

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:
ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ
ГОТЕЛЕМ "БРАТИСЛАВА", М. КИЇВ

Студента 2 курсу, 4м групи,
Спеціальності (073
«Менеджмент»)
спеціалізації (Готельний і
ресторанний менеджмент)

підпис студента

Суровська Валерія
Олександрівна

Науковий керівник
д.е.н., доц.

підпис керівника

Компанець Катерина
Андріївна

Гарант освітньої програми
д.е.н., проф

підпис керівника

Ведмідь
Надія Іванівна

Київ 2019

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

Спеціальність, спеціалізація 073 «Менеджмент» («Готельний і ресторанный менеджмент»)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу

_____ М. Г. Бойко
«___» _____ 2018 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві
Суровської Валерії Олександрівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: Інформаційна система управління готелем «Братислава», м. Київ.

Затверджена наказом ректора від «29» грудня 2018 р. № 4854.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 16 листопада 2019 року

3. Цільова установка та вихідні дані до випускної кваліфікаційної роботи:

Мета роботи є аналіз практичних положень і рекомендацій, спрямованих на імплементації інформаційних систем управління суб'єкту готельного бізнесу.

Об'єкт дослідження – процес формування інформаційних систем управління суб'єкту готельного бізнесу.

Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні засади імплементації інформаційних систем управління суб'єкту готельного бізнесу.

4. Перелік графічного матеріалу, рис.: «Структура сучасної інформаційної системи», «Чинники, які впливають на впровадження та використання інформаційних систем», «Класифікація інформації», «Структура готелю “Братислава”», «Головна сторінка сайту готеля “Братислава”», «Структура витрат на рекламну діяльність готелю “Братислава”, тис. грн.», «Динаміка структури витрат на рекламну діяльність готелю “Братислава”», «Вихідна інформація готелю “Братислава”», «PEST-аналіз факторів макросередовища готелю «Братислава», «Основні інформаційні потоки в готелі “Братислава”», «Функції маркетингової діяльності, які реалізуються інструментарієм Інтернет-маркетингу в готелі “Братислава”».

5. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

Розділ 1. Теоретичні засади формування інформаційних систем управління суб'єкта готельного бізнесу

- 1.1. Теоретичні підходи до дослідження інформаційних систем управління.
- 1.2. Сутність інформаційних систем управління суб'єкту готельного бізнесу.
- 1.3. Методи оцінювання ефективності застосування інформаційних систем управління суб'єкту готельного бізнесу .

Розділ 2. Дослідження імплементації інформаційних систем управління готелем «Братислава», м. Київ.

- 2.1. Загальна характеристика діяльності готелю «Братислава», м. Київ.
- 2.2. Діагностика та оцінка рівня застосування інформаційних систем управління готелем «Братислава», м. Київ.
- 2.3. Визначення впливу чинників на формування ефективної інформаційної системи управління готелем «Братислава», м. Київ.

Розділ 3. Удосконалення інформаційної системи управління готелем «Братислава», м. Київ.

- 3.1 Основні напрями вдосконалення інформаційної системи управління готелем «Братислава», м. Київ.
- 3.2 Оцінка результатів впровадження заходів покращення інформаційної системи управління.

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

6. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів написання випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	<i>Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи</i>	01.09.2018 р.- 20.12. 2019 р.	01.09.2018 р.- 20.12. 2019 р.
2	<i>Оформлення і затвердження завдання на випускної кваліфікаційної роботи</i>	27.12.2018 р.- 30.12. 2018 р.	27.12.2018 р.- 30.12. 2018 р.
3	<i>Написання та передзахист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	30.01.2019 р.- 31.05.2019 р.	30.01.2019 р.- 31.05.2019 р.
4	<i>Написання та оформлення наукової статті</i>	до 02.06.2019 р.	до 02.06.2019 р.
5	<i>Написання та передзахист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	02.06.2019 р.- 03. 09. 2019р.	02.06.2019 р.- 03. 09. 2019р.
6	<i>Написання та передзахист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	04.09.2019 р. - 11.11.2019р.	04.09.2019 р. - 11.11.2019р.
7	<i>Оформлення випускної кваліфікаційної роботи та реферату для попереднього захисту у комісіях</i>	12.11.2019 р.- 15.11.2019 р.	12.11.2019 р.- 15.11.2019 р.
8	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи та реферату на кафедру</i>	16.11.2019 р.	16.11.2019 р.
9	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування</i>	17.11.2019р. 22.11.2019 р	17.11.2019р. 22.11.2019 р
9	<i>Підготовка матеріалів до захисту випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії</i>	25.11.2019 р.- 29.11.2019 р.	25.11.2019 р.- 29.11.2019 р.
10	<i>Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії</i>	Згідно розкладу	Згідно розкладу

7. Дата видачі завдання «29» грудня 2018 р.

8. Керівник випускної кваліфікаційної роботи Компанець К.А.
(прізвище, ініціали, підпис)9. Гарант освітньої програми Ведмідь Н.І.
(прізвище, ініціали, підпис)10. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник _____
(підпис студента)

11. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

12. Керівник випускної кваліфікаційної роботи

_____ (підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

Суровська В.

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

Н.І.Ведмідь

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

М.Г. Бойко

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2019 р

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	9
1.1. Теоретичні підходи до дослідження інформаційних систем управління ..	9
1.2. Сутність інформаційних систем управління суб'єкту готельного бізнесу	13
1.3. Методи оцінювання ефективності застосування інформаційних систем управління суб'єкту готельного бізнесу.....	22
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЕМ «БРАТИСЛАВА», М. КИЇВ.	26
2.1. Загальна характеристика діяльності готелю «Братислава», м. Київ.....	26
2.2. Діагностика та оцінка рівня застосування інформаційних систем управління готелем «Братислава», м. Київ.....	29
2.3. Визначення впливу чинників на формування ефективної інформаційної системи управління готелем «Братислава», м. Київ.....	37
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЕМ «БРАТИСЛАВА», М. КИЇВ.	41
3.1 Основні напрями вдосконалення готелем «Братислава», м. Київ.	41
3.2 Оцінка результатів впровадження заходів покращення інформаційної системи управління.....	45
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55
ДОДАТКИ.....	58

ВСТУП

Підприємства готельного господарства займають важливе місце в економіці нашої країни. Ефективність їх роботи багато в чому залежить від управлінської діяльності, що забезпечує реальну економічну самостійність підприємства, його конкурентноздатність і вартісне положення на ринку. В умовах ринкового трансформування економіки України питання розбудови підприємництва стоїть досить гостро. Розвиток національного ринку готельного господарства стає пріоритетним напрямком економічної політики.

Однією з особливостей сучасного етапу розвитку готельного господарства є підвищення ролі й удосконалювання інформаційного обслуговування. Інформаційне обслуговування на підприємстві в умовах ринку є смисловим аспектом соціальної взаємодії, однією із найбільших загальних характеристик будь-якої діяльності, включаючи управлінську. Вона являє собою нову форму політичної, наукової, організаційної і технічної сили в суспільстві, за допомогою якої організація включається у зовнішнє середовище, здійснюється обмін думками або інформацією для забезпечення взаєморозуміння.

Саме тому тема випускної кваліфікаційної роботи “ Інформаційна система управління готелем "Братислава", м. Київ” є досить актуальною.

Мета роботи є аналіз практичних положень і рекомендацій, спрямованих на імплементації інформаційних систем управління суб'єкту готельного бізнесу.

Здійснення поставленої мети здійснювалась шляхом вирішення наступних задач:

- визначити значення та потреби інформаційного забезпечення обслуговування в готельному підприємстві,

- розглянути види інформаційних ресурсів підприємств готельного господарства,
- розглянути характеристики інформаційної інфраструктури,
- провести дослідження видів інформаційних послуг готелю,
- провести аналіз інформаційної інфраструктури готелю,
- розглянути характеристики діяльності служб готелю, задіяних в забезпеченні інформацією,
- запропонувати шляхи удосконалення технології та організації надання інформаційних послуг в готелі;
- оцінити результати покращення інформаційної системи готелю Братислава

Об'єкт дослідження – процес формування інформаційних систем управління суб'єкту готельного бізнесу.

Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні засади імплементації інформаційних систем управління суб'єкту готельного бізнесу.

Теоретичну основу дослідження питання інформаційного забезпечення підприємства готельного господарства склали наукові концепції та теоретичні розробки вітчизняних та зарубіжних вчених, закони України, фінансова звітність готелю “Братислава”.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

1.1. Теоретичні підходи до дослідження інформаційних систем управління

Явища реального світу й процеси, що відбуваються у суспільному виробництві, об'єктивно відбиваються за допомогою інформації, потоки якої реально існують поряд з потоками робочої сили, матеріалів і знарядь праці. Подібно до речовини та енергії, інформацію можна створювати, обробляти, зберігати, передавати, використовувати. Ефективне використання інформаційних ресурсів підприємств готельного бізнесу базується на: визначенні потреб щодо інформації, проведенні системного її аналізу, створенні й підготовці програм, впровадженні комп'ютерної техніки [5, с. 214].

Дослідженням даних питань займалися вітчизняні і зарубіжні вчені, наприклад: Нідлз Б., Перрі У, Тесленко Г.С., Скирта Б.К., Завгородній В.П., Мішенін О.І., Ковальчук К.Ф., Кропивко М.Ф., Плаксієнко В.Я., Завадський Й.С., Галушко О.С., Вакульчик О.М., Довбня С.Б., Гордієнко І.В. та інші.

За системного підходу до створення ІСУ на підприємствах економічний об'єкт вивчають як комплекс його взаємопов'язаних частин, об'єднаних єдиною метою функціонування. Він потребує дослідження внутрішніх та зовнішніх зв'язків.

Системний підхід до проектування економічних інформаційних систем полягає у поділі усієї системи на підсистеми (декомпозиція системи) і обліку під час її розроблення не тільки властивостей конкретних підсистем, але й зв'язків між ними. Умовою реалізації системного підходу є методологія системного аналізу [7, с. 33].

Характерними ознаками системного підходу є: одночасне охоплення проектуванням великої кількості задач; максимальна типізація та стандартизація рішень; багатоаспектне уявлення про структуру інформаційної системи як про систему, що складається з кількох класів компонентів, та порівняно автономне їх розроблення; ключова роль баз даних; локальне впровадження та збільшення функціональних задач [2, с. 17-18].



Рис. 1.2 Структура сучасної інформаційної системи

Комплексний підхід до створення ІСУ на підприємстві повинен враховувати та поєднувати різнобічні аспекти (технічні, технологічні, економічні, соціальні, екологічні, організаційні, політичні, психологічні та інші), тобто забезпечувати єдність усіх складових, які не можуть реалізовуватись відокремлено. Підхід потребує внутрішньої єдності усієї системи та процесу управління для досягнення максимального ефекту з мінімальними витратами.

Сутність функціонального підходу полягає в тому, що створення ІСУ розглядається як послідовність функцій, необхідних для досягнення поставленої мети. В системі інформаційного менеджменту виділяють п'ять основних функцій: планування, організування, мотивування, контролювання та регулювання процесу створення ІСУ на підприємствах. За допомогою

конкретних функцій відбуваються конкретні управлінські процеси щодо створення ІСУ. Об'єднувальною функцією є керівництво, яка пронизує всі управлінські процеси.

У наш час до управління переважно застосовують предметний підхід, за якого удосконалюється об'єкт чи система. Наприклад, інформаційну систему удосконалюють, допрацьовуючи наявну систему за результатами маркетингових досліджень, аналізу науково-технічного прогресу в цій області, зауважень і пропозицій споживачів. Тому на практиці перед розробниками ставлять завдання – досягти за найважливішими показниками якості систем світового рівня. Проте технічний прогрес продовжується, і оскільки на розроблення, створення і освоєння нової інформаційної системи потрібен час, то за цей період з'являться нові досягнення, галузь піде далеко вперед. Недолік предметного підходу в тому, що інвестори і менеджери, застосовуючи його, завжди тільки наздоганятимуть вчорашній день і ніколи не вийдуть на світовий рівень [8, с. 135-136].

Процесний підхід до створення інформаційних систем управління на підприємствах передбачає покрокове виконання безперервних дій, дотримання певного порядку виконання взаємопов'язаних функцій управління.

Також цей підхід передбачає автоматизацію не окремих функцій, а наскрізних бізнеспроцесів. Ті бізнес-процеси, успішна реалізація яких сприяє підвищенню економічної ефективності діяльності підприємства, мають бути основним об'єктом уваги керівництва під час впровадження ІСУ, оскільки лише автоматизація наскрізних бізнес-процесів здатна зробити ІТ-рішення ефективним та необхідним інструментом в управлінській діяльності як на підприємстві, так і за його межами. Одним із вагомих чинників, що впливають на ефективне функціонування і подальший розвиток ІСУ підприємства, є дотримання логічної послідовності етапів впровадження ІТ-рішення згідно з процесним підходом; водночас процес впровадження є частиною життєвого циклу ІСУ [5, с. 117].

Інтеграційний підхід – це спосіб організації окремих складових ІСУ в одну систему, що підтримує узгоджену і цілеспрямовану їх взаємодію, забезпечуючи високу ефективність функціонування всієї ІСУ на підприємстві. Тобто ІСУ розглядається як багатокомпонентна система, в якій кожен компонент доповнює інший. Встановлюються взаємозв'язки не тільки між окремими підсистемами та складовими ІСУ, а й між рівнями, суб'єктами управління та стадіями життєвого циклу об'єкта управління в процесі створення та функціонування цієї системи.

Створення ІСУ на підприємстві – складний динамічний процес, що є результатом неперервного циклічного руху інформаційних потоків, головною рушійною силою якого є час. Саме тому важливу роль відіграє динамічний підхід. Інформаційну систему необхідно розглядати в динаміці (діалектичному розвитку), в причинно-наслідкових зв'язках. Створюючи та вдосконалюючи ІСУ, необхідно враховувати такі чинники, які вимагають динамічного розвитку інформаційних систем: науково-технічний прогрес, зміна потреб споживачів та виробничого процесу, демографічні зміни, зміна в структурі галузі або ринку, інноваційні процеси, зміна засобів оброблення інформації тощо. Аналіз проводять як в ретроспективному, так і в перспективному (прогноз) плані.

Діяльність будь-якої системи, зокрема й інформаційної, залежить від впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Ринкові умови змушують підприємства пристосовуватись до змін і відповідно на них реагувати. На противагу універсальним принципам керівництва людьми на підприємствах виникає ситуаційний підхід у менеджменті, який передбачає адаптацію інформаційних систем до конкретних ситуацій. Найефективнішою у конкретній ситуації буде та ІСУ, яка найбільше відповідатиме ситуації, тобто буде максимально адаптованою до неї.

