладнаний всім необхідним для комфортного і приємного перебування. Важливі переваги готелю єдина служба бронювання, високий рівень сервісу і комфорту. Персонал готелів - це кваліфіковані в області туризму і готельної справи фахівці.

Організаційне забезпечення використання інформаційних технологій в діяльності готелю «Каліфорнія» здійснюється на базі Відділу технічної підтримки і відділу продажів. У ньому ми виділили групу з управління комунікаційною інфраструктурою, сектор інтернет комунікацій, організаційний сектор, сектор по ІТ, а також сектор спеціальних комунікаційних проектів.

Готелем використовується дві ключові інформаційні технології: корпоративний веб-сайт «Каліфорнія» (представляє собою корпоративний мережевий портал деяких послуг), а також інформаційні технології в діяльності готелю.

Для мети оптимізації інформаційних технологій готелю «Каліфорнія» пропонується перейти від використання системи бронювання і ведення звітності під назвою B52 і почати використовувати автоматизовану інформаційну систему «Servio». Незважаючи на складні зовнішньоекономічні умови, готелю «Каліфорнія» необхідно знаходити можливості для інвестування в розвиток комплексного інтернет-маркетингу, оскільки саме так можна забезпечити максимальне зростання продажів, підвищення прибутковості готелю і ефективне повернення вкладених коштів.

В рамках підвищення ефективності по використанню технологій рекламного просування культурно-дозвіллевих послуг готелю «Каліфорнія» ми

пропонуємо рекомендації по просуванню в соціальних медіа. При використанні соціальних медіа при просуванні вирішуються два блоки рекламних завдань: по-перше, формується певна система іміджевих координат і репутація готелю подруге, залучається додаткове число потенційних клієнтів і відвідувачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Управління готельним підприємством: навчальний посібник / Р.Я. Вакуленко, Е.А. Кочкурова. - М. : Університетська книга; Логос, 2009. - 320 с.
2. Скопень М. М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі: Навч. посіб. - К. : Кондор, 2005. - 302 с
3. Волков Ю.Ф. Технологія готельного обслуговування / Серія «Підручники, навчальні посібники». - Ростов н / Д: Фенікс, 2013. 384 с.
4. Плотникова Н. І. Комплексна автоматизація туристичного бізнесу. - М. : Зов. спорт, 2001. – 208 с.
5. Матвієнко О. В., Бородіна І Л. Internet-технології: проектування Web-сторінки: Навч. посіб. - К. : Центр навчальної літератури, 200. - 154 с.
6. Ляпіна М.Н. Організація обслуговування в готельному господарстві М. : Academia, 2012. - 206 с.
7. Бабанчікова О.А. Управління конкурентоспроможністю готельного підприємства: теорія і практика // Сервіс в Росії і за кордоном. - 2010 року № 3.
8. Капустіна О.І. Формування стратегії досягнення конкурентних переваг в готельному бізнесі // Економіка та управління 2012. - № 3.
9. Світлана Крейдич «Как выжать из рекламного тура все» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: -<http://www.turkompas.com/all/section/120/>, 2012
10. Саненко Л.І. Принципи впровадження інноваційних технологій в готелях та їх переваги [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/sanenko.htm

Примечание [u19]: список
отформатовать так

Примечание [u20]: назва праці ?

11. Кулібанова В.В. Маркетинг сервісних послуг. СПб .: Вектор, 2009.-192
12. Герасименко В.Г. Основи туристичного бізнесу. - Одеса: Чорномор'я, 1997. - 180 с.
13. Котлер Ф. Маркетинг: Гостинність і Туризм. М .: ЮНИТИ, 2010 - 156 с.
14. Федосова, К. С .: Сучасні інформаційні технології у готельному и ресторанного бізнесі випуску 2008 - 21 с.
15. ДСТУ 4269: 2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. - Введ. 01.07.2004 р. - К .: Держспоживстандарт України, 2004. - 18 с.
16. ДСТУ 4527: 2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення. - К .: Держспоживстандарт України, 2006. - 28 с.
17. Єфімова О. П. Економіка готелів і ресторанів: навчальний посібник / О. П. Єфімова. - М .: Нове знання, 2004.
18. Кабушкин Н. І. Менеджмент готелів та ресторанів: підручник / Н. І. Кабушкин, Г. А. Бондаренко. - Мінськ: Нове знання, 2001. - 216 с.
19. Квартальнов В.А. Туризм: підручник. - М.: Фінанси і статистика, 2004. - 320 с.
20. Колесник О. О. Оцінка стану конкурентоспроможності туристичних підприємств України / О. О. Колесник // Економіка. Управління. Інновації. - 2009. - №2.
21. Конференц-сервіс в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://conference-service.com.ua>.
22. Круль Г. Я. Основи готельної справи: навчальний посібник / Г. Я. Круль. – К.: Центр учбової літератури. 2011. – 368 с.
23. Барабаш Є.В. Іноваційні технології в готельному бізнесі [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/barabash.htm
24. Черноусова Н.Ю. Основні напрямки впровадження інноваційних технологій в сфері гостинності [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://tourlib.net/statti_tourism/chernousova.htm.

25. Лебова А.О. Інноваційні технології у туристичній галузі [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/glebova2.htm.
26. Нездоймінов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку : методологічний аспект та практичний досвід : монографія. – Одеса : Астропринт, 2009. – 304 с.
27. Нікітенко С. І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку / С. І. Нікітенко // Наукові праці. Том 52. Вип. 39. – 2006. – С. 139-143
28. Готелі для бізнесу або що потрібно діловим мандрівникам? [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://magaz.su/otel-dlya-biznesa-chto-nuzhno-delovym-puteshestvennikam>.
29. Пандяк І. Г. Сучасний стан та проблеми розвитку інфраструктурі ділового туризму в Україні / І. Г. Пандяк // Вісник Львівського університету. Серія географічна. - 2007. - Вип. 34. - С. 183-188.
30. Поняття ділового туризму і його видова структура [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.managemasters.ru/gmases-578-2.html>.
31. Про туризм: Закон України від 15 вересня тисяча дев'ятсот дев'яносто п'ять р. (В поточній редакції) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.portal.rada.gov.ua>.
32. Правила Користування Готелем й аналогічними засобами розміщення та Надання готельних послуг: Наказ державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 р. // Офіційний вісник України. - 2004. - № 14.
33. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства: навч. посібник / П. Р. Пуцентейло. - К .: Центр учбової літератури, 2007. - 344 с.
34. Ринок туристичних послуг: стан и Тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. проф. В.Г. Герасименка; авт. кол .: В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов [та ін.]. - Одеса: Астропринт, 2013. - 304 с.

35. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту: підручник / Х. Й. Роглев. - К .: Кондор, 2009. - 408 с.
36. Сокіл Т. Г. Організація обслуговування в Готель и туристичних комплексах: підручник / Т. Г. Сокіл. - К .: Альтерпрес, 2009. - 447 с.
37. Лебедев І .В. Соціальне значення туризму // Туристичний бізнес: Світові тенденції та національні пріоритети: зб. наукових праць : Матеріали VIII міжнародної науково - практичної конференції (27 жовтня 2017 року). / Харківський національний університет. – Харків, ХНУ, 2017, С.71-81
- 38.[Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://hotelcaliforniaodessa.com/>
39. Лебедев І. В. Сталий розвиток туризму: досвід Європейського союзу і завдання для України // Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. наукових праць, № 3 (67), 2018, С. 162-173.
40. Лебедев І. В. Досвід Європейського Союзу зі сталого розвитку туризму як зразок для України // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2019, С. 81-85.