

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Корпоративна система бронювання готелю «Solisko» на міжнародному ринку готельних послуг»

Студента 2 курсу, 9м групи
спеціальності 241
«Готельно-ресторанна справа»
спеціалізації
«Міжнародний готельний
бізнес»

Новик
Діани Віталіївни

*підпис
студента*

Науковий керівник
к.е.н., доц.

Охріменко
Алла Григорівна

*підпис
керівника*

Гарант освітньої
програми
д.е.н., проф.

Бойко
Маргарита Григорівна

*підпис
гаранта*

Київ 2020

**Київський національний торговельно-економічний
університет**

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

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
Спеціалізація «Міжнародний готельний бізнес»

Затверджую

Зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу
проф. Бойко М.Г.
“ ” _____ 2019 р.

Завдання

на випускн у кваліфікаційну роботу студенту

Новик Діані Віталіївн

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: Корпоративна система бронювання готелю «Solisko» на міжнародному ринку готельних послуг.

Затверджена наказом ректора від “04” листопада 2019 р. № 3772

2. Строк здачі студентом закінченої роботи 20 листопада 2020 р.

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

Мета випускної кваліфікаційної роботи – дослідження теоретичних і методологічних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо корпоративної системи бронювання готелю.

Об'єкт дослідження – процес функціонування корпоративної системи бронювання готельної корпорації.

Предмет дослідження – теоретичні та методологічні засади процесу бронювання на підприємствах готельного бізнесу.

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ БРОНЮВАННЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

1.1. Сутність процесу бронювання в готельних підприємствах

1.2. Інтернет технології та онлайн бронювання в системі корпоративного бронювання готельних послуг

1.3. Автоматизовані системи обслуговування клієнтів в готельних корпораціях

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ БРОНЮВАННЯ ГОТЕЛЬНОЇ КОРПОРАЦІЇ «SOLISKO» НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

2.1. Аналіз функціонування готельної корпорації “Solisko” на ринку готельних послуг Словаччини

2.2. Дослідження бізнес процесів готельної корпорації “Solisko”

2.3. Оцінка бізнес процесу бронювання готельної послуги в готелі “Solisko”

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СИСТЕМИ БРОНЮВАННЯ ГОТЕЛЬНОЇ КОРПОРАЦІЇ «SOLISKO»

3.1. Етапи вдосконалення корпоративної системи бронювання “Solisko”

3.2. Проект розвитку системи корпоративного бронювання готельної корпорації “Solisko”

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи

№ з/п	Назва етапів написання випускної кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	<i>Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи</i>	01.09.2019 р.- 31.10. 2019 р.	01.09.2019 р.- 31.10. 2019 р.
2	<i>Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу</i>	01.11.2019 р.- 31.12.2019 р.	01.11.2019 р.- 31.12.2019 р.
3	<i>Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	02.01.2020 р.- 11.05.2020 р.	02.01.2020 р.- 11.05.2020 р.
4	<i>Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	14.05.2020 р.- 18.05.2020 р.	14.05.2020 р.- 18.05.2020 р.
5	<i>Написання, оформлення та здача керівнику наукової статті</i>	до 18.05.2020 р.	до 18.05.2020 р.
6	<i>Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	18.05.2019 р.- 07. 09. 2020 р.	18.05.2019 р.- 07. 09. 2020 р.
7	<i>Попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	07.09.2019 р.- 10. 09. 2020р.	07.09.2019 р.- 10. 09. 2020р.
8	<i>Написання 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	11.09.2020 р. - 28.10.2020 р.	11.09.2020 р. - 28.10.2020 р.
9	<i>Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях</i>	29.10.2020 р.- 31.10.2020 р.	29.10.2020 р.- 31.10.2020 р.
10	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи та реферату на кафедру</i>	20.11.2020 р	20.11.2020 р
11	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування</i>	16.11.2020 р. 18.11.2020 р	16.11.2020 р. 18.11.2020 р
12	<i>Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії</i>	18.11.2020 р.- 01.12.2020 р.	18.11.2020 р.- 01.12.2020 р.
13	<i>Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії</i>	<i>Відповідно до розкладу</i>	<i>Відповідно до розкладу</i>

6. Дата видачі завдання: 04.11. 2019 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи

Охріменко А.Г.

(прізвище, ініціали)

_____ (підпис)

8. Гарант освітньої програми

Бойко М.Г

(прізвище, ініціали)

_____ (підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент

Новик Д.В.

(прізвище, ініціали)

_____ (підпис)

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Новик Діана Віталіївна виконала випускну кваліфікаційну роботу на тему: “Корпоративна система бронювання готелю “Solisko” на міжнародному ринку готельних послуг”.

Робота виконана у повному обсязі, згідно виданого завдання та затвердженого графіку. Мета та завдання роботи досягнуті.

В першому розділі “Теоретичні основи дослідження системи бронювання на міжнародному ринку готельних послуг” розкрито поняття процесу бронювання в готельних підприємствах, розглянуто Інтернет технології та онлайн бронювання в системі корпоративного бронювання готельних послуг.

В другому розділі “Діагностика системи бронювання готельної корпорації “Solisko” на міжнародному ринку послуг” було проаналізовано функціонування готельної корпорації “Solisko” на ринку готельних послуг Словаччини. Також було розглянуто основні бізнес процеси готельної корпорації та проаналізовано бізнес процес бронювання готельної послуги в готелі “Solisko”.

На основі узагальнень теоретичних положень і аналізу функціонування корпоративної системи бронювання на підприємстві “Solisko” було розроблено пропозиції щодо вдосконалення цієї системи.

В роботі опрацьовано праці, останні дослідження, наукові статті та матеріали сучасних вітчизняних та зарубіжних науковців. Використано сучасні методи досліджень. Випускна кваліфікаційна робота оформлена згідно вимог.

Робота рекомендується до захисту.

11. Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Охріменко А.Г.
(підпис, дата) (прізвище, ініціали)

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента _____ Новик Д.В. може бути
(прізвище, ініціали)
допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ Бойко М.Г.
(підпис) (прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Бойко М.Г.
(підпис) (прізвище, ініціали)

“ _____ ” 2020 р.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ БРОНЮВАННЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

- 1.1. Сутність процесу бронювання в готельних підприємствах
- 1.2. Інтернет технології та онлайн бронювання в системі корпоративного бронювання готельних послуг
- 1.3. Автоматизовані системи обслуговування клієнтів в готельних корпораціях

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ БРОНЮВАННЯ ГОТЕЛЬНОЇ КОРПОРАЦІЇ «SOLISKO» НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

- 2.1. Аналіз функціонування готельної корпорації “Solisko” на ринку готельних послуг Словаччини
- 2.2. Дослідження бізнес процесів готельної корпорації “Solisko”
3. Оцінка бізнес процесу бронювання готельної послуги в готельній корпорації “Solisko”

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СИСТЕМИ БРОНЮВАННЯ ГОТЕЛЬНОЇ КОРПОРАЦІЇ «SOLISKO»

- 3.1. Етапи вдосконалення корпоративної системи бронювання “Solisko”
- 3.2. Проект розвитку системи корпоративного бронювання готельної корпорації “Solisko”

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ВСТУП

Актуальність теми. В міжнародній готельній індустрії на даному етапі розвитку гостро стоїть питання якості надання готельних послуг. Готельні підприємства змушені постійно шукати нові шляхи комунікації з гостями, здобувати їх прихильність та пропонувати щось унікальне та інноваційне. Конкурентна боротьба між готельними підприємствами спонукає їх до пошуку насамперед нових інформаційних технологій і в системах корпоративного бронювання готельних послуг. Одним із основних операційних підрозділів готелю є служба прийому та розміщення. До основних функцій даного підрозділу входять: бронювання та обробка інформації, підготовка номерного фонду, реєстрація заїзду та виїзд гостей або групи туристів, розрахунок гостя, надання інформації гостю та допомога у різноманітних ситуаціях. Автоматизація всіх функцій підрозділу, а саме бронювання послуги, надасть змогу службовцям раціонально використовувати робочий час та приділяти більше уваги гостю. Тому удосконалення системи бронювання відіграватиме вирішальну роль і у залученні нових гостей. Якщо процес бронювання номерів та послуг у готелі буде доступнішим, простішим, швидшим, то більша кількість нових потенційних клієнтів буде залучена до готелю, і тим самим збільшиться прибуток готелю.

Мета випускної кваліфікаційної роботи. Метою роботи є дослідження теоретичних і методологічних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо корпоративної системи бронювання готелю.

Для досягнення мети роботи були поставлені та вирішені наступні завдання:

- розглянути теоретичні основи системи корпоративного бронювання на ринку готельних послуг;
- узагальнити знання щодо Інтернет технологій та онлайн бронювання в системі корпоративного бронювання готельних послуг;

- дослідити діяльність обраної готельної корпорації та її систему корпоративного бронювання готельної послуги на міжнародному ринку;
- визначити роль Інтернет технологій в системі бронювання готельних послуг;
- обґрунтувати необхідність впровадження інновацій в системі бронювання готелю на міжнародному ринку готельних підприємств з метою удосконалення готельного продукту;
- розробити програму удосконалення корпоративної системи готельної корпорації “Solisko”.

Об’єктом дослідження є процес функціонування корпоративної системи бронювання готельної корпорації.

Предметом дослідження є теоретичні та методологічні засади процесу бронювання на підприємствах готельного бізнесу.

Методи дослідження. У роботі використано сукупність наукових методів дослідження: аналізу та синтезу, порівняльного аналізу, узагальнення та систематизації. Для дослідження теоретичних розробок вітчизняних та зарубіжних вчених з проблем формування корпоративної системи бронювання було використано монографічний метод. Розрахунково-конструктивний – для обґрунтування пропозицій щодо підвищення ефективності функціонування системи бронювання на підприємстві, графічний – для наочного зображення результатів дослідження. Згідно з антропоцентричним підходом задоволення споживчих потреб туристів повинно стати пріоритетним завданням господарської діяльності підприємств.

Теоретична та інформаційна основа. Питанням якості готельних послуг присвячені праці багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців і практиків. Про систему бронювання та її перспективи удосконалення пишуть І. Крупенна, Л. Зварич, О. Коркуна, В. Холявка, А. Демічковський, О. Боратинський, О.Кулик, І. Кирилюк. В ході написання випускної кваліфікаційної роботи було також проаналізовано останні дослідження та

наукові публікації С. Мельниченко, Т. Ткаченко, М. Бойко, М. Даниленко, А. Мазаракі. Для написання роботи було також використано матеріали готельної корпорації “Solisko”.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що в роботі узагальнено і критично проаналізовано основну наукову і методичну літературу з аналізу і формування корпоративної системи бронювання готельного підприємства та обґрунтовано шляхи підвищення ефективності діяльності системи бронювання готелю “Solisko”, що функціонує на міжнародному ринку готельних послуг.

Практичне значення дослідження полягає в результатах теоретичних узагальнень і емпіричних даних, завдяки яким обґрунтовано модель та програма заходів щодо удосконалення корпоративної системи бронювання готелю “Solisko”, що сприяє підвищенню якості та ефективності обслуговування туристів.

Публікації. За результатами проведеного наукового дослідження було опубліковано наукову статтю у збірнику наукових праць студентів КНТЕУ, 2020 р. (дод. А).

Обсяг та структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків і пропозицій, списку використаної літератури, додатків. Вона викладена на 57 сторінках, ілюстрована 11 таблицями, 13 рисунками та додатками. Список літератури включає 53 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ БРОНЮВАННЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

1.1. Сутність процесу бронювання в готельних підприємствах

Сучасний міжнародний готельний бізнес є глибоконасиченою інформаційною галуззю. Успіх бізнесу майже всіх галузей економіки залежить безпосередньо від швидкості передачі та обміну інформацією та від актуальності цієї інформації. Розвиток бізнесу готельних послуг передбачає використання інновацій як в просуванні готельних послуг на ринок, в сфері введення нових готельних послуг, так і в удосконаленні корпоративної системи бронювання.