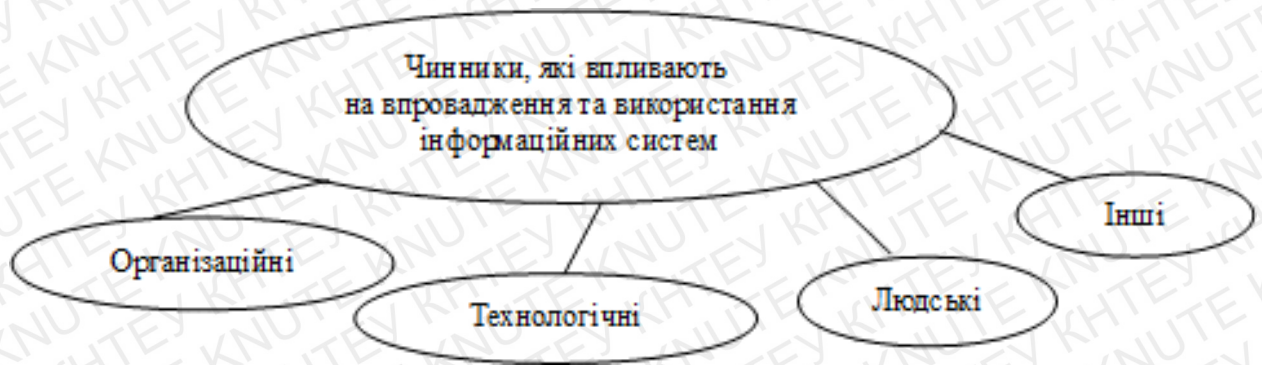


Рис. 1.2 Чинники, які впливають на впровадження та використання інформаційних систем

1.2. Сутність інформаційних систем управління суб'єкту готельного бізнесу

Інформація — сукупність повідомлень, які відображають конкретний аспект явища, події, виробничо-господарської діяльності.

Необхідний для управління обсяг інформації визначається з урахуванням розміру, та спеціалізації підприємства, його організаційної структури, характеру розвитку внутрішніх зв'язків, а також зв'язків з іншими підприємствами та організаціями. При цьому враховуються також суб'єктивні фактори: освіта й компетентність керівника, його організаторські здібності, методи й стиль управління тощо. Ефективна інформаційна система передбачає одноразовість реєстрації первинної інформації, чіткість форм і стислість записів, взаємну погодженість системи показників, уніфікацію документів тощо.

Досвід управлінської діяльності на підприємствах готельного бізнесу свідчить, що при організації інформаційних процесів доводиться вирішувати сукупність взаємопов'язаних питань, зокрема: яка інформація має надходити до управлінського апарату; які структурні підрозділи й з якою періодичністю повинні подавати інформацію; які носії інформації використовувати (люди, оргтехніка); для якої групи управлінських працівників подається інформація й у якій формі. Тому підприємствам готельно-ресторанного бізнесу потрібно

правильно визначитися щодо проблеми організаційного регламентування діяльності апарату управління, класифікації інформації, її кодування й декодування, досягти високої чіткості в розподілі посадових функцій службових осіб і в разі внесення змін до прав та обов'язків працівників змінювати інформаційне їх забезпечення, а також скорочувати потоки непотрібної інформації [20, с. 31]. Важливо методично правильно вибирати показники, які б найточніше відбивали суть явищ і процесів, створювали систему взаємопов'язаних показників, за допомогою яких можна було кількісно й якісно характеризувати діяльність підприємства. Система показників повинна розроблятися таким чином, щоб вона точно відображала вимоги до виробництва і організації системи управління, відображала платоспроможність, ліквідність, конкурентоспроможність підприємств. Водночас інформаційна система не повинна передбачати надмірності даних. За спостереженнями психологів, найбільший інтерес до праці виникає тоді, коли працівникові не вистачає знань для виконання роботи й це спонукає його до творчості.

Потреба у широкому впровадженні в менеджменті сучасних інформаційних ресурсів висуває завдання щодо підвищення впорядкованості логічних відносин між показниками, забезпечення однозначного їх вираження, упорядкованості мовних термінів економічної інформації тощо. У діяльності підприємств готельного бізнесу слід запроваджувати такі форми документів, які пристосовані для обробки їх за допомогою сучасних засобів обчислювальної техніки, забезпечують відповідні класифікацію й впорядкування, раціоналізують технологічний процес формування документів на основі аналізу схем руху їх потоків.

Аналіз потоків інформації надає можливість визначити особливості діючої системи менеджменту, методи й стиль роботи управлінського апарату, виявити недоліки в організації управління, визначити загальний обсяг інформації, яку слід зібрати й опрацювати для забезпечення нею керівників.

Інформацію класифікують за різними ознаками.

Таблиця 1.2

Класифікація інформації

<p>За повнотою охоплення явища [26, с. 254]:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - повна — всебічно та повною мірою розкриває сутність явища; - часткова — відображає лише певний аспект явища, не даючи його цілісної характеристики; - надлишкова — містить дані, що є зайвими і не потрібними для використання у конкретній ситуації.
<p>За періодом дії:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - разова — використовується лише один раз у специфічній ситуації; - періодична — застосовується та формується систематично, залежно від потреб; - довгострокова — використовується протягом тривалого терміну.
<p>За змістом:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - планово-економічна — містить дані про заплановані обсяги виробництва, реалізації, ціни тощо; - фінансова — відображає рух грошових коштів на підприємстві, залучення інвестицій, структуру витрат; - облікова — містить дані податкового та управлінського обліку щодо діяльності організації; - бухгалтерська — охоплює дані, що використовуються при здійсненні бухгалтерського обліку; - технологічна — розкриває зміст технології здійснення основних та супроводжувальних виробничо-господарських операцій; - довідкова — містить загальнодоступні дані, використання яких полегшує здійснення всіх видів діяльності; - адміністративна — відображає дані про права, обов'язки, відповідальність, правила та процедури в організації.
<p>За рівнем достовірності:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - достовірна — об'єктивно і правдиво характеризує певне явище; - недостовірна — має сумнівне походження, суб'єктивне забарвлення та потребує перевірки.

Аналіз потоків інформації надає змоги для створення інформаційних моделей, які відбивають технологію підготовки й маршруту документів, алгоритм формування показників, а також взаємозв'язок між структурними підрозділами й особами, які беруть участь в обробці та використанні інформації. Інформаційні моделі можуть мати форму описів, схем, графіків, таблиць, матриць.

Потоки інформації на підприємствах готельного бізнесу вивчаються за допомогою аналізу документів, анкетного або усного опитування, спеціальних експертних обстежень і оцінок, фотографії (самофотографії) робочого дня управлінських працівників тощо. Залежно від мети і об'єкту застосовуються різні методи в певній комбінації. В процесі аналізу інформації визначається кількість застосовуваних форм первинних і зведених документів, які створюються у системі управління за місяць, кількість показників кожної форми і перерахунку на місячний потік інформації; кількість цифрових і буквених знаків у документі кожної форми тощо. Результати кількісної і якісної оцінки кожного документа заносять до спеціальних карток або бланків. Найчастіше до картки записують: назву кожного обліково-планового показника, місце його створення й використання, призначення й термін подання; кількість знаків (символів), за допомогою яких записують інформацію, кількість дій (арифметичних і логічних); спосіб запису (друкування, ручний запис), частоту (повторюваність) збирання й надання інформації, трудомісткість заповнення [9, с. 219]. Матеріали карток обстеження, що складаються на один документ, заносять до відомості «Зведена характеристика документів». До матеріалів обстеження додаються копії всіх документів і рекомендації щодо усунення їх дублювання, раціоналізації маршрутів руху документів.

Недокументовану інформацію можна аналізувати за допомогою усного опитування, анкетного обстеження, а також фотографії (самофотографії) робочого дня управлінських працівників. У процесі усного опитування або

анкетування визначають перелік інформації, що надходить до обстежуваного працівника, й вихідної від нього із зазначенням адресатів і періодичності.

Зміст потоків інформації незалежно від її виникнення характеризується індексацією, видом носія, обсягом потоку, щільністю потоку, інформаційною ємністю повідомлень і операцій, ступенем використання інформації, періодичністю її виникнення й швидкістю руху.

У практиці підприємств готельно-ресторанного бізнесу застосовують різні форми індексації інформації: цифрову — цифровий запис у документах, цифрове зображення на лічильниках, табло тощо; алфавітну — словесний запис у документі, підписи на лічильниках, табло тощо; символічну — умовне зображення на кресленнях, схемах, плакатах тощо. Економічна інформація найчастіше представляється у формі алфавітно-цифрових сигналів. Для того, щоб підвищити аналітичні властивості інформації й привести її у форму, зручну для обрання рішень, широко використовуються різні таблиці, схеми, графіки тощо. Завданням дослідження інформаційних ресурсів на підприємствах є визначення ступеню повноти використання інформації й розробка заходів щодо скорочення кількості даних, які надходять до апарату управління.

У процесі вивчення використання інформаційних ресурсів важливо визначити кількість операцій і витрат праці (у робочому часі), закріплених за підсистемами (техніко-економічні, планування, бухгалтерський облік, фінансова робота, статистичний облік тощо). Ці дані використовуються для вдосконалення структури управління, встановлення нормативів праці й для контролю за діяльністю управлінського персоналу.

Недоліки в організації використання потоків інформаційних ресурсів на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу найчастіше пов'язані з невдалим або не досить чітким розподілом функціональних обов'язків між працівниками апарату управління, надмірним контролем, з надходженням інформації до тих працівників, яким вона не потрібна тощо.

Тому доцільно використання сучасних інформаційних технологій і систем в управлінні закладом готельного господарства.

Готельний сервіс - це провідна сфера обслуговування. Сучасний ринок готельних послуг характеризується сильною конкуренцією, великою кількістю основних та додаткових послуг та підвищеним рівнем обслуговування. З точки зору організації та управління готельними комплексами, вони є складними системами, що складаються з різних взаємопов'язаних сервісів. До основних видів послуг належать:

- Обслуговування приміщень;
- Адміністративні послуги;
- Комерційне обслуговування;
- Харчування;
- Технічна служба підтримки.

Управління номером контролює найважливіші бізнес-процеси щодо прийому та обслуговування гостей та суттєво визначає якість пропонованих послуг. З цієї точки зору, ця послуга є одним з головних об'єктів, в основному підлягає автоматизації. Цей підрозділ включає персонал фронт-офісу, сервісний персонал, обслуговування клієнтів, включаючи дорожників, кур'єрів, експедиторів, автомобілістів, охорону тощо.

- Основні характеристики послуги бронювання номерів;
- Прийом, реєстрація та розміщення гостей;
- Отримання платежів за надані послуги та підготовка необхідних документів при виїзді гостей;
- Надання різноманітних особистих послуг для гостей;
- Підтримка гігієнічного та гігієнічного стану приміщень.

Служба управління здійснює основні бізнес-процеси, пов'язані з управлінням усього готельного комплексу, координує діяльність усіх готельних сервісів, вирішує фінансові та кадрові проблеми, контролює функції тощо. Зазвичай до цієї послуги входять менеджер готелю та топ-менеджери. Бухгалтерський облік, фінансові послуги, кадрові ресурси тощо.

З точки зору інформаційних процесів ця послуга є ядром інформаційних послуг готелів. Персонал цього підрозділу зазвичай має найширший доступ до всієї інформації, яка працює в системі управління готелем.

Комерційна служба, як правило, представлена відділами маркетингу та реклами, які виконують завдання, пов'язані з маркетинговими дослідженнями, конкурентами, виявляють потреби постійних та потенційних гостей, розробляють та впроваджують рекламні кампанії, зв'язки з громадськістю тощо. Основна мета послуги - просування існуючого готельного продукту та розробка пропозицій щодо створення нових видів послуг, які, ймовірно, затребувані на ринку. З боку інформації основний інформаційний блок, необхідний для виконання операції, надається службою прийому та розміщення. На основі цих даних проводиться маркетингове дослідження.

Послуги громадського харчування включають ресторани, бари, заклади швидкого харчування, кафе, фуршети тощо. Ця послуга надає одну з найважливіших послуг з приготування та продажу продуктів харчування, що входять до інтегрованого готельного продукту. У структурі готельного бізнесу це одна з найважливіших послуг, яка обслуговує гостей безпосередньо. Послуги громадського харчування відносно незалежні, але прив'язані до прийому та проживання, оскільки планування та прогнозування продажу безпосередньо залежить від кількості гостей.

Інженерно-технічні послуги стосуються обслуговування систем опалення та водопостачання, кондиціонерів, електроприладів, телекомунікаційних систем та телевізійних програм тощо. Що стосується управління цією підсистемою, то основну увагу слід приділяти автоматизації управління процесом. Неофіційно ця послуга повинна бути підключена до служби управління кімнатами, яка зазвичай надає інформацію щодо технічних питань щодо кількості кімнат.

Служби підтримки надають додаткові платні послуги. Це можуть бути перукарні, сауни, солярії, спортзали, басейни тощо.

Готельним комплексом можна керувати лише за допомогою сучасних комп'ютерних технологій з максимальною ефективністю та відповідно до вимог сучасного світу. Для російських готелів дуже важливою є тема складної автоматизації бронювання, реєстрації та реєстрації та взаємодії з гостями, агентами та туроператорами. Автоматизація управління готельними комплексами була впроваджена кілька десятиліть тому в епоху перших автоматизованих систем управління підприємством. У той час були розроблені конкретні інформаційні системи для конкретного готелю. Цей підхід зараз практикується, але не є перспективним, оскільки будувати власні системи економічно не вигідно.

Наразі розроблено численні системи управління для готелів удома та за кордоном, під якими можна вибрати найбільш підходящу. При необхідності ви можете внести будь-які подальші вдосконалення, враховуючи специфіку кожного готелю.

Багато програмних продуктів на ринку готельних бізнес-систем автоматизації зарекомендували себе на практиці та постійно оновлюються розробниками програмного забезпечення для задоволення потреб клієнтів. Багато програмних продуктів налаштовані під потреби конкретного готелю на момент встановлення. Крім того, компанії-розробники зазвичай підтримують свої програмні продукти та навчання користувачів на своїх робочих станціях у реальній роботі системи. Все це сприяє широкому визнанню стандартних програмних продуктів в індустрії гостинності.

Серед міжнародних готельних інформаційних систем найбільш відомим є комплекс найбільшої у світі компанії Micros-Fidelio, яка вже більше 20 років спеціалізується на створенні систем управління готелями та ресторанами. Fidelio Front Office (FFO) встановлений у компаніях більш ніж 100 головних мереж готелів (Hilton, Marriott, Sheraton, Hyatt та ін.) Та Lodging Touch. На сьогоднішній день було розроблено ряд розробок вітчизняних компаній, які автоматизують та успішно керують управлінням

готельних комплексів. До них відносяться Едельвейс, Реконлайн, Барсум (Рек-Софт), Готель-2000 (Інтур-Софт), Кей-Готель (Кей-Компанія) та інші.

Найбільші системи комп'ютерного бронювання на міжнародному туристичному ринку - це системи Amadeus, Galileo, Saber та Worldspan.

Разом ці системи складають близько 500 000 терміналів, встановлених у готелях по всьому світу, що становить 90% ринку, не випадково названих "Золотою четвіркою". 10% займають регіональні системи бронювання та системи, поєднані з однією з вищезгаданих систем.

1.3. Методи оцінювання ефективності застосування інформаційних систем управління суб'єкту готельного бізнеса

Готельне господарство являє собою торгівлю послугами. Причому, по-перше, - це комплексна і різноманітна послуга, як з погляду виробника, так і споживача. По-друге, - це невидима і мінлива. І, нарешті, у третіх, - це інформаційно-насичена послуга. Саме ці характеристики готельного господарства представляють його як галузь придатну для застосування інформаційних технологій [12, с. 180].

