

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

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 242 «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

ВСТУП

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 готельєрам, 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.

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.

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.

РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЮ

У РОЗДІЛІ 1 розглянуто об'єктивну необхідність застосування інформаційних і телекомунікаційних технологій в управлінні готельним бізнесом.

Можна виділити наступні основні характерні риси готельного бізнесу. По-перше, це різноманітна і інтегрована торгівля послугами. По-друге, це комплексна послуга, як з точки зору виробника, так і споживача. По - третє, це інформаційно насичена послуга. Тому готельний бізнес є однією із сфер зростаючого застосування інформаційних технологій. Крім того, окремі компоненти готельного бізнесу тісно взаємопов'язані між собою. Це обумовлено тим, що багато готелів вертикально або горизонтально залучені в діяльність з іншими підприємствами, що надають супутні послуги, наприклад, харчування, розвага і т.п. Все це дозволяє розглядати готельний бізнес як високо інтегровану послугу, що робить його ще більш сприйнятливим для застосування інформаційних технологій в організації та управлінні.

Конкурентна перевага і навіть виживання підприємств індустрії гостинності залежить від нововведень в області інформаційних технологій, таких як: по-перше, систем прийняття рішень на основі систем автоматизованого управління, а по-друге - систем, пов'язаних зі зберіганням і інтелектуальною обробкою даних.

Аналізуючи роль і значення інформаційних технологій для сучасного етапу розвитку суспільства, можна зробити цілком обґрунтовані висновки про те, що ця роль є стратегічно важливою, а значення цих технологій в найближчому майбутньому буде швидко зростати.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «КАЛІФОРНІЯ».

У РОЗДІЛІ 2 надано повну інформацію щодо готелю Бутік «Каліфорнія», що почав роботу в 2011 році. Співробітники готелю «Каліфорнія» надають сучасним мандрівникам з напруженим графіком все необхідне, щоб за час поїздки вони змогли встигнути якомога більше. Готель «Каліфорнія» розташований на популярному напрямку - в самому центрі курортного міста Одеса, в столиці Південного регіону. Розташування готелю в центрі міста робить його найбільш вигідним для відвідування як гостей подорожуючих по роботі, так і для туристів. Готель розміщено на вулиці Єврейська, 27. Готель «Каліфорнія» пропонує для розміщення 43 сучасних і комфортабельних номерів. Готель має в своєму розпорядженні 1 конференц-залом місткістю до 50 осіб і одним банкетним залом (зал ресторану) до 60 гостей. Фітнес центр готелю «Каліфорнія» укомплектований кардіо і силовими тренажерами нового покоління фірми Precor®. Прекрасний басейн, фінська сауна і російська лазня дозволяють залишатися в тонусі і прекрасній фізичній формі.

Цінову політику готелю «Каліфорнія» можна розглянути за допомогою Додатку 3. Тарифи на проживання відрізняються в залежності від сезону, також у період «високого» сезону, можемо відмітити диференціацію між цінами у будні і вихідні дні.

За організаційно-правовою формою це ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю на системі єдиного оподаткування (ТОВ «МІФАЛ»).

Ресторан, що працює на базі готелю за організаційно-правовою формою ТОВ, що сплачує НДС (ТОВ «Альфа 777»).

Підприємство поділено на служби, що відповідають за той чи інший процес: служба прийому і розміщення, відділ продажі, служба бронювання, служба готельного господарства (СГХ), технічна служба, служба безпеки, ІТ відділ, ресторан, бухгалтерський відділ, відділ маркетингу. Усі служби пов'язані між собою, без хоча б одної з них – робота готелю стає неможливою.

Зручності готелю «Каліфорнія»:wi-fi - парковка без додаткової плати - 32
"телевізор з вибором міжнародних каналів, тренажерний зал, басейн і сауна,
бізнес-центр доступний 24/7, брендована вода в номері.

Готель «Каліфорнія» є п'ятизірковим готелем у місті Одеса. Має лінійно-функціональну систему управління, що якнайкраще підходить для підприємств із досить великою кількістю співробітників (<50) .

Також у РОЗДІЛІ 2 надано економічний аналіз готелю, результатом якого було з'ясовано, що готель є прибутковим і рівень його рентабельності досить високий, зростає з кожним роком. Аналіз господарської діяльності є сполучною ланкою між обліком і прийняттям управлінських рішень. У процесі його облікова інформація проходить аналітичну обробку: проводиться порівняння досягнутих результатів діяльності з даними за минулі періоди часу, з показниками інших підприємств і середньогалузевими; визначається вплив різних чинників на результати господарської діяльності; виявляються недоліки, помилки, невикористані можливості і перспективи.

Зробивши висновок щодо інформації наведеної у Розділі 2, можна сказати, що готель «Каліфорнія» має усі можливості щодо зростання прибутків і один з найпростішим способів – це розвивати комунікаційні навички на базі підприємства, адже це у першу чергу має вплив на формування власного іміджу, що так приваблює гостей і дозволяє їм стати постійними.

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «КАЛІФОРНІЯ»

В рамках оптимізації інформаційних технологій нами пропонується перейти від використання в готелі Каліфорнія системи бронювання і ведення звітності під назвою «B52» (її особливості були описані в п. 2.3.) і почати використовувати автоматизовану інформаційну систему «Servio». Причини зміни «B52» на «Servio» пов'язані з тим, що остання більш функціональна. Так, система «Servio» дозволяє не тільки безпосередньо вводити і обробляти бронювання, а й вести різні форми звітності, реалізовувати договірні відносини.