В своїх наукових роботах Х. Роглев визначає процес обслуговування у готелі як систему заходів, що забезпечують високий рівень комфорту та задовольняють найрізноманітніші побутові, господарські і культурні запити гостей [41]. З кожним роком ці запити і вимоги до послуг підвищуються. Причому, чим вища культура і якість обслуговування гостей, тим вищий імідж готелю, тим привабливіший він для клієнтів і тим успішніша його діяльність. Технологічний цикл обслуговування гостей готелю складається з декількох етапів (рис.1.1.).

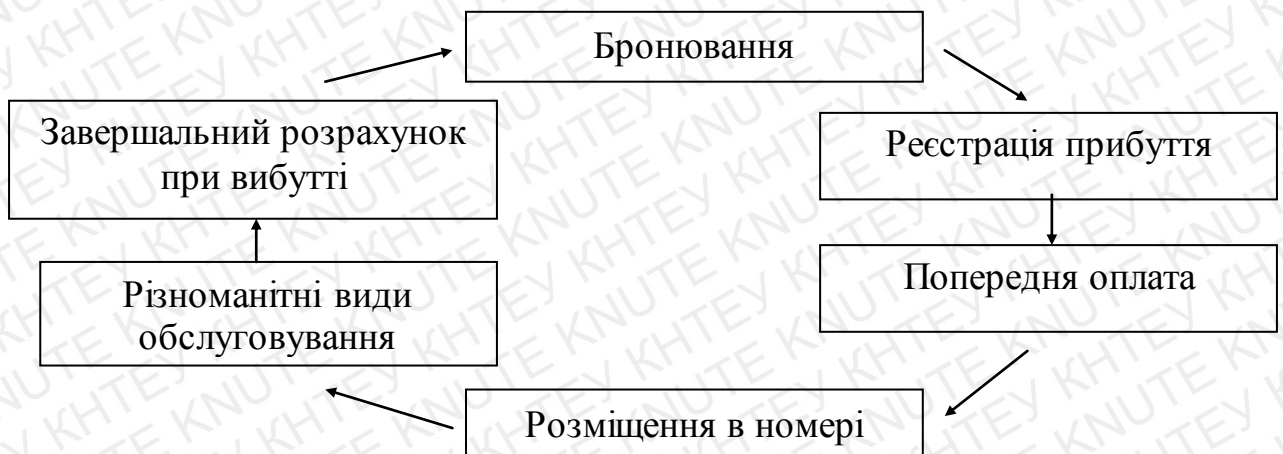


Рис.1.1. Технологічний цикл обслуговування гостей

Існує декілька підходів до визначення процесу бронювання у готельному господарстві. На думку А.Лутай, бронювання – це закріплення за клієнтом (туристом) конкретного місця в готелях, санаторіях, транспортних засобах, яке відбувається за допомогою Інтернету, телефону тощо із частковою чи повною передплатою [53]. Саме з цього процесу починається обслуговування гостей в готелі. М. Мальська надає таке визначення процесу бронювання як налагодження співпраці між уповноваженими працівниками готелю й гостями, процес замовлення місць і номерів у готелі [54].

Цей процес може здійснюватись різними технічними засобами — по телефону, Інтернету, поштою, факсом тощо, проте саме від ефективної його організації залежить враження клієнта про готель, тому оператор з бронювання обов'язково повинен мати професійну підготовку, телемаркетингові навички спілкування по телефону, проявити вищий професіоналізм гостинності. Основною функцією процесу бронювання є узгодження запитів номерів з доступністю номерів. Спочатку формується запит на бронювання, визначається завантаженість номерного фонду, доступність номеру та ціни. Якщо підтверджується бронювання номеру, створюється запис бронювання та підтвердження.

Відділ бронювання номерів (місць) у готелях функціонує як окрема структурна ланка управління, проте найчастіше у структурі служби прийому та розміщення. Бронюванням номерів займаються менеджери відділу бронювання або служби прийому і розміщення. Саме до цих підрозділів надходять заявки на бронювання від клієнтів [1]. Відділ бронювання займається безпосередньо збором заявок і вивчає попит на готельні місця. Вивчаючи багаторічний досвід роботи готелю, з огляду на план заходів, що проходитимуть в даному регіоні, прогножуючи попит на місця та аналізуючи завантаження номерів у минулі і дійсний періоди, відділ бронювання разом зі службою маркетингу планує діяльність готелю. Потім безпосередньо спеціаліст відділу бронювання веде запис про бронювання та готує звіти. Оточення бізнес процесу бронювання номеру показана на рис.1.2.