Інформація відіграє важливу роль у процесі з'єднання постачальників послуг готельного господарства у єдину систему. Саме інформація є тією сполучним ланкою, що погоджує в єдине ціле різних постачальників у рамках єдиної галузі готельного господарства. Причому, найважливішою особливістю готельного господарства є те, що взаємозв'язок між виробниками і постачальниками здійснюється не товаром, а потоками інформації. Єдиним путівником до наявності і якості продукту є інформація. Отже, забезпечення достовірною інформацією і швидкість її поширення є настільки ж важливим для виживання галузі готельного господарства, як і фактичне надання споживачам її послуг.

Основне питання, що вирішують керівники підприємств готельного господарства, – це питання управління і контролю. Без створення механізмів, що дозволяють зробити бізнес керованим, сьогодні не може розвиватися жодна фірма. Завдяки автоматизації керівник повинен мати можливість у будь-який момент часу швидко одержувати дані як про роботу підприємства готельного господарства в цілому, так і про роботу кожного окремого співробітника.

На сьогоднішній день підприємства готельного господарства все більше і більше піддається повній автоматизації і комп'ютеризації.

Перше, що хотілося б відзначити, це те, що комп'ютеризація поступово змінює весь процес роботи підприємств індустрії гостинності, і за допомогою

комп'ютерів поступово вирішуються все більш важливі задачі. Це процес неминучий. Друге - комп'ютеризація процес дорогий і потребує додаткових вкладень. Третє - комп'ютеризація служить для спрощення праці. Комп'ютеризація в різних країнах, на різних підприємствах відбувається по-різному. Багато чого залежить від економічного становища країни, стану готельного господарства, розуміння проблеми з боку адміністрації підприємства, фінансового положення підприємства, наявності кваліфікованих кадрів.

Уперше поняття "Комп'ютерна Система Бронювання" (КСБ) з'явилося в Європі і США в 60-х роках. В ті роки цивільна авіація знаходилася на етапі активного розвитку. "Телефонна" технологія бронювання місць туристичними агентами і "паперова" технологія управління заповнюваністю рейсів авіакомпаніями перестали справлятися з обслуговуванням зростаючого пасажиропотоку, що і привело до необхідності автоматизації подібного роду діяльності [5, с. 17].

Перші КСБ були створені окремими авіакомпаніями і призначалися винятково для обслуговування потреб власних туристичних агентів. Через деякий час такий підхід привів до того, що, з одного боку, в активно працюючих турагентствах було встановлено кілька терміналів КСБ, що належать різним авіакомпаніям, а, з іншого боку, авіакомпаніям приходилося витратити все більше і більше коштів на технологічний розвиток КСБ. Логічним вирішенням у цій ситуації стало об'єднання зусиль авіакомпаній у розробці і просуванні КСБ на ринку. Результатом цієї інтеграції з'явилося виникнення чотирьох так званих глобальних систем резервування (Global Distribution System - GDS). На дійсний момент до глобального відносять чотири основні системи бронювання: Amadeus, Galileo, Sabre і Worldspan. Разом ці системи нараховують приблизно 500 тисяч терміналів, встановлених у тур агентствах по усьому світі.

Відповідно до використовуваного в КСБ термінології компанія - постачальник туристичних послуг іменується "провайдером". Представлення

готелю в будь-якій GDS обов'язково повинно містити в собі наступні позиції: загальний опис, опис номерного фонду, опис тарифів, ціни, інформацію про наявність місць.

Існує кілька варіантів задання інформації про наявність місць. На кожну конкретну дату при продажі номерів визначеного типу по визначеному тарифу може бути оголошений: вільний продаж (Free Sale), обмежена вільний продаж (Allocation), продаж по запиту (On Request) чи зупинка продажу (Stop Sale). При вільному продажі провайдеру надане право самостійне повертати турагенту підтвердження бронювання, не запитуючи готель. Обмежений вільний продаж передбачає вільний продаж у межах заздалегідь визначеної кількості номерів у день (наприклад, не більш трьох стандартних двомісних номерів). При роботі з запиту готель зобов'язаний протягом 24 годин підтвердити чи відкинути запит клієнта. Зупинка продажу застосовується, коли готель переповнений чи очікується проведення якогось великого заходу. З погляду кінцевого клієнта, якому необхідно забронювати місце в готелі, ситуація вільного продажу чи обмеженого вільного продажу є найбільш кращою, тому що він може одержати відповідь на свій запит негайно, а при продажі по запиту він буде змушений чекати відповідь готелю протягом доби. Практика продажів через КСБ показує, що найкращих результатів можна домогтися при вільному продажі чи обмеженому вільному продажі номерів. Це можна застосовувати для будь-яких готелів, за винятком, невеликих приватних готелів, що мають по 10-15 номерів. Виключення також складають номери визначеного типу (президентські апартаменти й ін.). Визначаючи стратегію продажу по кожному конкретному типу номера на відповідний період, необхідно відповісти на одне питання: "Скільки номерів цього типу в цей період будуть гарантовано вільні?". Якщо гарантувати наявність номера неможливо, то повинен бути обраний продаж по запиту, а у всіх інших випадках - обмежений вільний продаж. Крім стратегії виділення місць на оперативність роботи турагента вирішальне вплив робить так званий "тип доступу". Тип

доступу - це поняття, що характеризує якість технічної взаємодії між провайдером і GDS. Виділяють два основних типи доступу: "Тип В" і "Тип А". При доступі типу "В" провайдер обробляє замовлення, що надходять з GDS, в режимі off-line, тобто з затримкою в часі. Граничний час, за який провайдер повинен обробити запит, що надійшов, і відправити відповідь на поштову скриньку агента, складає 24 години. Доступ типу "А" позбавлений цих недоліків. Відповідь на запит повертається в режимі on-line протягом 7 секунд. При здійсненні бронювання тур агент завжди бачить, у якій стратегії представлені місця в готелі і який тип доступу надає провайдер. Перевага завжди віддається тим готелям, що підключені по типу "А" і продаються вільним (обмежено вільним) чином.

Описані вище комп'ютерні системи бронювання є основними на сьогоднішній день, але ситуація на цьому ринку змінюється щодня. КСБ постійно удосконалюються, усе робиться для того, щоб полегшити роботу з цими системами, а також прискорити роботу в них [16, с. 154].

При бронюванні готелю в будь-якій системі відвідувачу надається опис готелю (загальний опис, опис номерів і додаткових послуг) і тарифи на послуги. Наступним етапом є форма бронювання номера готелю, що сподобалося.

За цими критеріями і потрібно визначати ефективність інформаційної системи в готелі.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЕМ «БРАТИСЛАВА», М. КИЇВ.

2.1. Загальна характеристика діяльності готелю «Братислава», м. Київ.

Готель «Братислава» знаходиться за адресою м. Київ, вул. Малишка, 1. В готелі пропонується 336 номерів, включаючи 62 одно- і двомісні номери підвищеної комфортності, і 10 - класу "Люкс". На даний час готель може задовольнити запити всіх шарів населення, пропонуючи проживання вартістю від 25 до 150 у.о. у добу в залежності від комфортності номера. У холі готелю працюють: пункт обміну валют, кіоск із продажу газет і журналів, бар-експрес, перукарня, камера схову, банкомат, косметичний салон. У затишних залах ресторану "Братислава" - клас "вищий" пропонується широкий вибір блюд національної і європейської кухні. Завжди в асортименті різноманітні напої і десерти, свіжий хліб і фірмове пиво власного виробництва. За бажанням в готелі можна організувати банкет, прийом, святкову вечерю, фуршет, обслуговування і доставку блюд у номери готелю. Можливості конференц-залів дозволяють одночасно взяти участь у проведенні ділових переговорів чи семінарів 280 слухачам. Зали на 120, 80, 60 і 20 місць забезпечені необхідною апаратурою. До послуг гостей, що віддали перевагу подорожам на власному авто, передбачена автостоянка з охороною. Безпечне перебування гостей цілодобово гарантує професійна фірма охорони.

У кожній кімнаті є ванна, мінібар, кабельне TV, що транслює міжнародні канали, прямий вихід на міжнародний телефонний зв'язок. У люксах додатково знаходиться гладильний прес, фен і косметичне дзеркало.

Для автотранспорту є платні автостоянки. В готелі пропонується комплекс додаткових послуг. Бажаючим ближче познайомитися з Києвом -

індивідуальні і групові екскурсії; організація відвідування будь-якого культурного заходу. Для кожного з гостей готелю - підхід індивідуальний, кожного вислухають і допоможуть. Для зручності проживаючих форма оплати за бажанням - готівкова, безготівкова, кредитні картки. В готелі також надаються нотаріальні послуги.

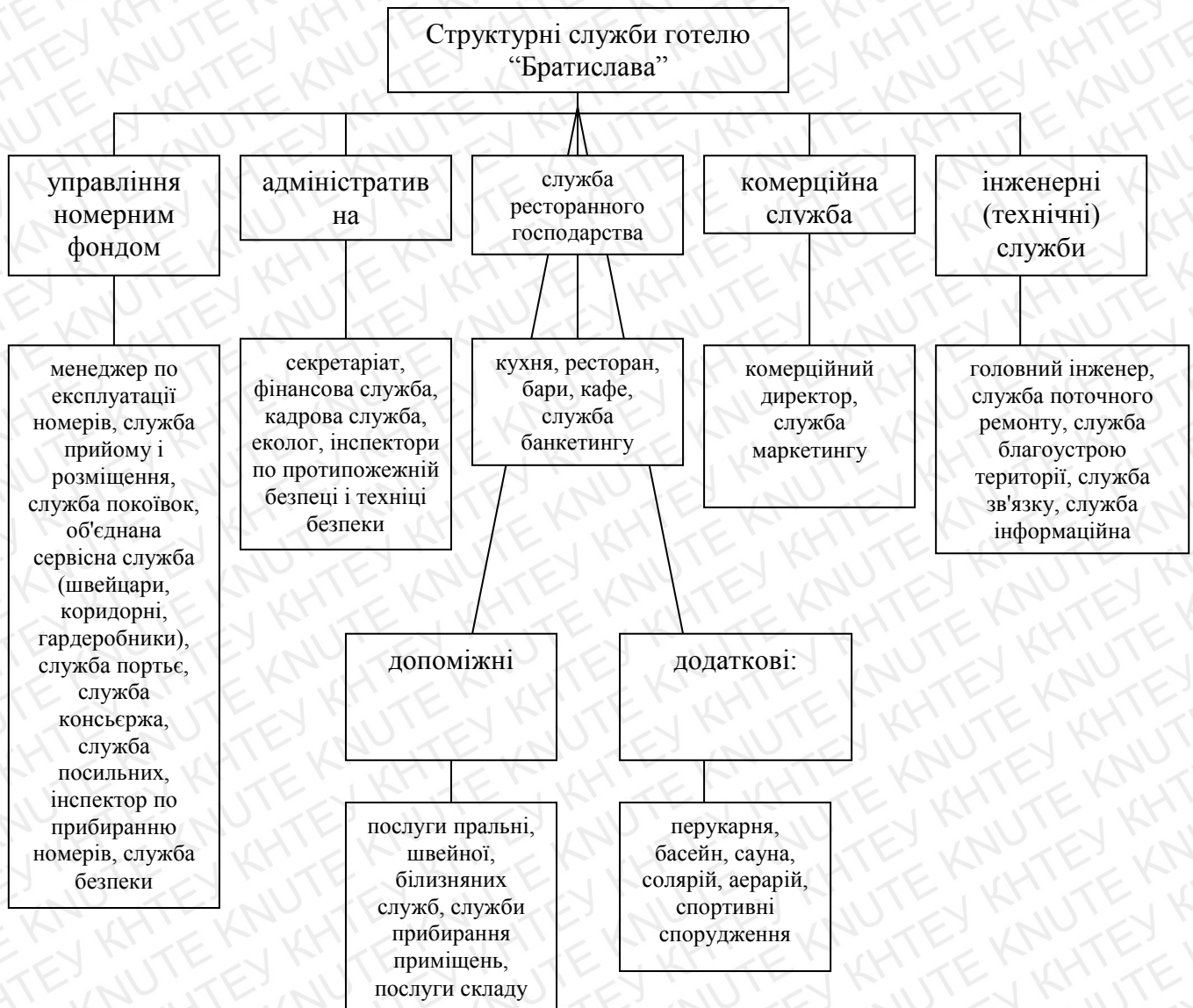


Рис. 2.1. Структура готелю "Братислава"

До складу готелю "Братислава" входять такі структурні служби:

- служба управління номерним фондом;
- адміністративна служба;
- служба ресторанного господарства;

- комерційна служба;
- інженерні (технічні) служби;
- допоміжні і додаткові служби.

Оскільки останнім часом пошук та бронювання житла відбувається з використанням Інтернет-оголошень, пошукових систем, а також сайтів відповідної тематики, то цілком очевидно, що добре розвинутий сайт буде для готелю «Братислава» гарною підмогою для зацікавлення нових гостей.

У готелі «Братислава» також є свій сайт-візитка <https://www.bratislava.com.ua>. На головній сторінці сайту представлені такі основні розділи як (рис 2.1):

- Про готель;
- Номери та ціни;
- Конференц-сервіс;
- Ресторани та бари;
- Послуги в готелі;
- Контакти;

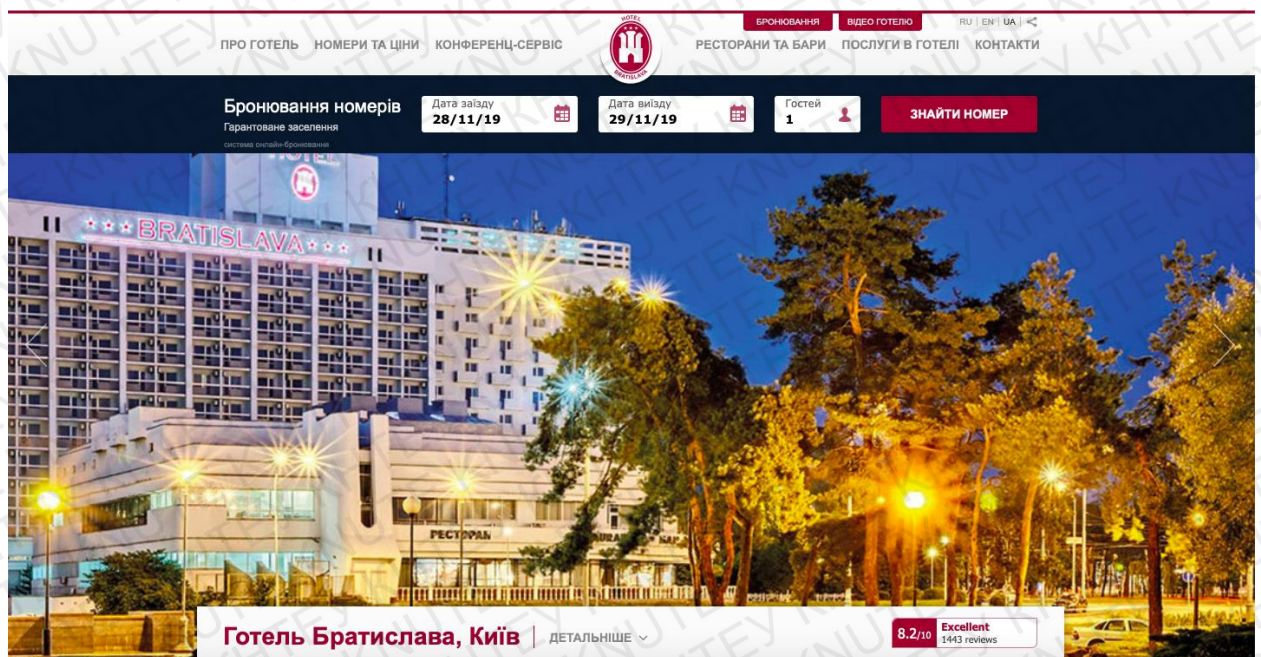


Рис. 2.1. Головна сторінка сайту готеля “Братислава”

2.2. Діагностика та оцінка рівня застосування інформаційних систем управління готелем «Братислава», м. Київ.