Переходячи до наступної ланки зв'язку що існує задля отримання і оформлення бронювань, необхідно виділити менеджер каналів – Channel Manager. У готелі використовується програма «Wubook», що є досить застарілою і має незвичайний алгоритм для передачі даних. У програмі відсутні проставлення за допомогою спеціальних формул, які закріплюються у період підключення і виконують функцію перерахунку для кожного бронювання з точки зору кількості і категорії надбавки, а також курсу валют. Більш того швидкість передачі даних доволі низька і кількість доступний каналів не повністю застосована до українського ринку. Найкращим рішенням з точки зору швидкості передачі даних і простоти застосування міг стати менеджер каналів – “TravelLine”, проте через значну увагу до деталей і намагання працювати краще за конкурентів, компанія не відкриває одразу багато каналів продажу у доступі, що зовсім не підходить для готелю, який ми розглядаємо. Оптимальним рішенням для готелю Каліфорнія є менеджер каналів – “Yield Planet”, що є частиною компанії «Premier Connect». Запропонований менеджер каналів дозволяю користуватися майже всіма можливими каналами продажів і дає досить комфортний алгоритм для роботи.

Також вважаю за необхідне розширити кількість компаній для розповсюдження пропозиції готелю, адже ставку тут роблять лише на найбільші онайн-ресурси, які хоч і дають великі потоки, проте досить нестабільні і завжди лишатимуться на стороні гостя. Взагалі компанії різних типів працюють по-різному і направляють дійсно різних гостей. Вважаю за необхідне включити до списку партнерів компанії Wholesale, що працюють не лише із ринком B2C, але і B2B.

Також задля чіткого розуміння місткості ринку можна користуватися спеціальними програмами, такими як iHotelligence. Вартість програми дуже висока, проте ефективність складно переоцінити.

Програма не тільки дозволяє побачити зібрану в одному, зручному форматі інформацію про конкурентів, але більш розвинені версії дозволяють фактично керувати ринком. Вони надають повних перелік міжнародних компаній, що відвідують те чи інше місто в певний період. Звичайно, це не гарантує, що представники оберуть саме Ваш об'єкт, проте дозволяють зробити таку пропозицію, від якої буде складно відмовитися, адже підрядники, та саме компанії при подорожах керуються не лише бажаннями але й уставними бюджетами.

Також необхідно відмітити, що співробітники готелю «Каліфорнія» користуються непрофесійною поштою від Google, додавши власне доменне ім'я: прик. manager@hotelcaliforniaodessa.com.

Рекомендовано перейти на повністю оздоблену професійно пошту, а саме на Microsoft Outlook. Її вартість не дуже висока, однак ефективність значно вища, легше контролювати і відстежувати втрачені листи.

Провівши аналіз офіційного сайту готелю «Каліфорнія», ми склали перелік найбільш поширених помилок. виправлення кожного з описаних нижче недоліків дозволить підвищити конверсію трафіку готельного інтернет-ресурсу і дозволить збільшити ефективність використання інформаційних технологій.

Впровадження рекламних турів від готелю також є важливою ланкою у приверненні туристичних груп та індивідуальних гостей.

«Рекламні тури є невід'ємною частиною роботи менеджера по туризму, - вважає Світлана Крейдич, заступник директора відділу продажів компанії «МУЛЬТІТУР». - Тільки в них можна відчувати особливості кожної країни і зрозуміти технологію продажів. В ознайомлювальних турах можна побачити всі достоїнства і недоліки готелів та інфраструктури міст[9]

Звірівшись із наданою статистикою, можна відстежити, що наразі конверсія офіційного сайту мінімальна, менше 1%. Це означає, що потрапивши на офіційний сайт із 1000 гостей – лише 10 гостей зробили бронювання. Всі інші – страчені із різних причин, пропозиції щодо вирішення яких біло надано. Середня ціна одного бронювання на 2018 рік у готелі Каліфорнія складає – 4 233,59 грн. Отже збільшивши конверсію тільки офіційного сайту хоча б до 5% (що реально), можна збільшити дохід мінімум на 160 тис.грн щомісяця, це близько 5-10% від сукупного доходу за місяць (відповідно до сезонності).

ВИСНОВКИ

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.

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 доходу.

АНОТАЦІЯ

Прокопець К.О. «Впровадження інформаційних технологій у діяльність підприємства готельного господарства». Випускна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра зі спеціальності «Туризм» Одеський національний економічний університет. - м. Одеса, 2019 рік

Випускна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – вплив впровадження інноваційних технологій у діяльність підприємства готельного господарства на туристичні потоки.

У роботі розглянуто особливості функціонування готельних підприємств, фактори конкурентоспроможності готелю, специфіку надання послуг у готелях задля привернення туристів, та типи системних програм.

В аналітичній частині досліджено специфіку функціонування готелю «Каліфорнія»

Зроблено оцінку конкурентної позиції готелю «Каліфорнія», запропоновано основні заходи, спрямовані на удосконалення системи автоматизації, та заходи що привернуть туристів у готель не лише у період «високого» сезон.

Ключові слова: готелі, готельне господарство, готельне підприємство, Інформаційні технології, автоматизовані системи управління, ефективність.

ANNOTATION

Prokopets K.O. "Implementation of information technologies in the activities of the hotel industry". Final work for obtaining the educational qualification of a bachelor's degree in the specialty "Tourism"Odessa National University of Economics.-Odessa, 2019

The final work consists of three sections. The object of the research is the influence of the introduction of innovative technologies into the activity of the hotel business enterprise on tourist flows.

The paper considers the features of the functioning of hotel enterprises, the factors of competitiveness of the hotel, the specifics of providing services in hotels for the attraction of tourists, and types of system programs.

In the analytical part the specificity of the hotel "California"

An estimation of the competitive position of the California Hotel is made, the main measures aimed at improving the automation system and measures attracting tourists to the hotel are offered not only during the high season.

Keywords: hotels, hotel industry, hotel enterprise, information technologies, automated control systems, efficiency.