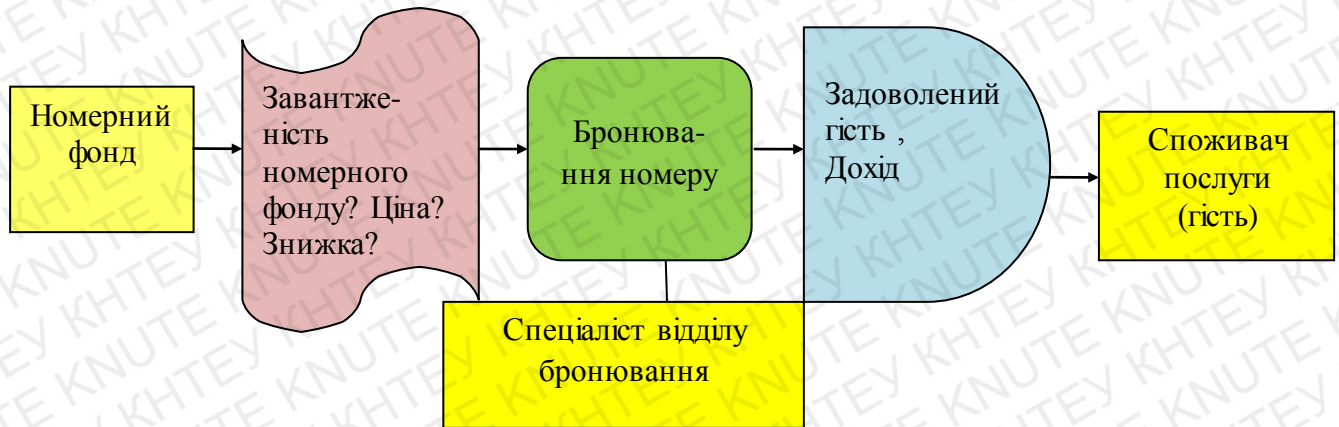


Рис.1.2.Оточення бізнес процесу бронювання номеру

Серед організаційних форм бронювання розрізняють: централізоване бронювання; бронювання міжготельними агентствами; центральний офіс із бронювання; бронювання туристичними підприємствами; бронювання транспортними агентствами; бронювання організаторами конференцій; бронювання безпосередньо у готелі [1].

Гарантоване бронювання страхує, що готель буде тримати номер для гостя до певного часу, який настає після запланованої дати прибуття гостя (тобто час виселення або початок денної зміни в готелі або будь-який час, який вибирає готель). Щоб гарантувати бронювання, гості можуть вибрати один із наступних способів:

- а) бронювання з гарантією передоплати;
- б) бронювання з гарантованою кредитною карткою;
- в) авансовий депозит або частковий платіж;
- г) гарантоване бронювання у тур агента;
- д) ваучер або замовлення на оплату різної оплати;
- е) корпоративне гарантоване бронювання [6].

Негарантоване бронювання гарантує лише те, що готель погодиться надати номер для гостя до заявленої години скасування бронювання в день прибуття.

Вже на етапі бронювання, гість може скласти своє враження, не засноване на чужих думках, і приблизно представити, який рівень сервісу в

готелі варто очікувати. Через це, стає особливо важливим, яким чином персонал може конвертувати вхідний запит в броню і далі у гостя. Окрім простої обробки запиту фахівець відділу бронювання (або розміщення) може збільшити дохід від клієнта, правильно підносячи йому переваги дорожчих номерів, додаткових послуг або пакетного розміщення [41]. В результаті якіснішої обробки запитів виручка готельного підприємства могла би бути більшою.

1.2. Інтернет технології та онлайн бронювання в системі корпоративного бронювання готельних послуг

В наукових роботах С. Мельниченко визначено, що найбільшою популярністю бронювання послуг через мережу Інтернет користуються авіаквитки, готелі, автомобілі та тури [48]. Опрацювавши дослідження М. Даниленко, можемо зробити висновки, що застосування Інтернет технологій є надзвичайно важливим для збутової, маркетингової, товарної та цінової політики готельної корпорації [52] (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Можливості Інтернет технологій

Складові	Функції	Засоби Інтернету
Маркетингові дослідження	Дослідження ринку, конкурентів та споживачів	Аналіз веб-ресурсів конкурентів; збір інформації у пошукових системах; Інтернет-опитування, анкетування
Товарна політика	Розробка нових товарів; організація сервісного обслуговування	Участь у інформаційно-пошукових системах; глобальних системах дистрибуції, глобальних системах резервування
Цінова політика	Побудова гнучкого ціноутворення	Інтернет-аукціони, онлайн-орендні ринки, глобальні системи дистрибуції
Збутова політика	Збут товарів через Інтернет; оплата товарів через Інтернет	Веб-сайт; Інтернет-магазини, Інтернет-аукціони; глобальні системи дистрибуції
Комунікативна політика	Формування системи Інтернет комунікацій; стимулювання збуту; формування бренду	Банерна, контекстна реклама; оптимізація веб-сайта у пошукових системах; e-mail-реклама: розсилка листів; веб-сайт; Інтернет-опитування, анкетування.

Менеджери та власники невеликих готелів усвідомлюють, що технології є ключовими для зростання їх бізнесу та збільшення бронювань в надурочний час. Щоб продати номери та привернути увагу світової аудиторії, потрібна доступна, швидка система бронювання готелів.

Онлайн бронювання готелів стає дуже популярним методом бронювання готельних номерів. Мандрівники можуть забронювати готельні номери з дому, використовуючи безпечну мережу Інтернет, щоб захистити свою приватність та фінансову інформацію, та використання кількох турагентів в Інтернеті для порівняння цін в різних готелях. Перевага використання глобальних каналів розподілу полягає в тому, що вони забезпечують єдину базу даних, з якої всі джерела бронювання створюють єдиний безпосередній простір наявості номерів та цін [4].

Раніше мандрівники безпосередньо контактували з готелями або використовували туристичну агенцію, щоб зробити бронювання номеру. У наш час мандрівник може зробити бронювання на веб-сайтах готелів, де також надають фотографії та віртуальні екскурсії, щоб зробити вибір. Тарифи на кімнати відображаються на веб-сайтах разом із пропозиціями та знижками. В наш час жодна готельна корпорація не існує без офіційного сайту. Це інструмент, який є обов'язковим для просування своїх послуг на ринку міжнародної готельної індустрії.

Істинне онлайн бронювання – бронювання, коли клієнт самостійно вибирає, бронює і оплачує номер через системи ADS або безпосередньо на сайті готелю. Для оплати клієнт використовує пластикову картку, дані якої передаються в готель безпосередньо, і через кілька секунд отримує ваучер, що підтверджує бронь. Псевдоонлайн бронювання, або як часто його називають бронювання за запитом – бронювання, коли клієнт заповнює форму заявки на сайті готелю і відправляє її адміністратору. Протягом деякого часу клієнт чекає дзвінка співробітника служби бронювання для підтвердження броні. Таке бронювання за запитом іноді неправильно називають онлайн-бронюванням [11].