Інформаційна інфраструктура готелю “Братислава” включає:

- а) внутрішню інформацію про послуги готелю;
- б) вихідну (рекламну) інформацію;
- в) вхідну інформацію;
- г) вихідну інформацію.

Внутрішня інформація в готелі “Братислава” містить наступні засоби:

1. Інформаційні схеми в готелі “Братислава” застосовуються, як правило, двох видів: загальна інформаційна схема розміщення окремих структурних підрозділів готелю по поверхах і інформаційні схеми розташування мікрокомплексів, відділів і секцій у межах конкретного поверху.

2. Показчики є одним з масових видів засобів інформації. По своєму функціональному призначенню показчики поділяються на наступні групи: показчики структурних підрозділів готелю; показчики окремих груп і підгруп послуг і т.п. Величина показників визначається групою, до якої вони відносяться, розміром площі і висотою приміщення. Показчики напрямків руху і видів послуг виготовляють у виді сполучення написів і символів (при цьому висота символів повинна бути в 4-6 разів більше висоти букв). Символи, виконані у виді малюнків, підрозділяють за кольором, розміром і формою в розрізі їхніх груп.

3. Плакатна інформація є одним з мобільних і недорогих засобів внутрішньої інформації в готелі “Братислава”. Вона спрямована на інформування туристів про правила надання різних груп послуг, умови ефективного використання окремих послуг і т.п. Плакатна інформація створюється звичайно у формі текстових оголошень і як правило,

концентрується в спеціальних місцях на шляхах найбільш інтенсивних потоків. Зміст окремих плакатних оголошень швидко сприймається туристами за умови стислості тексту, простоті форм, відповідності розмірів букв і довжини рядків, сполучення кольору букв.

5. Маркірування приміщень є найбільш індивідуалізованим засобом інформації. Вимоги до маркірування диференціюються в залежності від групи приміщень. (Табл. 2.1)

У залежності від використовуваних готелем “Братислава” рекламних засобів поширення інформації розрізняють:

Рекламні звертання в пресі. Переваги: гнучкість, своєчасність, гарне охоплення місцевого ринку, широке визнання і прийняття. Недоліки: короткочасність існування.

Рекламно-комерційну літературу (довідники, каталоги, буклети). Переваги: висока географічна і демографічна вибірковість, вірогідність і престижність, висока якість відтворення, тривалість існування, значне число “вторинних” читачів. Недоліки: наявність марного тиражу.

Телерекламу. Переваги: сполучення зображення, звуку і руху, почуттєвий вплив, високий ступінь залучення уваги, широта охоплення. Недоліки: висока абсолютна вартість, перевантаженість рекламою, скороминущість рекламного контакту.

Радіорекламу. Переваги: масовість використання, висока географічна і демографічна вибірковість, відносно низька вартість. Недоліки: представлення тільки звуковими засобами, ступінь залучення уваги нижче, ніж у телебачення, скороминущість рекламного контакту.

Зовнішні експозиції (щити, плакати, вивіски). Переваги: гнучкість, висока частота повторних контактів, відносно невисока вартість. Недоліки: відсутність вибірковості аудиторії, обмеження творчого характеру.

Рекламу на транспортних засобах і транспортних спорудженнях. Переваги: гнучкість, висока частота повторних контактів, відносно невисока

вартість. Недоліки: відсутність вибіркової аудиторії, обмеження творчого характеру.

Пряму поштову рекламу (direct mail). Переваги: вибірковість аудиторії, відсутність реклами конкурентів у відправленні, особистісний характер. Недоліки: відносно висока вартість.

Внутрішня реклама допомагає активізувати процес надання послуг, раціонально направляти потоки туристів, скорочувати витрати часу відвідувачів на пошук і придбання необхідних їм послуг.

Розглянемо витрати на рекламу готелю “Братислава” в різних засобах інформації:

Таблиця 2.2

Структура витрат на рекламну діяльність готелю “Братислава”, тис. грн.

Показник	Роки			Відхилення			
	2016	2017	2018	2017 рік/2016 рік		2018 рік/2017 рік	
				абсолютне	відносне	абсолютне	відносне
Рекламні звернення в пресі	1,3	1,4	5,4	0,1	7,69	4	285,7
Рекламно-комерційна література	0,4	0,45	4,1	0,05	12,50	3,65	811,1
Телереклама	0,2	0,3	3,1	0,1	50,00	2,8	933,3
Радіореклама	3,5	4,8	10,4	1,3	37,14	5,6	116,7
Зовнішні експозиції (щити, плакати, вивіски)	9,1	9,99	14,31	0,89	9,78	4,32	43,2
Рекламу на транспортних засобах і транспортних спорудженнях	12,5	14,5	38,7	2	16,00	24,2	166,9
Внутрішня реклама	47,5	49,7	84,1	2,2	4,63	34,4	69,2
Витрати на рекламну діяльність.	74,5	81,14	160,11	6,64	8,91	78,97	97,33

Як видно з табл. 2.2 найбільші витрати на рекламу готелю “Братислава” здійснюються на використання внутрішньої реклами в готелі.

В 2018 році порівняно з 2016-2017 роками було збільшено витрати на рекламу за всіма видами. При цьому було проведено рекламування готелю

“Братислава”. В 2018 році збільшилися витрати на радіо рекламу та телерекламу відповідно на 5,6 тис. грн. та 2,8 тис. грн.

В 2018 році збільшилися витрати на рекламу на транспортних засобах (тролейбуси та метро) порівняно з 2017 роком на 24,2 тис. грн..

Збільшення витрат на рекламу за всіма видами призвело до того, що в 2018 році витрати на рекламу зросли на 78,97 тис. грн. (97,33%) порівняно з 2017 роком.

Динаміку структури витрат на рекламну діяльність готелю “Братислава” зобразимо на рис. 2.2.

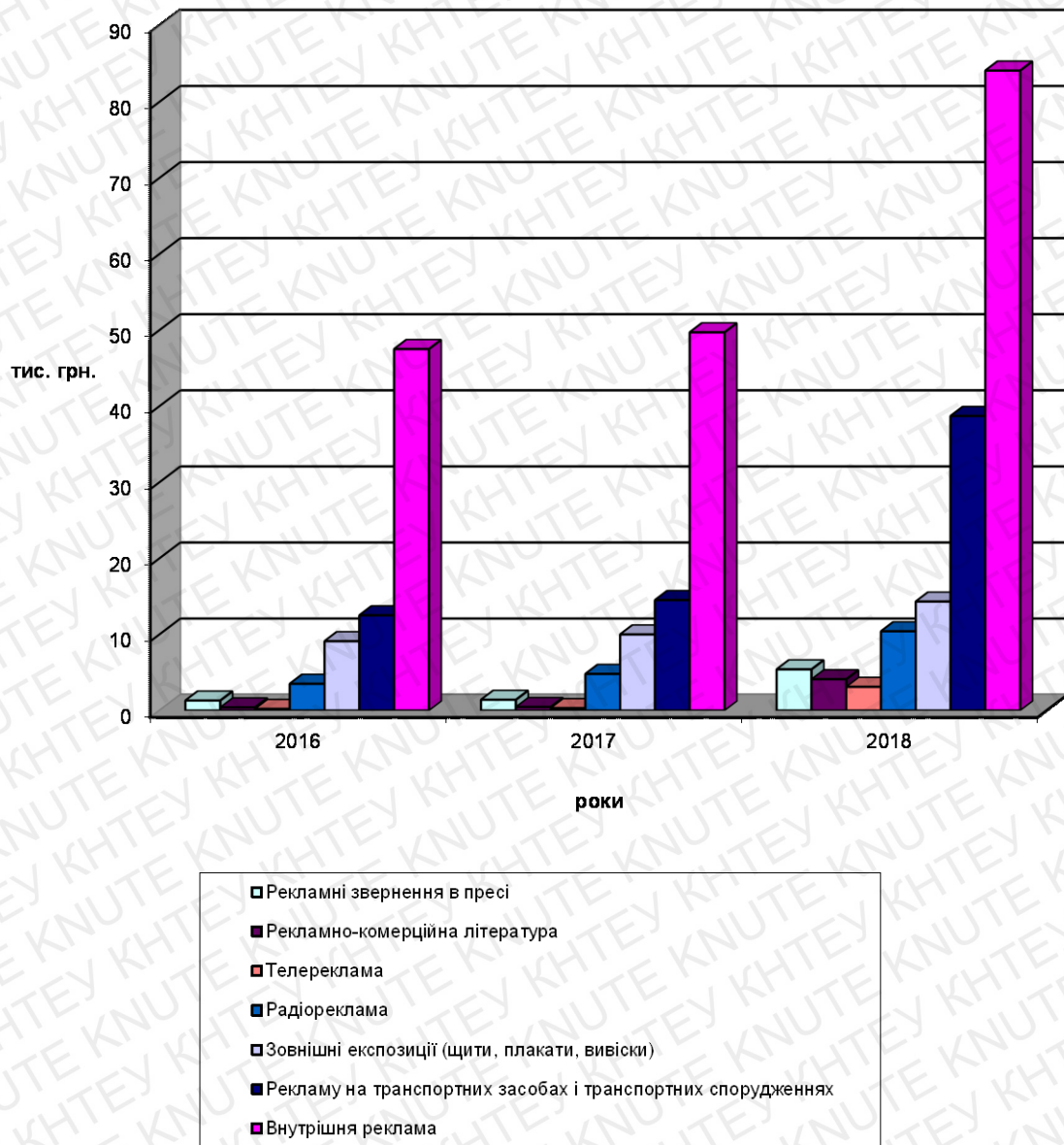


Рис. 2.2. Динаміка структури витрат на рекламну діяльність готелю “Братислава”

Визначимо зацікавлених осіб у співпраці з готелем „Братислава” та коло їх інформаційних потреб (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Вихідна інформація готелю “Братислава”

Зацікавлена особа	Інформаційні потреби	Джерела інформації	Економічні рішення
Інвестори, власники	Придбання, продаж та володіння цінними паперами Участь у капіталі підприємства Оцінка якості управління Визначення суми дивідендів	Баланс; Звіт про фінансові результати; Звіт про рух грошових коштів; Звіт про власний капітал; Примітки до звітів.	Рішення про придбання, продаж та володіння цінними паперами, проведення оцінки якості управління підприємством
Керівництво підприємства	Регулювання діяльності підприємства	Баланс; Звіт про фінансові результати; Звіт про рух грошових коштів; Звіт про власний капітал; Примітки до звітів, Дані бухгалтерського обліку	Управління, планування, контроль, аналіз діяльності підприємства
Банки, постачальники та інші кредитори	Забезпечення зобов’язань підприємства Оцінка здатності підприємства своєчасно виконувати свої зобов’язання	Баланс; Звіт про фінансові результати; Звіт про рух грошових коштів; Звіт про власний капітал; Примітки до звітів	Аналіз здатності підприємства своєчасно виконувати свої зобов’язання
Замовники, покупці	Оцінка здатності підприємства своєчасно виконувати свої зобов’язання	Баланс; Звіт про фінансові результати; Звіт про рух грошових коштів; Звіт про власний капітал; Примітки до звітів	Аналіз здатності підприємства своєчасно виконувати свої зобов’язання

Вхідною інформацією готелю “Братислава” виступають дані про клієнтів, зовнішнє середовище та первинні документи обліку.

Основна мета дослідження зовнішнього середовища полягає в розумінні нових маркетингових можливостей і загроз, тобто область купівельних потреб, задоволення яких є головна умова отримання прибутку компанією-постачальником. Щоб оцінити привабливість кожної можливості і ймовірність досягнення успіху, компанія повинна провести аналіз ринкової можливості.

Для аналізу впливу факторів зовнішнього середовища будемо використовувати PEST-аналіз, який полягає у виявленні і оцінці впливу факторів макросередовища на результати поточної і майбутньої діяльності підприємства.

PEST - це аббревіатура чотирьох англійських слів: P - Political-legal - політико-правові, E - Economic - економічні, S - Sociocultural - соціокультурні, T - Technological forces - технологічні чинники.

У таблиці 2.2 представлений PEST-аналіз готелю «Братислава».

Таблиця 2.4

PEST-аналіз факторів макросередовища готелю «Братислава»

Політика	P	Економіка	E
Зміна законодавства Державне регулювання Ринку нерухомості Податкова політика Урядова політика, зміна		Загальна характеристика Економічної ситуації (підйом, стабілізація, спад) Курс національної валюти і ставка Рефінансування Рівень інфляції Інвестиційний клімат в галузі Оподаткування на нерухомість Платоспроможний попит Сировина і комплектуючі Енергоносії	
Соціум	S	Технологія	T
Демографічні зміни Структура доходів і витрат Тенденції способу життя		Зміна і адаптація нових технологій	

Метою PEST-аналізу готелю «Братислава» є відстеження змін макросередовища по чотирьом вузловим напрямкам (політико-правовому, економічному, соціокультурному, технологічному), а також виявлення

тенденцій, подій, непідконтрольних підприємству, але що впливають на результати прийнятих стратегічних рішень.

Отже, за даними таблиці 2.4 найбільш значимі для готелю «Братислава» чинники макросередовища, що стосуються економіки (8 чинників) і політики (4 чинника). Найменш значущі чинники макросередовища, які стосуються технології (1 чинник).

Оцінка значимості факторів зовнішнього середовища в таблиці 2.5

Таблиця 2.5

Оцінка значимості факторів зовнішнього середовища готелю «Братислава»

Фактор зовнішнього середовища	Важливість фактора	Вплив на організацію	Спрямованість впливу	Ступінь важливості
1.Зміна законодавства	2	2	+1	+4
2.Державне регулювання	1	1	+1	+2
3.Податкова політика	3	3	-1	-9
4.Урядова політика, зміна	2	2	+1	+4
5.Загальна характеристика економічної ситуації	2	2	+1	+4
6.Курс національної валюти і ставка рефінансування	2	2	+1	+4
7. Рівень інфляції	2	2	+1	+4
8.Інвестиційний клімат в галузі	2	2	-1	-4
9.Ціни на енергоносії	2	2	+1	+4
10. Оподаткування на нерухомість	2	2	-1	-4
11. Платоспроможний попит	2	2	-1	-4
12. Ціни на сировину і комплектуючі	2	2	-1	-4
13. Демографічні зміни	2	2	+1	+4

14. Структура доходів і витрат	2	2	-1	-4
15. Тенденції способу життя	2	2	+1	+4
16. Зміна та адаптація нових технологій	2	2	+1	+4

Кожному фактору зовнішнього середовища дається експертна оцінка: Важливість для галузі: 3 - велика, 2 - помірна, 1 - слабка.

Вплив на підприємство: 3 - сильне, 2 - помірне, 1 - слабе, 0 - відсутність впливу.

Спрямованість впливу: +1 - позитивний, - 1 - негативний.

Отже, за даними таблиці 2.3 можна сказати, що істотний негативний вплив на готель «Братислава» надають:

- податкова політика (-9);
- інвестиційний клімат в галузі (-4);
- оподаткування нерухомості (-4);
- зростання цін на послуги (-4);
- платоспроможні попит населення (-4);
- структура доходів і витрат населення (-4).

2.3. Визначення впливу чинників на формування ефективної інформаційної системи управління готелем «Братислава», м. Київ.

До складу готелю “Братислава” входять такі структурні служби, що забезпечують гостей потрібною інформацією: служба управління номерним фондом; адміністративна служба; служба ресторанного господарства; комерційна служба; санітарна служба; інженерні (технічні) служби; допоміжні і додаткові служби.

Служба управління номерним фондом використовує інформацію, пов'язану із бронюванням номерів, прийомом туристів, що прибувають у готель, їхньою реєстрацією і розміщенням по номерах, а також відправленням додому чи до наступного пункту маршруту подорожі після закінчення терміну проживання, забезпечує обслуговування туристів у номерах, підтримує необхідний санітарно-гігієнічний стан номерів і рівень комфорту в житлових приміщеннях, займається наданням побутових послуг гостям.

Адміністративна служба забезпечує отримання інформації стосовно управління всіма службами готельного комплексу, вирішує фінансові питання, питання кадрового забезпечення, займається створенням і підтримкою необхідних умов праці для персоналу готелю, контролює дотримання встановлених норм і правил по охороні праці, техніці безпеки, протипожежної й екологічної безпеки.

Служба ресторанного господарства надає інформацію стосовно забезпечення обслуговування гостей в ресторанах, кафе або барах готелю, вирішує питання по організації й обслуговуванню банкетів, презентацій і т.д.

Комерційна служба займається питаннями оперативного і

стратегічного планування. Аналізує результати господарської і фінансової діяльності.

Інженерні (технічні) служби — створюють умови для функціонування систем кондиціонування, теплопостачання, санітарно-технічного устаткування, електротехнічних пристроїв, служб ремонту і будівництва, систем телебачення і зв'язку.

Допоміжні служби забезпечують процес роботи готельного комплексу, пропонуючи послуги пральні, швейної, білизняних служб, служби прибирання приміщень, множині служби, послуги складу й ін.

Додаткові служби надають платні послуги. У їхній склад входять перукарня, басейн, сауна, солярій, аерарій, спортивні спорудження й інші підрозділи.

Інформаційні потоки формуються з набору модулів і ядра, що забезпечує їхню інтеграцію і розмежування повноважень співробітників готелю. Такий підхід дозволяє збирати автоматизовані робочі місця з потрібною функціональністю, розширювати і замінювати функції без перекомпіляції інформаційної системи (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Основні інформаційні потоки в готелю “Братислава”

Відділ	Інформаційні потоки
1. Відділ порт'є	<ul style="list-style-type: none"> - інформація про майбутні заїзди і виїзди, наявність місць у готелі; - дані про заїзди і виїзди; - розміщення гостей і стан їх рахунків; - інформація про користування послугами, переселення з номера в номер; - резервування (індивідуальне, службове); - інформація про поточне завантаження і кількість броні на майбутні періоди; - інформація про кількість і тип номерів, що замовляються, про час прибуття і від'їзду гостей; - інформація про внесення депозитів; - інформація про надані послуги і платежі по них; - створення фоліо-рахунку клієнтів; - інформація про всі платежі і послуги; - архів рахунків; - реєстрація і паспортно-візовий контроль.
2. Відділ бронювання	<ul style="list-style-type: none"> - резервування (індивідуальне, групове, службове) за типом

	<p>кімнат, скасування резервування;</p> <ul style="list-style-type: none"> - інформація про внесення депозитів за бронь; - аналіз поточного та очікуваного завантаження; - перегляд історії клієнтів;
3. Бухгалтерія	<ul style="list-style-type: none"> - рознесення безготівкових платежів по рахунках гостей і клієнтів; - аналіз розрахунків з компаніями і турагентствами; - виставлення рахунків до оплати; - одержання звітів про фінансову діяльність готелю; - доступ до архіву рахунків.
4. Відділ господарської служби готелю	<ul style="list-style-type: none"> - управління службами сервісу готелю; - контроль стану номерного фонду; - інформація про санітарний стан номерів; - управління службою покоївок; - організація бюро знахідок; - одержання звітів про роботу сервісних служб; - ведення довідника номерів і індивідуальних особливостей кімнат, аналіз поточного стану номерів; - управління статусом номера (чистий, брудний, несправний, не продається); - інші оцінки (зміна рушників, білизни, халата, необхідний вид прибирання або ремонту тощо).
6. Відділ фінансового директора	<ul style="list-style-type: none"> - ведення довідників наданих послуг; - визначення пакетів послуг; - визначення типів, вартості та індивідуальних особливостей номерів; - визначення тарифів і можливість їхнього зв'язку з тимчасовими періодами; - визначення типів і категорій клієнтів; - одержання поточних звітів, у тому числі по: <ul style="list-style-type: none"> - оборотно-сальдовому балансу; - оборотно-сальдовому балансу по фолію; - оборотах по операціях; - книзі реєстрації фолію з розшифровкою; - оборотах по операціях з розшифровкою; - список транзакцій за будь-який період; - завантаженість номерного фонду за період; - звіт по групах (організаціях); - звіт по тарифах; - зміна розцінок на ті або інші готельні послуги; - управління пакетами послуг і їхніми тарифами; - управління довідником типів номерів; - одержання звітів усіх видів тощо
7. Каса	<ul style="list-style-type: none"> - розрахунок із клієнтами за надані послуги за проживання; - повний розрахунок за послуги, надані гостеві за весь період проживання; - розрахунок з гостями за додаткові послуги; - прийом оплати за послуги, надані готелем не лише гостям

Відділ портъє - це центральний модуль автоматизованої інформаційної системи, що акумулює дані про технічний стан номерів і їхній поточний статус, поточні розцінки на номери, поточне завантаження готелю. Також з його допомогою здійснюється резервування місць та реєстрація гостей, ведеться облік їхньої історії для визначення постійних клієнтів. Інформація з терміналів надходить до інформаційної системи, де вона обробляється. Таким чином, відділ портъє здійснює ведення особистого рахунка клієнта, у якому відображуються не лише витрати, здійснені ним у номері, але й плата за чищення одягу в хімчистці тощо. Облік телефонних дзвінків клієнтів в автоматичному режимі враховує їх вартість і виставляє її в особистому рахунку клієнтів.

Відділ бронювання і резервування. За допомогою інформаційного модулю здійснюється автоматизація резервування і реєстрації гостей (індивідуальна, групова, службова) за типом кімнати, скасування резервування.

Бухгалтерія. Даний модуль використовується для автоматизації рознесення безготівкових платежів по рахунках гостей і клієнтів, аналізу розрахунків з компаніями і турагентствами, виставлення рахунків до оплати, одержання звітів про фінансову діяльність готелю тощо.

За допомогою інформаційного модуля відділ господарської служби готелю здійснює управління службами сервісу готелю, управління службою покоївок, контроль стану номерного фонду, формуючи інформацію про стан номерів для модуля відділу портъє і резервування.

За допомогою інформаційного модуля відділ фінансового директора аналізує наступну економічну інформацію: визначення пакетів послуг; визначення типів, вартості та індивідуальних особливостей номерів; визначення тарифів і можливість їхнього пов'язання з тимчасовими періодами; визначення типів і категорій гостей.

Каса здійснює розрахунки з клієнтами за надані послуги формуючи грошові потоки (розрахунок із клієнтами за надані послуги проживання,

повний розрахунок за послуги, надані гостеві за весь період проживання; розрахунок з гостями за додаткові послуги) і направляючи їх на модуль відділу бухгалтерії.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЕМ «БРАТИСЛАВА», М. КИЇВ.

3.1 Основні напрями вдосконалення готелем «Братислава», м. Київ.

Будь-який сучасний готель є складним комплексом функціональних ланок, від злагодженості роботи якого залежить успішність існування підприємства на ринку. При зростанні об'єму продажів з одного боку і конкуренції, що посилюється, з іншого, підвищується значення оперативності в роботі персоналу. У вирішенні цієї проблеми допоможе комплексна автоматизація готелю - Автоматизована Система Управління (АСУ) готелем, або - у англійському варіанті - Property Management System (PMS). Основною функцією таких систем є інформація про зайнятість (зарезервованість) кожного конкретного номера, що дозволяє здійснювати планування продажів номерів в майбутньому, або бронювання, і поточний контроль за діяльністю засобу розміщення. Окрім іншого, АСУ дозволяють позбавитися від паперової документації і виключити або максимально зменшити можливість помилок, так званого людського чинника, додаткових незручностей, що є причиною і матеріальних витрат.

З метою удосконалення технології та організації надання інформаційних послуг в готелі «Братислава» потрібно створити інформаційний центр. Побудова і функціонування інформаційного центру готелю «Братислава» має ґрунтуватися на реалізації принципу системного підходу, що виявляється в першу чергу в інтеграції та чіткій взаємодії всіх елементів операційної системи готелю. Інформаційний центр – це складний людинно-машинний комплекс, ядром якого має бути інформаційна

комп'ютерна система, яка орієнтована на досягнення наступних цілей: відстеження стану готельного комплексу і ситуації довкола нього; оперативний аналіз; виявлення, ідентифікацію та оцінку несприятливих змін стану готелю (потенційних небезпек і загроз клієнтам тощо); підтримку прийняття оперативних і стратегічних рішень для управління готелем з повним врахуванням змінних умов і факторів його стану.

Діяльність інформаційного центру має бути спрямована на підвищення ефективності управління готелем “Братислава” і має включати наступні напрямки: сприяння управлінню складським господарством, товарно-матеріальними ресурсами, кадрами, організація і впровадження інформаційних систем у різних службах і підрозділах готелю, роботі маркетингового відділу шляхом збору та обробки важливої інформації для вироблення оперативних і стратегічних рішень, допомога бухгалтерії в проведенні моніторингу і контролю руху фоліо-рахунків клієнтів, обробка даних, інформації, формування необхідних форм звітів і передача даних. Також робота інформаційного центру має бути спрямована на комплексне управління матеріальними й інформаційними потоками в сфері інформаційної підтримки служб прийому та розміщення, ресторану, обслуговування в номерах, охорони, служби протипожежної охорони, покоївок та ін.

Також інформаційний центр має забезпечити моніторинг стану готелю (економічний, виробничий), роботу усіх відділів, що беруть участь у підготовці можливих варіантів оперативних і стратегічних рішень, у режимі 24-години.

Інформаційний центр має ввійти до структури управління готелем і підпорядкуватися технічному директору. Доцільно, щоб він складався з шести технічних співробітників, що забезпечать цілодобову підтримку та інформаційне забезпечення різних служб і відділів готелю. Щодня чотири співробітники цілодобово будуть здійснювати контроль. До їхніх обов'язків буде входити:

- обслуговування і технічна підтримка автоматизованої інформаційної системи;
- ремонт, диспетчеризація, контроль за вхідною інформацією;
- забезпечення онлайн-зв'язку, програмне забезпечення, контроль і забезпечення безпеки готелю;
- контроль за номерним фондом і фінансовими зловживаннями, попередження різноманітних загроз;
- оперативне управління персоналом готелю;
- реєстрація і управління інформаційними і матеріальними потоками готелю;
- обслуговування і супроводження серверу, електронної пошти і забезпечення зв'язку з Інтернет;
- обслуговування і підтримка в робочому стані комп'ютерної техніки, встановлення, налаштування;
- обслуговування і супроводження програмних продуктів, що купляються; підтримка і ведення бази необхідних даних;
- виявлення задач у сферах діяльності різних відділів готелю та адміністрації для подальшої їхньої автоматизації, проектування подальших шляхів розвитку інформаційної системи;
- розробка і оновлення офіційного web-сайту готелю;
- впровадження інформаційних технологій у виконавську практику, створення і поновлення баз даних;
- створення і розсилання електронною поштою дайджестів зацікавленим організаціям;
- консультативна допомога співробітникам з питань використання інформаційних технологій у їхній роботі;
- програмно-технічне обслуговування мережі;
- передання інформації, здійснення поточного спостереження, аналіз інформації і представлення результатів керівнику відділу;
- контроль витрат води, тепла, електроенергії та ін.;

- управління та обслуговування дверної автоматики.

Також, що не менш важливо, все це не має сенсу без залучення нових гостей. І найефективнішим і оптимальним рішенням буде просування в мережі інтернет за допомогою Інтернет-реклами (Google - банерна і пошукова реклама, SEO просування і YouTube) і таргетинг в соціальних мережах.

Але для того, щоб це реклама добре і ефективно спрацювала, необхідно продумати комунікаційну стратегію і визначити Цільову аудиторію на яку буде діяти дана рекламна кампанія.

Таблиця 3.1

Функції маркетингової діяльності, які реалізуються інструментарієм Інтернет-маркетингу в готелі «Братислава»

Інструменти Інтернет-маркетингу	Функції маркетингу							
	Дослідження споживачів	Дослідження конкурентів	Розробка нових товарів, послуг модифікація	Після продажне обслуговування	Гнучке ціноутворення	Розподіл товарів	Комунікація зі споживачем	Створення іміджу бренду/ компанії
Зв'язок за допомогою електронної пошти	+	+	+		+		+	+
Сайт компанії	+		+	+	+	+	+	+
Банерна реклама								
Контекстна реклама	+						+	
Таргетинг	+						+	+
Пошукова оптимізація	+						+	
Соціальний медіа маркетинг	+		+	+	+	+	+	+
Вірусний маркетинг								
Публікації на тематичних сайтах							+	+
Блогінг	+	+	+	+	+	+	+	+

Одже, функції та інструменти Інтернет-маркетингу надають змогу реалізувати велику кількість функцій маркетингу. Але значний потенціал Інтернет мережа розкриває саме для реалізації маркетингової комунікаційної діяльності готелю «Братислава».

3.2 Оцінка результатів впровадження заходів покращення інформаційної системи управління

З метою вдосконалення технології та організації надання інформаційних послуг в готелі “Братислава” потрібно застосовувати програмний комплекс OPERA Enterprise Solution - систему управління готелем.

OPERA Enterprise Solution - принципово нове, що не має аналогів на ринку рішення для готелів від світового лідера у виробництві автоматизованих систем управління - корпорації Micros-Fidelio.

OPERA Enterprise Solution - це не просто новий продукт, це нова концепція керування, унікальна по своїй ідеї і задумці. На відміну від традиційних систем для готелів, OPERA Enterprise Solution представляє собою саме повнофункціональне на сьогоднішній день рішення управління, призначене як для незалежних готелів, так і для готельних мереж; як для невеликих готелів з обмеженим набором послуг, так і для шикарних 5-зіркових готелів.

Заснована на базі СУБД Oracle, самій надійній та універсальній платформі управління даними, OPERA Enterprise Solution пропонує нову концепцію роботи і поліпшення рівня обслуговування гостей, об'єднуючи в собі такі переваги як швидкість, надійність, функціональність та одночасно простоту використання.

OPERA Enterprise Solution - це система, яка складається з модулів, що з легкістю можуть бути настроєні та доповнені в залежності від побажань

конкретного готелю.