Систему бронювання готелів можна синхронізувати не лише з вашим поточним веб-сайтом, але і з Facebook. Це дозволяє гостям забронювати кімнати зручним для них способом через соціальні мережі [5]. Суттєве підвищення конверсії на сучасному етапі здатна забезпечити соціальна мережа Facebook, яка має встановлений модуль бронювання та ряд сприятливих факторів для здійснення резервування. Звідси випливають конкретні завдання з підвищення кількості підписників, збільшення кількості згадувань про бренд у соціальних медіа [21]. Готельні підприємства також починають широко використовувати платформи соціальних мереж, таких як Telegram та Instagram для бронювання та просування своїх послуг.

Спільною рисою інформативного наповнення веб-сайтів, на жаль, часто є недостатня кількість графічного матеріалу. Більшість досліджених підприємств використовує лише фотоматеріал. Можливість для здійснення віртуального туру надають 29,9% готелів. Завантажують відеоматеріали на сайт 17,9% підприємств. Дослідження реалізації комунікаційної політики вказує на те, що підприємства достатньо опосередковано використовують корпоративний веб-сайт у даних цілях. Найбільш характерним видом спілкування зі споживачами готельних послуг є форма зворотного зв'язку у оффлайн-режимі [25].

Великі готельні мережі, як правило, мають прямий зв'язок із глобальними дистрибуторами (GDS), таких як :Sabre, Galileo, Amadeus та Worldspan. Індивідуальні готелі та невеликі готельні мережі можуть не платити за підписку на GDS та покладаються на інші компанії для забезпечення зв'язку. Тому, зараз популярними платформами он-лайн бронювань для приватних осіб є альтернативні системи бронювання (ADS). Найбільш поширеними ADS у світі та Україні є Booking.com, Expedia.com, HRS, Agoda, Ostrobok.ru, Hotels24.ua, Ozon, Strip та ін. [2].

Expedia.com - це американська предоплатна система онлайн бронювання номерів. Це була перша система такого роду, тому вона досі популярна серед американців, але через незручну для готелів і клієнтів схему

роботи практично не популярна в Європі. Booking.com – найпопулярніша глобальна постоплатна онлайн система бронювання на міжнародному ринку готельних послуг.

Основними бажаннями споживачів є отримання інформації, зосередженої на одному ресурсі, покращення якості бронювання у системах дистрибуції та підвищення рівня безпеки при здійсненні платежів. Зростання значимості інтернет-систем резервування у маркетинговій діяльності підприємств готельного господарства обумовлено також недосконалістю процесу бронювання на сайтах готелів [51].

Одна з найбільших готельних компаній Hilton Worldwide в 2018 році ввела у своїх готелях революційну технологію цифрової реєстрації гостей, які за допомогою своїх смартфонів можуть вибрати готельний номер завдяки спеціальному програмному додатку, самостійно проводити онлайн реєстрацію заїзду та виїзду, при бажанні підвищувати категорію номера, замовляти послуги [9].

Перевагами онлайн бронювання є:

- миттєва оплата замовлення на сайті;
- клієнт одразу отримує гарантію заїзду за цінами готелю. Часто системи онлайн бронювання надають знижку на проживання в номерах за рахунок своєї комісії, щоб залучити більше клієнтів. Таким чином, вартість номера виходить дешевше ніж якщо бронювати його в самому готелі;
- клієнт сам вибирає період проживання, категорію номера, набір додаткових готельних послуг;
- готель немає необхідності зв'язуватися з клієнтом, так як бронювання проходить в автоматичному режимі без участі адміністратора;
- готель самостійно визначає розмір квоти для бронювання онлайн, ціни, набір додаткових послуг;
- система працює в автономному режимі цілодобово 24 години 7 днів на тиждень [11].

Сучасні реалії готельного ринку демонструють актуальність та доцільність використання інтернет-систем бронювання, що поступово стають основним джерелом збуту готельної послуги, витісняючи пряме бронювання з власних інтернет-ресурсів підприємств.

1.3. Автоматизовані системи обслуговування клієнтів в готельних корпораціях

На сьогоднішній день кожен сучасний конкурентоспроможний міжнародний готель використовує різноманітні комп'ютерні програми та спеціальне програмне забезпечення для автоматизації роботи. Успішність і ефективність готельного бізнесу безпосередньо залежить від ІТ-технологій, які використовуються [24].

Системи управління готелями (Hotel Management System) – спеціальне програмне забезпечення для ефективного управління готелю та номерним фондом. Дане програмне забезпечення дозволяє автоматизувати такі процеси, як: бронювання (наявність вільних номерів, створення та відміна бронювання), реєстрація заїзду та виїзду (робота з «шахматкою»), розрахунок гостя, контроль роботи покоївок (формування задач по прибиранню на день/місяць), складання звітів тощо [2]. Автоматизовані системи обслуговування клієнтів спрощують процес реєстрації відвідувачів, взаємодії з покоївками, замовлення на обслуговування рестораном і ін [49].

Для мережевих готелів питання впровадження системи автоматизованого управління, як правило, вирішене наперед, тобто встановлюється система, яка використовується в даному готельному ланцюзі. Найчастіше це широко відомі системи Fidelio чи Eritome, що гарно зарекомендували себе. Для незалежних готелів актуальний вибір оптимальної системи автоматизації. Ринок програмних засобів для автоматизації готелів постійно розширюється. Він включає системи Loudging Touch Libica, UCS

Shelter, Рек-Софт, Едельвейс, Реконлайн, Intellect Style, Hotel-2000, Невський портъє, Парус-Готель та ін. [3] .

Всі системи управління готелями мають більш-менш схожу структуру, що складається з модулів служби реєстрації та обслуговування гостей (Front Office), модулів служби обліку та управління (Back Office) та інтерфейсів до зовнішніх систем [6].

Найбільш поширеною системою автоматизації готельних послуг є комплекс найбільшої в світі компанії Micros - Fidelio. Фірма є виробником таких систем, як Fidelio FO (Fidelio Front Office), Fidelio F&B (Fidelio Food & Beverage) і Fidelio ENG. Система Fidelio є складовою частиною глобальних комп'ютерних систем бронювання, таких, як AMADEUS, SABRE, GALILEO, WORLDSPAN, таким чином, всі готелі, представлені в Fidelio, автоматично завантажуються в ці глобальні комп'ютерні системи бронювання [50].