Таблиця 3.2

Системи і модулі в OPERA Enterprise Solution

Система автоматизації служби прийому та розміщення гостей (Property Management System);
Система автоматизації відділу продажу та маркетингу (Sales and Catering);
Система управління якістю обслуговування (Quality Management System);
Система оптимізації прибутку (Revenue Management);
Система управління заходами (OPERA Activity Scheduler);
Система централізованого бронювання (OPERA Reservation System);
Модуль бронювання через Інтернет (Web-Self Service);
Централізована інформаційна система по клієнтах (Customer Information System).

Нове зручне мобільне рішення системи OPERA Enterprise Solution, OPERA-Palm, дозволить персоналові, що знаходиться практично в будь-якому куточку готелю, проводити всі необхідні операції (поселення та виписку гостей, перевірку статусу номера, управління заходами та багато чого іншого).

Новітні технології OPERA Enterprise Solution нададуть готелю “Братислава” унікальну можливість роботи як у режимі клієнт-серверного додатка, так і через Інтернет-броузер ("Тонкий Клієнт"). Використання технології "Тонкий Клієнт" дозволить значно скоротити витрати на кожному етапі життєвого циклову ІТ системи готелю, включаючи придбання, установку, підтримку і відновлення.

OPERA Enterprise Solution сумісна з усіма операційним системами, і сервер може працювати на базі Microsoft Windows NT/2000, AIX та Sun Solaris.

Система автоматизації служби прийняття та розміщення (Property

Management System - PMS). Центральною ланкою рішення OPERA Enterprise Solution є система автоматизації служби прийому та розміщення. Переваги системи управління OPERA PMS дозволять значно підвищити рівень продуктивності та рентабельності готелю “Братислава”. Система легко налаштовується з урахуванням індивідуальних вимог та побажань, дуже легка і проста у використанні, та дозволить керуючій ланці готелю завжди мати саму точну й останню інформацію як по окремому готелі або готельній мережі, так і по всіх підприємствах. При цьому управління всіма підприємствами буде здійснюватися за допомогою єдиної бази даних Oracle.

Модуль бронювання через Інтернет (Web-Self Service - WSS). Тепер гості готелю “Братислава” безпосередньо через представництво готелю в мережі Інтернет можуть забронювати номер, а також оновити свої дані і перевірити поточний членський статус. Система OPERA Enterprise Solution сумісна з такими світовими системами бронювання як Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan.

Система автоматизації відділу продажу та маркетингу (Sales and Catering - S&C). OPERA S&C - це повнофункціональна система автоматизації відділу продажу та маркетингу, цілком інтегрована із системою автоматизації служби прийому та розміщення (OPERA PMS) і системою централізованого бронювання (OPERA ORS). Завдяки єдиній базі даних у готелів більше немає необхідності в установці інтерфейсів для обміну даними між цими системами. Тепер управлінський персонал, відділ продажу та бронювання готелю “Братислава” може обмінюватися інформацією про клієнтів, рахунки, доступність номерів, діючих тарифах та здійснювати загальний контроль усієї діяльності підприємства.

Система керування якістю обслуговування (Quality Management System - QMS). Система управління якістю - це інструмент для управління та контролю кожного аспекту діяльності готелю “Братислава” з метою підвищення стандартів обслуговування в повній відповідності з усіма вимогами гостей готелю “Братислава”. Із системою OPERA QMS можна бути

цілком впевненим, що номер, у який в'їжджає гість, чистий та прибраний, що немає ніяких недоліків. Система швидкої реакції на запити гостей дозволяє управлінському персоналові перевіряти швидкість реакції співробітників відповідно до стандартів. А менеджмент автоматично оповіщається про затримки у виконанні ще до того, як надійде скарга від гостя. Робота з OPERA QMS починається з Task Navigator, звідки у Вас є доступ до всіх додатків системи. Task Navigator показує призначення завдань, статус завдань, різні нотатки та примітки, а також їхню пріоритетність. Модуль профілактичного обслуговування дозволяє скласти графік запланованих ремонтних робіт, щоб запобігти незаплановані дорогі термінові ремонти. OPERA QMS дозволяє вводити інформацію не тільки з комп'ютера на робочому місці співробітника, але й з віддаленого за допомогою OPERAPalm, пейджера, телефону з тональним набором.

Система оптимізації прибутку на базі OPUS 2 (Revenue Management). Дана система оптимізації прибутку, цілком інтегрована з OPERA ORS та PMS, дозволяє управляти доходом як окремих готелів, так і здійснювати централізоване керування декількома готелями в одній базі даних. Серед основних функцій слід зазначити складний груповий аналіз, що дозволяє здійснювати керування тарифами, а також керування прибутковістю за принципом <готель в готелі >. До того ж, у системи є інтерфейс із системою OPERA S&C для аналізу ефективності певних послуг та збільшення рентабельності.

Система керування заходами (OPERA Activity Scheduler). Тепер усі послуги та діяльність готелю "Братислава" будуть знаходитися цілком під повним контролем: будь то оздоровчі процедури, курси гри в гольф або інші заходи. Легко та швидко можна забронювати потрібні послуги, а система автоматично підбере вільний та зручний для гостя час і проконтролює "не перетинання" процедур або запропонує по запиті професіонала високого класу. Дана система дозволяє відстежити всю інформацію про клієнтів, включаючи перелік послуг, якими вони скористалися, замітки готельного

персоналу та медичні дані, і дозволяє скласти та надати кожному гостеві по приїзду свого роду "програму". А в тому випадку, якщо гість скасує свою бронь, всі інші задачі також будуть зняті.

Система централізованого бронювання OPERA (OPERA Reservation System - ORS). Система централізованого бронювання OPERA - нове покоління систем бронювання. Це єдина система контролю доступності всіх готелів, що входять у готельну мережу. OPERA ORS дозволить мати повну та єдину картину завантаження у всіх готелях, а також здійснювати бронювання відразу в декількох готелях. Причому, забронювати номер в готелі або конференц-залі зможе як співробітник відділу бронювання, що знаходиться в центральному офісі, так і менеджер по продажу, що знаходиться у відрядженні в будь-якому куточку світу. Також такі традиційні функції системи PMS як підселення, робота з депозитом, призначення номера кімнати, тепер можна здійснити в OPERA ORS, крім необхідності додаткової роботи. Сполучаючи в собі переваги централізованого бронювання з передовим функціоналом системи, ORS є наймогутнішим інструментом для менеджерів готелю "Братислава" по продажах та бронюванню, що дозволяє збільшити число броней і відповідно вийти на новий рівень прибутковості.

Централізована інформаційна система по клієнтах (Customer Information System - CIS). Централізована інформаційна система по клієнтах, цілком інтегрована із системою централізованого бронювання, збирає й обробляє дані про всі гості, тур операторів, групах і компаніях, створюючи єдину базу даних. CIS автоматично обмінюється інформацією, що утримується в профайлах, між усіма готелями і центральним сховищем даних, у такий спосіб надаючи користувачам доступ до будь-якої необхідної інформації. CIS пропонує гнучкі інструменти роботи з постійними клієнтами, а також дозволяє централізовано розрахувати тарифи, а потім застосувати них до обраних готелів.

OPERAPalm - це новий зручний мобільний пристрій системи OPERA Enterprise Solution. За допомогою OPERAPalm, що працює на кишенькових

комп'ютерах, об'єднаних у безпроводникову мережу, користувачі мають доступ до всієї інформації в базі даних у режимі реального часу. OPERAPalm дозволяє персоналові здійснювати основні операції, знаходячись практично в будь-якому куточку готелю і не будучи прив'язаними до одного робочого місця: віддалено поселяти та виписувати гостей; керувати задачами; перевіряти статус номера; керувати взаєминами з клієнтами; складати графік заходів.

Модуль "Звітів" системи OPERA Enterprise Solution, створений на основі потужної бази даних Oracle Report Writer, пропонує як більшість основних управлінських звітів, так і різноманітні нестандартні звіти, що конфігуруються згідно запиту готелю. Також звіти можна створювати будь-якими зовнішніми засобами, такими як Crystal Reports.

ВИСНОВКИ

Інформація — сукупність повідомлень, які відображають конкретний аспект явища, події, виробничо-господарської діяльності.

Необхідний для управління обсяг інформації визначається з урахуванням розміру, та спеціалізації підприємства, його організаційної структури, характеру розвитку внутрішніх зв'язків, а також зв'язків з іншими підприємствами та організаціями. При цьому враховуються також суб'єктивні фактори: освіта й компетентність керівника, його організаторські здібності, методи й стиль управління тощо. Ефективна інформаційна система передбачає одноразовість реєстрації первинної інформації, чіткість форм і стислість записів, взаємну погодженість системи показників, уніфікацію документів тощо.

Інформацію класифікують за різними ознаками. За повнотою охоплення явища:

- повна — всебічно та повною мірою розкриває сутність явища;
- часткова — відображає лише певний аспект явища, не даючи його цілісної характеристики;
- надлишкова — містить дані, що є зайвими і не потрібними для використання у конкретній ситуації.

За періодом дії:

- разова — використовується лише один раз у специфічній ситуації;
- періодична — застосовується та формується систематично, залежно від потреб;
- довгострокова — використовується протягом тривалого терміну.

За змістом:

- планово-економічна — містить дані про заплановані обсяги виробництва, реалізації, ціни тощо;

- фінансова — відображає рух грошових коштів на підприємстві, залучення інвестицій, структуру витрат;
- облікова — містить дані податкового та управлінського обліку щодо діяльності організації;
- бухгалтерська — охоплює дані, що використовуються при здійсненні бухгалтерського обліку;
- технологічна — розкриває зміст технології здійснення основних та супроводжувальних виробничо-господарських операцій;
- довідкова — містить загальнодоступні дані, використання яких полегшує здійснення всіх видів діяльності;
- адміністративна — відображає дані про права, обов'язки, відповідальність, правила та процедури в організації.

За рівнем достовірності:

- достовірна — об'єктивно і правдиво характеризує певне явище;
- недостовірна — має сумнівне походження, суб'єктивне забарвлення та потребує перевірки.

Інформація відіграє важливу роль у процесі з'єднання постачальників послуг готельного господарства у єдину систему. Саме інформація є тією сполучною ланкою, що погоджує в єдине ціле різних постачальників у рамках єдиної галузі готельного господарства. Причому, найважливішою особливістю готельного господарства є те, що взаємозв'язок між виробниками і постачальниками здійснюється не товаром, а потоками інформації. Єдиним путівником до наявності і якості продукту є інформація. Отже, забезпечення достовірною інформацією і швидкість її поширення є настільки ж важливим для виживання галузі готельного господарства, як і фактичне надання споживачам її послуг.

Готель «Братислава» знаходиться за адресою м. Київ, вул. Малишка, 1. В готелі пропонується 336 номерів, включаючи 62 одно- і двомісні номери підвищеної комфортності, і 10 - класу "Люкс". Інформаційна інфраструктура

готелю “Братислава” включає: внутрішню інформацію про послуги готелю; вихідну (рекламну) інформацію; вхідну інформацію; вихідну інформацію.

Внутрішня інформація в готелі “Братислава” містить наступні засоби: інформаційні схеми, плакатна інформація; маркірування приміщень.

У залежності від використовуваних готелем “Братислава” рекламних засобів поширення інформації розрізняють: рекламні звертання в пресі, рекламно-комерційну літературу (довідники, каталоги, буклети), телерекламу, радіорекламу, зовнішні експозиції (щити, плакати, вивіски), рекламу на транспортних засобах і транспортних спорудженнях, внутрішню рекламу.

В 2018 році порівняно з 2016-2017 роками було збільшено витрати на рекламу за всіма видами. При цьому було проведено рекламування готелю “Братислава”. В 2018 році збільшилися витрати на радіо рекламу та телерекламу відповідно на 5,6 тис. грн. та 2,8 тис. грн. В 2018 році збільшилися витрати на рекламу на транспортних засобах (тролейбуси та метро) порівняно з 2017 роком на 24,2 тис. грн.. Збільшення витрат на рекламу за всіма видами призвело до того, що в 2018 році витрати на рекламу зросли на 78,97 тис. грн. (97,33%) порівняно з 2017 роком.

Вхідною інформацією готелю “Братислава” виступають дані про клієнтів, зовнішнє середовище та первинні документи обліку.

До складу готелю “Братислава” входять такі структурні служби, що забезпечують гостей потрібною інформацією: служба управління номерним фондом; адміністративна служба; служба ресторанного господарства; комерційна служба; санітарна служба; інженерні (технічні) служби; допоміжні і додаткові служби.

Інформаційні потоки формуються з набору модулів і ядра, що забезпечує їхню інтеграцію і розмежування повноважень співробітників готелю. Такий підхід дозволяє збирати автоматизовані робочі місця з потрібною функціональністю, розширювати і замінювати функції без перекомпіляції інформаційної системи.

З метою удосконалення технології та організації надання інформаційних послуг в готелі “Братислава” потрібно створити інформаційний центр. Побудова і функціонування інформаційного центру готелю “Братислава” має ґрунтуватися на реалізації принципу системного підходу, що виявляється в першу чергу в інтеграції та чіткій взаємодії всіх елементів операційної системи готелю. Діяльність інформаційного центру має бути спрямована на підвищення ефективності управління готелем “Братислава” і має включати наступні напрямки: сприяння управлінню складським господарством, товарно-матеріальними ресурсами, кадрами, організація і впровадження інформаційних систем у різних службах і підрозділах готелю, роботі маркетингового відділу шляхом збору та обробки важливої інформації для вироблення оперативних і стратегічних рішень, допомога бухгалтерії в проведенні моніторингу і контролю руху фоліо-рахунків клієнтів, обробка даних, інформації, формування необхідних форм звітів і передача даних.

З метою вдосконалення технології та організації надання інформаційних послуг в готелі “Братислава” потрібно застосовувати програмний комплекс OPERA Enterprise Solution - систему управління готелем. OPERA Enterprise Solution - принципово нове, що не має аналогів на ринку рішення для готелів від світового лідера у виробництві автоматизованих систем управління - корпорації Micros-Fidelio. OPERA Enterprise Solution - це не просто новий продукт, це нова концепція керування, унікальна по своїй ідеї і задумці. На відміну від традиційних систем для готелів, OPERA Enterprise Solution представляє собою саме повнофункціональне на сьогоднішній день рішення управління, призначене як для незалежних готелів, так і для готельних мереж; як для невеликих готелів з обмеженим набором послуг, так і для шикарних 5-зіркових готелів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. – Киев: ВИРА-Р, "Альтерпрес", 2001. – 208 с.
2. Ветитнев А.М. Маркетинг санаторно-курортных услуг. – М.: изд-во «Медицина», 2001. – 224 с.
3. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. – М.: Феникс, 2003. – 348 с.
4. Волков Ю.Ф. Интерьер и оборудование гостиниц и ресторанов. – М.: Феникс, 2003. - 352 с.
5. Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания. М.: Феникс, 2003. – 384 с.
6. Волков Ю.Ф. Экономика гостиничного бизнеса. – М.: Феникс, 2003. - 384 с.
7. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг. М.: изд-во "Теис", 2002, - 167 с.
8. Гостиничный и туристический бизнес /под ред. проф. Чудновского А.Д. – М.: Ассоциация авторов и издателей „ТАНДЕМ”, изд. ЭКМОС, 1998. – 352 с.
9. Ефимова О.П., Ефимова Н.А. Экономика гостиниц и ресторанов. – М.: Новое знание, 2016. – 391 с.
10. Исмаев Д.К. Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации. Теория и практика деятельности туристских фирм. – М.: Академия, 2002. – 192 с.
11. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебник для студ. спец. "Экономика и управление социально-культурной сферой" вузов. – 4 изд., стер. – Минск: ООО "Новое знание", 2003. – 368 с.
12. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебник. – М.: изд-во Новое знание, 2002. – 368 с.
13. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 1063 с.
14. Л.М. Худолій, Г.Б. Мунін. Управління якістю як один із головних важелів конкурентоздатності готелю // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. – 2002. - №17.
15. Лесник А.Л., Смирнова М.Н. Стратегии конкуренции в гостиничном бизнесе. – М.: Талер, 2001. – 544 с.

16. Лук`янова Л.Г., Дорошенко Т.Т., Мініч І.М. Уніфіковані технології готельних послуг: Навч. посіб./ за ред. проф В. К. Федорченка. – К.: Вища шк., 2001. – 237 с.
17. Ляпина І.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: Учебник для начального профессионального образования. – М.: Академия, 2002. – 208 с.
18. Муни́н Г.Б. Особености цены и ценообразования в современном гостиничном бизнесе // Наукові записки КІТЕП: Щорічник / Редкол.: Пазенок В.С.(голова) та ін. - К.: КІТЕП, 2001. / Вип. 2. - К.: Знання України, 2002. - 339 с.
19. Муни́н Г.Б. Особливості та напрями вдосконалення фінансово-операційного аналізу діяльності готельного бізнесу // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. - 2003. - №10. – С. 108-114.
20. Муни́н Г.Б. Сучасні ефективні інформаційні технології управління операціями в сучасному готельному комплексі // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. – 2002. - №16.
21. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно–ресторанний бізнес: менеджмент: Навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / Центр навчальної літератури; Київський національний ун-т культури і мистецтв. – К.: Центр Навчальної Літератури, 2003. – 346 с.
22. Ополченцев І.І. Маркетинг в туризме: обеспечение рыночной позиции: Учеб. пособие. – М.: Советский спорт, 2003. – 187 с.
23. Организация и управление гостиничным бизнесом: Учебник / под ред. Лесника А.Л., Чернышева А.В. – М.: Издательский дом "Альпина", 2001. - 3 тт.
24. Организация и управление гостиничным бизнесом: Учебник / под ред. Лесника А.Л. – М.: ФГУП "Известия" УДП РФ, 2002. – 3 тт.
25. Сазонець О. М. Інформаційні системи і технології в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю: навч. посіб. / О. М. Сазонець. – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 79-120, с. 128, 233
26. Скобкин С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе. – М.: изд-во «Юристь», 2003. - 224 с.
27. Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: Збірник наукових праць/ Київський нац. торговельно-економічний ун-т; Ред. кол.: М.І. Пересічний, Н.Я. Орлова, Т.І. Ткаченко. - К., 2002. - 168 с
28. Роглев Х. Основи готельного менеджменту: Навчальний посібник / Христо Роглев,; Київський ун-т туризму, економіки і права. - К.: Кондор, 2005. – 392-405 с.
29. Туризм и гостиничное хозяйство / под ред. Чудновского А.Д. – Б.и, 2003. – 447 с.

30. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство: Учебник / пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 463 с.
31. Управління сучасним готельним комплексом: Навчальний посібник / Георгій Мунін, Андрій Змішов, Георгій Зінов'єв та ін.; За ред. С. І. Дорогунцова; НАНУ, Рада по вивченню продуктивних сил України, Укр. гуманіт. ін-т. - К.: Ліра-К, 2005. – 513-515 с.
32. Федосова, К. С. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія / Федосова Катерина Сергіївна, Тележенко Любов Миколаївна; Одес. нац. акад. харч. технологій. - Одеса: ТЕС, 2010. – 38, 49, 145, 168-176, 193 с.

ДОДАТКИ



**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

НORECA – нові формати

**Збірник
наукових статей
студентів**

Частина 1

Київ 2019

Київський національний торговельно-економічний
університет
Факультет ресторанно-готельного
та туристичного бізнесу
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

HORECA – нові формати

Збірник наукових статей студентів
заочної форми навчання,
які здобувають рівень вищої освіти «магістр»
за спеціальностями 073 «Менеджмент»
(спеціалізація «Готельний і ресторанный менеджмент»),
241 «Готельно-ресторанна справа»
(спеціалізація «Готельна і ресторанна справа»)

Частина 1

Київ 2019

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СУБ'ЄКТА ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

БОРОВИК О.
Особливості Інтернет-маркетингу суб'єктів ресторанного бізнесу..... 178

БРУЄНКО Т.
Інтернет-маркетинг суб'єкта готельного бізнесу 182

ГАВРИЛЮК С.
Використання інформаційних технологій просування послуг готелю..... 187

КУРДІЯК Д.
Особливості Інтернет-маркетингу підприємства..... 192

ЛУЗГІНА К.
Мотиваційний механізм управління персоналом 199

ПОЛІЩУК Ю.
Інтернет-технології готелю та їх ефективність 206

СКОРА К.
Онлайн-репутація суб'єкта готельного бізнесу 212

СУРОВСЬКА В.
Інформаційні системи управління готелем 219

ТОКАР В.
Інтернет-маркетинг як інструмент операційної стратегії 223

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТА ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

ГАЛАЙЧУК Д.
Інноваційні технології управління персоналом 229

ГОРБАНЬ О.
Сервісні інновації у кейтерингу 234

ГРІДІНА М.
Інноваційний потенціал формування продуктових стратегій у
ресторанному бізнесі 239

КАЛАЙДА Д.
Сервісні інновації суб'єктів ресторанного бізнесу 245

ЛУТАЙ Я.
Теоретичні засади формування інноваційних напрямів розвитку
готельного бізнесу 250

ОВРЯХ Т.
Формування системи креативного менеджменту в готельному бізнесі 256

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЕМ

СУРОВСЬКА В., 2 курс ФРГТБ КНТЕУ,
спеціальність «Менеджмент», спеціалізація «Готельний і ресторанный менеджмент»

В статті проаналізовано розвиток і впровадження новітніх інформаційних систем в управлінні закладами готельного господарства. Обґрунтовано доцільність використання інформаційних систем в управлінні закладами готельного господарства.

Ключові слова: готельне господарство, інновації, QR-код, інноваційні технології, конкурентні переваги.

The article analyzes the development and implementation of the latest information systems in the management of hospitality facilities. The expediency of using information systems in the management of hospitality establishments is substantiated.

Key words: hotel and restaurant business, innovations, QR code, innovative technologies, competitive advantages.

Постановка проблеми: полягає в тому, що вплив інформаційних технологій і систем на управління закладами готельного господарства величезний, оскільки прямо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як підприємства в цілому, так і кожного працівника. Вони прямо впливають на конкурентоспроможність на сьогоднішньому ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти розвитку і впровадження новітніх інформаційних систем в управлінні закладами готельного господарства висвітлені в працях таких вітчизняних учених як: Роглев Х.Й., Аньшин В.М., Карпенко С.Г., Гуляев В.Г., та ін.. Вивчення праць вказаних науковців дозволяє ґрунтовно підійти до дослідження сутності поставленого наукового завдання, а також виявити питання, що залишаються невирішеними.

Метою статті є обґрунтування доцільності використання сучасних інформаційних технологій і систем в управлінні закладом готельного господарства.

Результати дослідження. Готельний сервіс провідною сферою послуг. Сучасний ринок готельних послуг характеризується високою конкуренцією, великою кількістю базових і додаткових послуг і збільшенням рівня обслуговування. З точки зору організації та управління готельними комплексами, це складні системи, що складаються з різних взаємопов'язаних послуг. До основних видів послуг належать: обслуговування приміщень; Адміністративні послуги; комерційна служба; Громадське харчування; технічні послуги Допоміжні послуги.

Служба управління номерами здійснює найважливіші бізнес-процеси для прийому та обслуговування гостей і багато в чому визначає якість пропонованих послуг. З цієї точки зору ця послуга одним з головних об'єктів, які в основному підлягають автоматизації. До складу цього підрозділу входять працівники фронт-офісу, обслуговуючий персонал, спільне обслуговування клієнтів, включаючи швейцарів, кур'єрів, носіїв, водіїв автомобілів, безпеки та ін.

Основними функціями послуги бронювання номерів; Прийом, реєстрація та розміщення гостей; Прийом платежів за надані послуги та підготовка необхідних документів при виїзді гостей; надання різноманітних персональних послуг гостям; Підтримання гігієнічного та гігієнічного стану приміщень.

Служба управління здійснює основні бізнес-процеси, пов'язані з управлінням всім готельним комплексом, координує діяльність всіх готельних служб, вирішує фінансові та кадрові проблеми, контролює функції та ін. Зазвичай, до послуг входять директор і топ-менеджери готелю і готелю. Бухгалтерський облік, фінансові послуги, людські ресурси тощо. З точки зору інформаційних процесів, ця послуга ядром інформаційних послуг готелю.

Працівники цього підрозділу зазвичай мають найширші права доступу до всієї інформації, яка працює в системі управління готелем.

Комерційна служба, як правило, представлена маркетинговими та рекламними відділами, які виконують завдання, пов'язані з маркетинговими дослідженнями, конкурентами, виявляючи потреби постійних і потенційних гостей, розробку та впровадження рекламних компаній, зв'язків з громадськістю тощо. Головною метою послуги просування існуючого готельного продукту, а також розробка пропозицій щодо створення нових видів послуг, які, швидше за все, користуються попитом на ринку. З інформаційної сторони основний інформаційний блок, необхідний для виконання операції, надається службою прийому та розміщення. На основі цих даних проводиться маркетингове дослідження.

Послуги громадського харчування включають ресторани, бари, заклади швидкого харчування, кафе, фуршети і т.д. Ця послуга пропонує одну з найважливіших послуг підготовку та продаж продуктів харчування, що входить до складу інтегрованого готельного продукту. У структурі готельної компанії це одна з найважливіших послуг, які надають гостьові послуги безпосередньо. Служба продовольчої інформації відносно самостійною, але пов'язана з послугою прийому та розміщення, оскільки планування та прогнозування обсягів продажів безпосередньо залежить від кількості гостей.

Інженерно-технічні послуги стосуються обслуговування систем опалення та водопостачання, кондиціонерів, електроприладів, систем зв'язку та телевізійних програм тощо. З точки зору управління цією підсистемою, основна увага повинна приділятися автоматизації управління технологічними процесами. Неформально цю послугу слід підключати до служби управління кімнатами, яка зазвичай надає інформацію про технічні проблеми з кількістю кімнат.

Служби підтримки надають додаткові платні послуги. Це можуть бути перукарні, сауни, салони для засмаги, спортивні зали, басейни тощо. Ці послуги інформаційно пов'язані з послугою прийому та розміщення, яка отримує інформацію про додаткові послуги, витрати на які враховуються при оформленні рахунку гостя.

Зробити роботу готельного комплексу максимальною ефективністю і відповідно до сучасних світових вимог можна тільки за допомогою сучасних комп'ютерних технологій. Для російських готелів дуже важливим питання комплексної автоматизації процесів бронювання, реєстрації та розміщення гостей, роботи з ними, агентів та туроператорів. Автоматизація управління готельного комплексу була здійснена кілька десятиліть тому в епоху перших автоматизованих систем управління підприємством. У той час було розроблено спеціальні інформаційні системи для конкретного готелю. Цей тип підходів зараз практикується, але не перспективним, оскільки економічно не вигідно будувати системи на замовлення. Крім того, на сьогоднішній день розроблені численні системи управління для готельних комплексів у країні та за кордоном, серед яких можна вибрати найбільш підходящий. Якщо необхідно, ви завжди можете зробити подальші вдосконалення, враховуючи специфіку роботи конкретного готелю.

Багато програмних продуктів на ринку в Сфері автоматизації готельного бізнесу зарекомендували себе на практиці і постійно вдосконалюються та оновлюються розробниками програмного забезпечення відповідно до потреб користувачів. У багатьох програмних продуктах параметри адаптовані до потреб конкретного готелю на момент встановлення. Крім того, компанії, що розвиваються, зазвичай підтримують свої програмні продукти та навчання користувачів на своїх робочих місцях в реальній роботі системи. Все це сприяє широкому прийняттю стандартних програмних продуктів в індустрії гостинності.

Серед зарубіжних інформаційних готельних систем найбільш відомою є комплекс найбільшої у світі компанії «Micros-Fidelio», що спеціалізується на створенні систем управління для готелів і ресторанів більш ніж 20 років. Система Fidelio Front Office (FFO) встановлена на підприємствах більше 100 найбільших готельних мереж (Hilton, Marriott, Sheraton, Hyatt та ін.), а також Lodging Touch. До теперішнього часу з'явився і успішно функціонує ряд розробок вітчизняних фірм, що забезпечують автоматизацію управління

готельним комплексом. До них відносяться програмні продукти «Едельвейс», «Реконлайн», «Барсум» (фірма «Рек-Софт»), система Hotel-2000 (фірма «Інтур-Софт»), програмний система Kei-Hotel (фірма Kei-Company) та інші.

Найбільшими комп'ютерними системами бронювання на міжнародному ринку туризму є системи Amadeus, Galileo, Sabre і Worldspan.

Разом ці системи складають близько 500 тис. терміналів, встановлених в готелях по всьому світу, що складає 90% ринку, не випадково їх називають «золотою четвіркою». 10% займають регіональні системи бронювання і системи, які знаходяться в поєднанні з однією із вищезазначених систем.

Кожна GDS, хоча і є глобальною, має свою сферу поширення.

Для Amadeus – це, передусім, Європа.

Система Galileo використовується в 116 країнах світу, більш ніж 45 тисячами агентств, через які надають доступ до інформації про ресурси. Вона має поширення в США і таких європейських країнах, як Великобританія, Італія, Греція, країни Бенілюкса, Швейцарія, Португалія. Загалом частка цієї системи на європейському ринку складає 29,8% (друге місце).

Системи Sabre та Worldspan мають нижчий рівень охоплення.

Для таких готелів, що входять в готельні мережі, як InterContinental, Radisson і інші, робота з GDS виконується централізовано і є невід'ємною частиною маркетингової стратегії готельної мережі в цілому.

Презентація готелю у будь-якій GDS обов'язково повинно включати наступні позиції: загальний опис, опис номерного фонду, опис тарифів, ціни та інформацію про наявність місць.

З розглянутих систем бронювання лишень глобальна система Amadeus активно виходить на український ринок туристичних послуг, але використовується невеликою кількістю туристичних фірм України.

Вона складається з програмних продуктів, призначених для «авіа», «авто», «готелю», «сервісу».

Основними перевагами глобальної системи Amadeus виступають:

- Економія часу завдяки можливості отримання усієї туристичної, клієнтської і агентської інформації;
- У режимі онлайн нова інформація надходить щогодини
- Підвищення продуктивності дозволяє робити інформацію доступною;
- Економія витрат за рахунок стабільної роботи і негайних підтверджень;
- Контроль інтегрованої системи задовольняє усі потреби агентства;
- Підвищення прибутків завдяки широкому діапазону можливостей, які забезпечують задоволення усього спектру замовлень клієнта.