Fidelio V 8 - це повністю інтегрований, гнучкий програмний пакет, призначений для максимізації ефективності роботи великих готелів. Система містить усі функції для повсякденної роботи готелю, включаючи всі аспекти управління та обслуговування готелю. Він підтримує всі вимоги готельного господарства, починаючи від базових послуг і закінчуючи повними та елітними послугами.

Вбудовані модулі Fidelio V 8:

1. Клієнська база даних (Управління відносинами з клієнтами - CRM)
2. Бронювання
3. Реєстрація (стійка реєстрації)
4. Касирство
5. Управління кімнатами
6. Управління конференціями та громадським харчуванням
7. Нічний аудит

Модуль бронювання полягає в створенні бронювання, яке можливе для необмеженої кількості номерів, гостей та необмеженого часу, якщо лише в цей період є вільні місця. Якщо у вас немає вільної місткості, номери можуть

бути додані до списку очікування. Модуль введення бронювання включає в себе бронювання як для приватних осіб, так і групове бронювання та блокування (розподіл) бронювання. При груповому бронюванні можуть бути встановлені дати прибуття та виїзду всіх членів групи або гнучкі дати, коли ви вводите дату прибуття першого члена групи та виїзду останнього члена групи. Приїзд та розподіл номерів повністю автоматизовані [8]. Під час оформлення бронювання можна визначити тип номера, ціну, час заїзду, початкове та кінцеве харчування, спосіб оплати, а також інструкцію щодо виставлення рахунків компанії. Лист-підтвердження бронювання друкується мовою гостя.

Опацювавши наукові роботи Н. Корнілової та Є. Стецюк, можемо дійти до висновків, що мобільні додатки та інтернет технології розкривають величезну кількість можливостей для будь-якого готелю. По-перше, розвивається бізнес і зростає імідж готельної корпорації. По-друге, збільшується популярність готелю, а отже залучаються нові клієнти [24]. Перевагами використання менеджера каналів є контроль ефективності продажів, безпека продажів в Інтернеті та автоматичне управління онлайн каналами. Найголовнішим плюсом таких менеджерів є синхронізація онлайн каналів в єдиний екстранет (рис.4.) та мінімізація помилок персоналу, як наслідок відсутність овербукінгу.

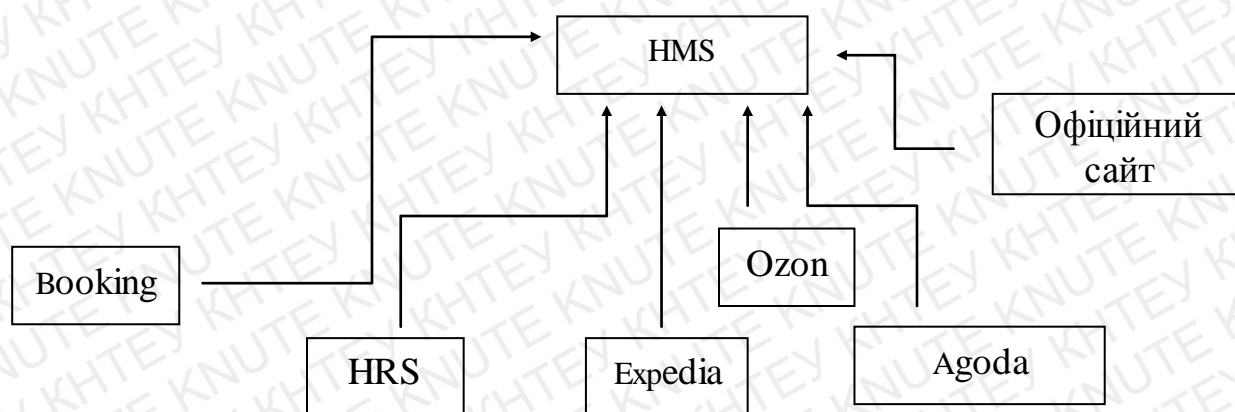


Рис.1.4.Структура інтеграції бронювань до системи менеджменту HMS

Різноманіття каналів бронювання підвищує рівень продаж номерного фонду готельного підприємства, але й додає роботи службі прийому та розміщення, які повинні постійно фіксувати кількість вільних номерів та її синхронізацію в усіх каналах. Важливим є усвідомлення керівниками підприємств необхідності спрямування зусиль на створення сайту високої технічної якості з постійним його моніторингом; формування та підтримка адаптивного дизайну сайту; візуалізація інформативного наповнення; розвиток власних незалежних систем бронювання задля розвитку системи корпоративного бронювання та збільшення кількості клієнтів.

При виборі систем бронювання, каналів збуту потрібно пам'ятати, що будь-які інформаційні технології не є безкоштовними. Але кожна готельна корпорація має змогу розрахувати рентабельність інвестування у певні обрані технології. Деякі системи управління готелями та альтернативні системи бронювання пропонують перший місяць співпраці безкоштовно.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ БРОНЮВАННЯ ГОТЕЛЬНОЇ КОРПОРАЦІЇ «SOLISKO» НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

2.1. Аналіз функціонування готельної корпорації на ринку готельних послуг Словаччини

Сімейний чотиризірковий готель “Solisko” пропонує розміщення в популярному гірсько-лижному курорті Високих Татр Словаччини. Штрбське плесо – найвідоміший високогірний туристичний курорт, який пропонує величезний вибір розміщення, розвинену інфраструктуру та високу якість послуг. Готель розміщений на висоті 1351 метр над рівнем моря у Високих Татрах, прямо на березі живописного озера за адресою Pri jazere 4046/1, Штрба, Штрбське Плесо. Розташування готелю забезпечує можливість навколишніх піших прогулянок, катання на лижах та сноубордах, велосипедних прогулянок, можливість катання на санях на конях, снігоходах та, перш за все, відпочинку на лоні прекрасної природи.