Незважаючи на велику кількість переваг системи Amadeus, використання інших систем в Україні в майбутньому мало б такі позитивні результати:

- застосування системи Sabre туристичними фірмами України дозволило б запровадити систему з доступом до широкого спектру туристичних послуг, здійснювати продаж туристичних продуктів, дистрибуцію і розробку технологічних рішень для туристичної галузі України;
- система Worldspan не вимагала б виконання чітко вказаних об'ємів бронювання, оскільки це досить демократична система;
- система Galileo забезпечила б туристичні підприємства Windows версією системи бронювання, а програма Premier дозволила б агентствам повністю автоматизувати роботу з обслуговування клієнтів.

Водночас, широке впровадження комп'ютерних систем бронювання в Україні стримується наступними чинниками:

- недостатністю фінансових ресурсів для плати за підключення до GDS і встановлення необхідного програмного забезпечення;
- низьким рівнем підготовки менеджерів в ІТ;
- відсутністю інформування туристичних фірм відносно необхідності запровадження глобальних комп'ютерних систем бронювання;
- інформаційною загрозою при широкому використанні Internet технологій: комерційною (шахрайство і несанкціонований доступ); технічною (комп'ютерні віруси і атаки «хакерів»).

Незважаючи на застосування спеціальних програмних і апаратних засобів захисту, обмеження інформації, яка передається через публічні канали зв'язку, використання різних методів адміністративного контролю, проблема інформаційної безпеки залишається і повинна вирішуватися в масштабах усієї країни:

- Необхідні закони, органи контролю і пряма державна підтримка вітчизняних виробників засобами забезпечення безпеки;
- Відсутністю єдиних стандартів із використання Internet і інших інформаційних технологій.

Висновок. Таким чином, провідним постачальником новітніх рішень в галузі бронювання для глобальної світової індустрії туризму виступає GDS «Amadeus».

Поширюючи систему Amadeus і впроваджуючи системи Galileo, Sabre, Worldspan в українську туристичну галузь, дозволить підприємствам істотно скоротити час, на обслуговування клієнтів, забезпечити online-бронювання, знизити собівартість послуг, оптимізувати і покращити формування маршруту туристів і підвищити якість туристичних послуг.






















Список використаних джерел

1. Сазонєць О. М. Інформаційні системи і технології в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю: навч. посіб. / О. М. Сазонєць. – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 79-120, с. 128, 233
2. Роглев Х. Основи готельного менеджменту: Навчальний посібник / Христо Роглев.; Київський ун-т туризму, економіки і права. – К.: Кондор, 2005. – 392-405 с.
3. Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: Збірник наукових праць/ Київський нац. торговельно-економічний ун-т; Ред. кол.: М.І. Пересічний, Н.Я. Орлова, Т.І. Ткаченко. – К., 2002. – 168 с
4. Федосова, К. С. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія / Федосова Катерина Сергіївна, Тележенко Любов Миколаївна; Одес. нац. акад. харч. технологій. – Одеса: ТЕС, 2010. – 38, 49, 145, 168-176, 193 с.
5. Управління сучасним готельним комплексом: Навчальний посібник / Георгій Мунін, Андрій Змійов, Георгій Зінов'єв та ін.; За ред. С. І. Дорогунцова; НАНУ, Рада по вивченню продуктивних сил України, Укр. гуманіт. ін-т. – К.: Ліра-К, 2005. – 513-515 с.

Робота виконана під науковим керівництвом канд. екон. наук, доцента
КОМПАНЕЦЬ К.А.

Таблиця 2.1

Перелік піктограм, що використовуються в готелі “Братислава”

Піктограма	Значення
	Стоянка під охороною
	Бар
	Міні бар у номері
	Басейн
	Душ
	Фен
	Фітнес-центр
	Дозволено перебування з тваринами
	Кімнати з устаткуванням для дітей
	Кімнати адаптовані для інвалідів
	Інтернет у номерах
	Кондиціонер
	Конференц можливості
	Ліфт
	Нічний клуб
	Кімнати для некурящих
	Сервіс у номер
	Пральня
	Ресторан
	Сауна
	Кімнати, обладнані сейфами

	Телефон у номері
	ТВ у номері
	Ванна в номері
	Кімнати з красивим видом

Форма бронювання номерів за 2008 рік

YOU ARE NOW MAKING A RESERVATION FOR:

Bratislava

City: Kyiv

Class: **

Services:



Address: Malyshka St 1

Available for reservation

You will be charged a fee of 50% from daily cost of room

Suite services:

Suite price: for foreigners and citizens of the CIS countries,
in USD

for Ukrainians, in
Hryvnias

Note:

Note: * indicates obligatory fields.

* **First Name**

* **Last Name**

Company

* **E-mail for reply**

* **Citizenship**

 Ukrainian Citizenship

* **Your phone/fax numbers**

Address

Your wishes

* **Arrival date:**

18	▼	February	▼	2006	▼
----	---	----------	---	------	---

Departure date:

19	▼	February	▼	2006	▼
----	---	----------	---	------	---

Approximate time arrival:

* **Number of places:**

* **Number of suites:**

* **Payment Type:**

Visa and MasterCard accepted

* **Transfer:**

Cost of service from 9:00 till 18:00 local time - 20 USD; on other time and on weekends and national holidays - 30 USD. This service is available for visitors to Kyiv only.

If the selected hotel is unavailable, please book an alternative with comparable rates and class

Форма бронювання номерів за 2019 рік

ПРО ГОТЕЛЬ НОМЕРИ ТА ЦІНИ КОНФЕРЕНЦ-СЕРВІС



РЕСТОРАНИ ТА БАРИ

ВІДЕО ГОТЕЛО

RU | EN | UA | <

ПОСЛУГИ В ГОТЕЛІ

КОНТАКТИ

Бронювання

< До послуг

Інформація про гостей

Ваше бронювання: 1 номер

Згорнути деталі броні ↕

1 ніч 14 листопада – 15 листопада

3 гостя 2 дорослих, 1 дитина 1 рік на додатковому місці

Тариф Standard Rate BB 2019

Правила скасування бронювання ▾

Номер 1: Двомісний покращений номер

© Готель Братислава вул. А. Малишка 1, Київ, 02192, Україна | Тел. +38 (044) 537 39 79, +38 (044) 537 39 81 | Email: bratislava@bratislava.com.ua

ПРО ГОТЕЛЬ НОМЕРИ ТА ЦІНИ КОНФЕРЕНЦ-СЕРВІС



РЕСТОРАНИ ТА БАРИ

ВІДЕО ГОТЕЛО

RU | EN | UA | <

ПОСЛУГИ В ГОТЕЛІ

КОНТАКТИ

Правила скасування бронювання ▾

Номер 1: Двомісний покращений номер

Розміщення 2 дорослих, 1 дитина 1 рік на додатковому місці

3 450 €

Додаткові послуги

Сніданок "Шведський стіл"

Включено до вартості номеру

Загальна вартість: 3 450 €

Згорнути деталі броні ↕

Як з вами зв'язатися

✉ Адреса електронної пошти ...

На цю адресу буде надіслано підтвердження бронювання з можливістю скасування броні

Будь ласка, введіть номер телефону. При необхідності ми зв'яжемося з вами

© Готель Братислава вул. А. Малишка 1, Київ, 02192, Україна | Тел. +38 (044) 537 39 79, +38 (044) 537 39 81 | Email: bratislava@bratislava.com.ua

[Згорнути деталі броні](#)

Як з вами зв'язатися

На цю адресу буде надіслано підтвердження бронювання з можливістю скасування броні

Будь ласка, введіть номер телефону. При необхідності ми зв'яжемося з вами, щоб уточнити деталі бронювання

 Я хочу отримати **безкоштовне** SMS-підтвердження бронювання Я хочу дізнаватися про спеціальні пропозиції та новини готелю через email або sms

Інформація про гостей

© Готель Братислава вул. А. Малишка 1, Київ, 02192, Україна | Тел.: +38 (044) 537 39 79, +38 (044) 537 39 81 | Email: bratislava@bratislava.com.ua



Інформація про гостей

Номер: Двомісний покращений номер, 2 дорослих, 1 дитина 1 рік на додатковому місці

Громадянство

[Вказати наступного гостя](#) +

Година заїзду та виїзду

Стандартний час вїзду — 14:00, виїзду — 12:00.

© Готель Братислава вул. А. Малишка 1, Київ, 02192, Україна | Тел.: +38 (044) 537 39 79, +38 (044) 537 39 81 | Email: bratislava@bratislava.com.ua



Додаткові коментарі

Якщо у вас є додаткові побажання, будь ласка, дайте нам знати

Виберіть спосіб оплати

Фактом бронювання Ви погоджуєтесь з [обробкою персональних даних та політикою конфіденційності та угодою користувача](#)**Найзручніший спосіб****Оплатити при заселенні**

Вибираючи цей спосіб оплати, ви НЕ ВНОСИТЕ ПЕРЕДПЛАТУ за бронювання. Отримуєте підтвердження бронювання і пред'являєте його при заселенні.

Без передоплати[Забронювати](#)

© Готель Братислава вул. А. Малишка 1, Київ, 02192, Україна | Тел.: +38 (044) 537 39 79, +38 (044) 537 39 81 | Email: bratislava@bratislava.com.ua



Виберіть спосіб оплати

Фактом бронювання Ви погоджуєтесь з [обробкою персональних даних та політикою конфіденційності](#) та [угодою користувача](#)

Найзручніший спосіб

Оплатити при заселенні

Вибираючи цей спосіб оплати, ви НЕ ВНОСИТЕ ПЕРЕДПЛАТУ за бронювання. Отримуєте підтвердження бронювання і пред'являє його при заселенні.

Без передоплати

Забронювати

Гарантія банківської картою

Ви вкажете дані кредитної картки, які надійдуть в готель, для гарантії Вашого бронювання і отримуєте підтвердження.

Увага! Для оплати приймаються картки Visa, Visa Electron и MasterCard.

Забронювати

© Booking Engine by TRAVELLINE

© Готель Братислава вул. А. Малишка 1, Київ, 02192, Україна | Тел. +38 (044) 537 39 79, +38 (044) 537 39 81 | Email: bratislava@bratislava.com.ua

Додаток Б

Додаток
до Положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 2

Дата (рік, місяць, число)		Коди
Підприємство	Готель «Братислава»	за ЄДРПОУ
Територія		за КОАТТУ
Орган державного управління		за СПОДУ
Галузь		за ЗКГНГ
Вид економічної діяльності		за КВЕД
Одиниця виміру:	тис. грн.	

Баланс
на 1 січня 2019 року

Форма № 1
Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
1. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:			
залишкова вартість	0 10	4	8
первісна вартість	0 11	5	10
Знос	0 12	1	2
Незавершене будівництво	0 20	11	18
Основні засоби:			
залишкова вартість	0 30	1462	1284
первісна вартість	0 31	2932	2974
Знос	0 32	1470	1690
Довгострокові фінансові інвестиції : які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств інші фінансові інвестиції	0 40 0 45		50
Довгострокова дебіторська заборго- ваність	0 50		
Відстрочені податкові активи	0 60		
Інші необоротні активи	0 70		
Усього за розділом 1.	0 80	1477	1360
2. Оборотні активи			
Запаси:			
виробничі запаси	100	35	41
тварини на вирощуванні та відгодівлі	110		
незавершене виробництво	120	287	271
готова продукція	130	63	72
товари	140	928	1112
Векселі одержані	150		
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:			
чиста реалізаційна вартість	160	247	290
первісна вартість	161	247	290
резерв сумнівних боргів	162		
Дебіторська заборгованість за розра- хунками:			
з бюджетом	170	1	2
за виданими авансами	180	3	3
з нарахованих доходів	190		

із внутрішніх розрахунків	200		
Інша поточна дебіторська заборгованість	210	20	23
Поточні фінансові інвестиції	220		
Грошові кошти та їх еквіваленти :			
у національній валюті	230	15	29
в іноземній валюті	240		
Інші оборотні активи	250		
Усього за розділом 2.	260	1599	1843
3. Витрати майбутніх періодів	270		
БАЛАНС	280	3076	3203
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
1. Власний капітал			
Статутний капітал	300	1600	1600
Пайовий капітал	310	699	739
Додатковий вкладений капітал	320		
Інший додатковий капітал	330		
Резервний капітал	340	238	280
Нарозподілений прибуток (непокритий збиток)	350	69	71
Неоплачений капітал	360		
Вилучений капітал	370		
Усього за розділом 1.	380	2606	2690
2. Забезпечення наступних витрат і платежів			
Забезпечення виплат персоналу	400		
Інші забезпечення	410		
Цільове фінансування	420		
Усього за розділом 2.	430	0	0
3. Довгострокові зобов'язання			
Довгострокові кредити банків	440		
Інші довгострокові фінансові зобов'язання	450		
Відстрочені податкові зобов'язання	460		
Інші довгострокові зобов'язання	470		
Усього за розділом 3.	480	0	0
4. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	500		
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510		
Векселі видані	520	11	70
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	530	186	164
Поточні зобов'язання за розрахунками:			
з одержаних авансів	540	30	24
з бюджетом	550	99	91
з позабюджетних платежів	560	8	10
зі страхування	570	31	36
з оплати праці	580	88	97
з учасниками	590		
із внутрішніх розрахунків	600		
Інші поточні зобов'язання	610	17	21
Усього за розділом 4.	620	470	513
5. Доходи майбутніх періодів	630		
БАЛАНС	640	3076	3203

Керівник

М.П.

Додаток Б

Додаток
до Положення (стандарту)
бухгалтерського обліку
3

Підприємство Готель «Братислава»
Територія
Орган державного управління
Галузь
Вид економічної діяльності
Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ
за КОАТТУ
за СПОДУ
за ЗКГНГ
за КВЕД

Коди

Звіт
про фінансові результати
за 2018 рік

Форма № 2
Код за ДКУД 1801003

**1. Фінансові
результати**

Стаття	Код	За звітний	За
	рядка	період	попередній
1	2	3	4
Дохід (виручка) від реалізації продукції	0 10	4364	4561
Податок на додану вартість	0 15	727	760
Акцизний збір	0 20		
	0 25		
Інші вирахування з доходу	0 30		
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	0 35	3637	3801
Собівартість реалізованої продукції	0 40	1245	1400
Валовий:			
прибуток	0 50	2392	2401
збиток	0 55		
Інші операційні доходи	0 60	13	20
Адміністративні витрати	0 70	1983,0	1990
Витрати на збут	0 80	304	310
Інші операційні витрати	0 90	3	2
Фінансові результати від операційної діяльності:			
прибуток	100	115	119
збиток	105		
Дохід від участі в капіталі	110		
Інші фінансові доходи	120		
Інші доходи	130		
Фінансові витрати	140		
Втрати від участі в капіталі	150		
Інші витрати	160		
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:			
прибуток	170	115	119
збиток	175		
Податок на прибуток від звичайної діяльності	180	35	36
Фінансові результати від звичайної діяльності			
прибуток	190	80	83
збиток	195		

Надзвичайні:			
доходи	200		
витрати	205		
Податки з надзвичайного прибутку	210		
Чистий:			
прибуток	220	80	83
збиток	225		

2. Елементи операційних витрат

Найменування показника	Код	За звітний	За попередній
	рядка	період	Період
1	2	3	4
Матеріальні затрати	230		
Витрати на оплату праці	240		
Відрахування на соціальні заходи	250		
Амортизація	260		
Інші операційні витрати	270		
Разом	280		

3. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код	За звітний	За попередній
	рядка	період	період
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	300		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	310		
Чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію	320		
Скоригований чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію	330		
Дивіденди на одну просту акцію	340		

М.П.

Керівник