Місія готельної корпорації “Solisko” - надавати розкішне обслуговування для більш вимогливих, перевершуючи очікування гостя, в кращих традиціях гостинності. Готельна корпорація “Solisko” на міжнародному ринку Словаччини функціонує уже 8 років та за цей час встигла себе гарно зарекомендувати. За оцінками Booking.com готель має 8,8 балів із 10 можливих, а в TripAdvisor рейтинг оцінюється на 4,5 з 5 балів [26, 27].

Оздоровча зона готелю пропонує у своїх приміщеннях відпочинок гостей готелю після походу, катання на лижах. Фінська, інфрачервона та парова сауни, басейн з охолодженням, гідромасажна ванна для ніг, душі з розпилювачем, гідромасажна ванна, зона відпочинку та фітнес-центр доступні для гостей готелю безкоштовно кожного дня. За додаткову плату

гостям пропонується приватна кімната з гідроджакузі під зоряним небом, також доступні масажні процедури на будь-який вибір.

У ресторані Al Lago готують традиційні страви словацької кухні та італійські фірмові страви. Частиною ресторану є також дитячий куточок з аніматорами, який пропонує батькам можливість спокійного харчування в компанії дітей. Розміщеним в готелі гостям пропонується можливість напівпансіону – харчування вранці за системою шведського столу, а ввечері у вигляді меню з 4 страв. Для гостей, які не розміщуються, ресторан працює щодня з 12:00 до 22:00 та пропонує страви по меню з сезонними пропозиціями. Якість ресторану Al Lago високо оцінили за проектом “Trend top hotels and restaurants 2018”, а у журналі “Top hotelierstvo” у випуску за зиму 2019 року словацькі експерти написали інтерв’ю щодо високої якості, гарної атмосфери та унікальності комплексу на березі Штрбського плеса [28, 36].

Персонал готелю підготує і забезпечить романтикою, унікальністю та оригінальною атмосферою весілля під вершинами Високих Татр. Окрім привабливого середовища, готель має повністю обладнаний конференц зал і пропонує можливість тренінгів та ділових зустрічей для компаній. Послуги в рамках конференц сервісу також включають додаткові послуги з організації кава брейків, обідів, вечірньої програми. За додаткову плату готель може організувати дегустацію вин із сомельє, індивідуальні заходи з тимблдингу, альпійські підйоми з гірським гідом та культурну програму.

Відстань від готелю до найближчого підйомника гірськолижного району Штрбске Плесо становить 800 метрів. В околицях прокладені численні туристичні стежки та велосипедні маршрути. У готелі можна орендувати лижне спорядження та велосипеди. По сусідству організують заняття параглайдингом, банджі-джампінгом та багатьма іншими видами активного відпочинку.

До послуг гостей 28 номерів різних категорії (табл..2.1), які обставлені вишуканими сучасними меблями, оснащені міні-баром, телевізором та всіма

необхідними зручностями. На усій території готелю Solisko надається безкоштовний Wi-Fi.

Таблиця 2.1

Номерний фонд готелю “Solisko”

Категорія номеру	Опис номеру	К-сть номерів
Стандартний номер	Номер площею 23 м ² забезпечить вам стильні номери в комфорті гірського середовища, що є поєднанням комфорту та функціональності	10 номерів
DeLuxe	Поліпшений номер площею 38 м ²	6 номерів
Сімейний номер	Номер площею 46 м ² забезпечить комфортні умови відпочинку з сімєю. Сімейний номер складається з двох окремих стандартних кімнат, з'єднаних між собою замикаючимися дверима.	8 номерів
Royal DeLuxe	Номер площею 55 м ² пропонує вам найкрасивіший вид на Штрбське плесо, а також гори. Royal DeLuxe складається з вітальні з балконом та просторої спальні.	4 номери

Найбільше номерів категорії Стандарт, достатня кількість Сімейних номерів, номерів підвищеного комфорту та супер підвищеного комфорту дають готелю гарну базу номерного фонду для будь-якого сегменту споживачів (рис. 2.1).

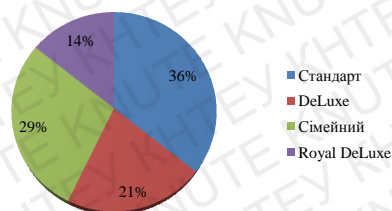


Рис. 2.1. Структура номерного фонду готелю “Solisko” за категоріями

Готель не може скаржитися на відсутність роботи. Туризм у Татрах справді дуже приваблює за останні роки. Сюди почало приїжджати багато туристів з нових напрямків, які досліджують Словаччину. Зазвичай в готелі зупиняються туристи з Польщі, Чехії та Росії та звичайно словаки (рис.2.2). Так як це маленький сімейний готель, власники якого перед тим як відкрити свій бізнес пропрацювали 10 років в Італії, Чехії, США та Росії, велика кількість саме друзів власників зупиняються тут на свята та відпочинок. За 8 років роботи на ринку готельного бізнесу готель вже має велику клієнську базу та 50% гостей готелю “Solisko” це вже його постійні відвідувачі.

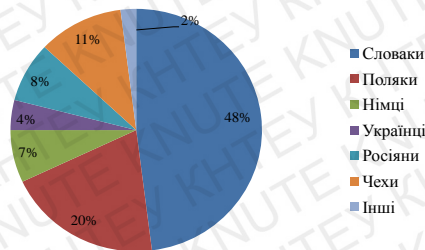


Рис. 2.2. Громадянство гостей готелю “Solisko” в січні 2020 року

Найдешевший номер категорії Стандарт обійдеться гостям в пік зимового сезону в 170 Євро на двох за одну ніч, а найдорожчий номер Royal DeLuxe коштуватиме 260 Євро на двох за одну ніч. В період літнього сезону ціна буде не значно відрізняться та буде меншою на 10 %. Міжсезонний період (весна та осінь) характеризується низькою завантаженостю, та відповідно встановленням нижчих на 15 % цін на номери. Стандарт коштує 140 Євро на двох за одну ніч та номер Royal DeLuxe 224 Євро за ніч. Актуальний прайс лист готельних номерів наведено в додатку Б.

Взявши за основу вартість найдешевшого номеру та прорахувавши відсоток завантаженості номерного фонду за тиждень, виручку від продажу

номерного фонду, дохід на номер, ми можемо спостерігати збільшення показника RevPAR у п'ятницю та вихідні дні (табл.2.2). Це означає, що заповнюваність готелю покращується. Однак збільшення RevPar не обов'язково означає кращу продуктивність.

Таблиця 2.2

Динаміка основних показників діяльності готелю “Solisko” за період 4-10 лютого 2020 року

	04.Лют	05.Лют	06.Лют	07.Лют	08.Лют	09.Лют	10.Лют
Тариф (rate)	110	110	110	110	110	110	110
RA (room available)	28	28	28	28	28	28	28
RL (room led)	15	14	17	23	26	20	13
OCC	54%	50%	61%	82%	93%	71%	46%
RR (room revenue)	1650	1540	1870	2530	2860	2200	1430
ADR (average daily rate)	110	110	110	110	110	110	110
PER PAR	58,92857	55	66,78571	90,35714	102,1429	78,57143	51,07143

Показники завантаження ємності готелю, які дають можливість порівняти рівень завантаження готелю за ряд років, наведені на рис.2.3. Можемо зробити висновки, що майже повна завантаженість готелю в піковий зимовий сезон, коли є активним гірсько-лижний сезон, велика кількість свят, відпусток та канікули в Словаччині та сусідніх державах. Літній сезон також є достатньо прибутковим, адже регіон Високих Татр розвинений на туристичні походи та трекінги в гори, а готель розміщений на старті туристичних стежок. Зазвичай до 15 березня завантаженість готелю залишається високою, а тільки закінчується гірсько-лижний сезон, вона різко скорочується.

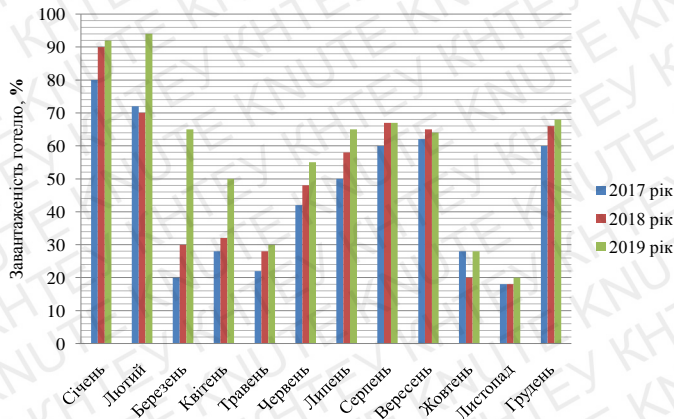


Рис.2.3. Завантаженість готелю “Solisko” за останні 3 роки

Весняні та осінні місяці є міжсезонням, та характеризуються низькою завантаженістю навіть на вихідні дні. У кінці 2018 року керівництво готелю “Solisko” почало змінювати свою застарілу стратегію і провела комплекс маркетингових заходів задля збільшення коефіцієнту завантаженості номерного фонду, розширення клієнтської бази. Важливо було розробити ряд заходів щодо збільшення завантаженості готелю саме в міжсезоння. Керівництво вирішило поповнити свою клієнтську базу діловими туристами та почало активно займатися організацією тимблдингів, бізнес тренінгів та конференцій. І 2019 року в березні завантаженість готелю збільшилася в три рази в порівнянні з попереднім роком, а в квітні майже у два рази.

Обсяг наданих послуг є основним джерелом покриття витрат, понесених підприємством, та отримання прибутку. Аналіз основних економічних показників діяльності готельної корпорації “Solisko” у 2017-2019 роках наведено у таблиці 2.3. Проаналізувавши динаміку основних фінансових результатів діяльності готельного підприємства можемо зробити висновки, що загалом динаміка є позитивною.

Таблиця 2.3

Динаміка основних фінансово-господарських результатів діяльності готелю “Solisko” за 2017-2019 р. р.

Показники	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення +/-			
				2018/2017		2019/2018	
				Абс. відхил.	%	Абс. відхил.	%
Дохід, тис. євро	801,6	835	919,8	33,4	4,2	84,8	10,6
Поточні витрати, тис. євро	672,0	680,3	689,8	8,3	1,2	9,5	1,4
Прибуток від операційної діяльності, тис. євро	129,6	154,7	230,0	25,1	19,4	75,3	48,7
Рентабельність реалізації, %	16,2	18,5	25,0	2,3	13,4	6,5	35,1
Рентабельність операційних витрат, %	19,3	22,7	33,3	3,2	16,4	10,6	47

Порівнюючи з попереднім роком дохід від реалізації послуг зріс на 84,8 тис. євро та збільшився на 10,6 % у порівнянні з попереднім 2018 роком. Із зростанням обсягу доходів від реалізації відповідно зріс і прибуток готельної корпорації. Прибуток від операційної діяльності зріс на 75,3 тис. євро та зріс аж на 48,7 % в порівнянні з 2018 роком.

Рентабельність реалізації є основним індикатором для оцінки фінансової ефективності компанії і вона зросла у порівнянні з попереднім роком. Темпи зростання виручки випереджають темпи зростання витрат, що свідчить про зростання обсягів продаж. Рентабельність операційної діяльності свідить про ефективність операційних витрат, пов'язаних з формуванням виробничої собівартості, збутовою діяльністю та загальногосподарським управлінням.

Таким чином, можемо зробити висновки, що економічний потенціал готельної корпорації “Solisko” досить високий. Провівши низку порівнянь та аналізів, бачимо, що дохід підприємства є постійно та стабільно зростаючим і компанія є успішною на міжнародному ринку готельних послуг.

2.2. Дослідження бізнес процесів готельної корпорації “Solisko”

Готель надає всі необхідні послуги з розміщення, харчування, оздоровлення туристів та конференц послуги. Схематично ми можемо показати всі напрямки діяльності готельної корпорації “Solisko” на дереві бізнес напрямів (рис.2.4).

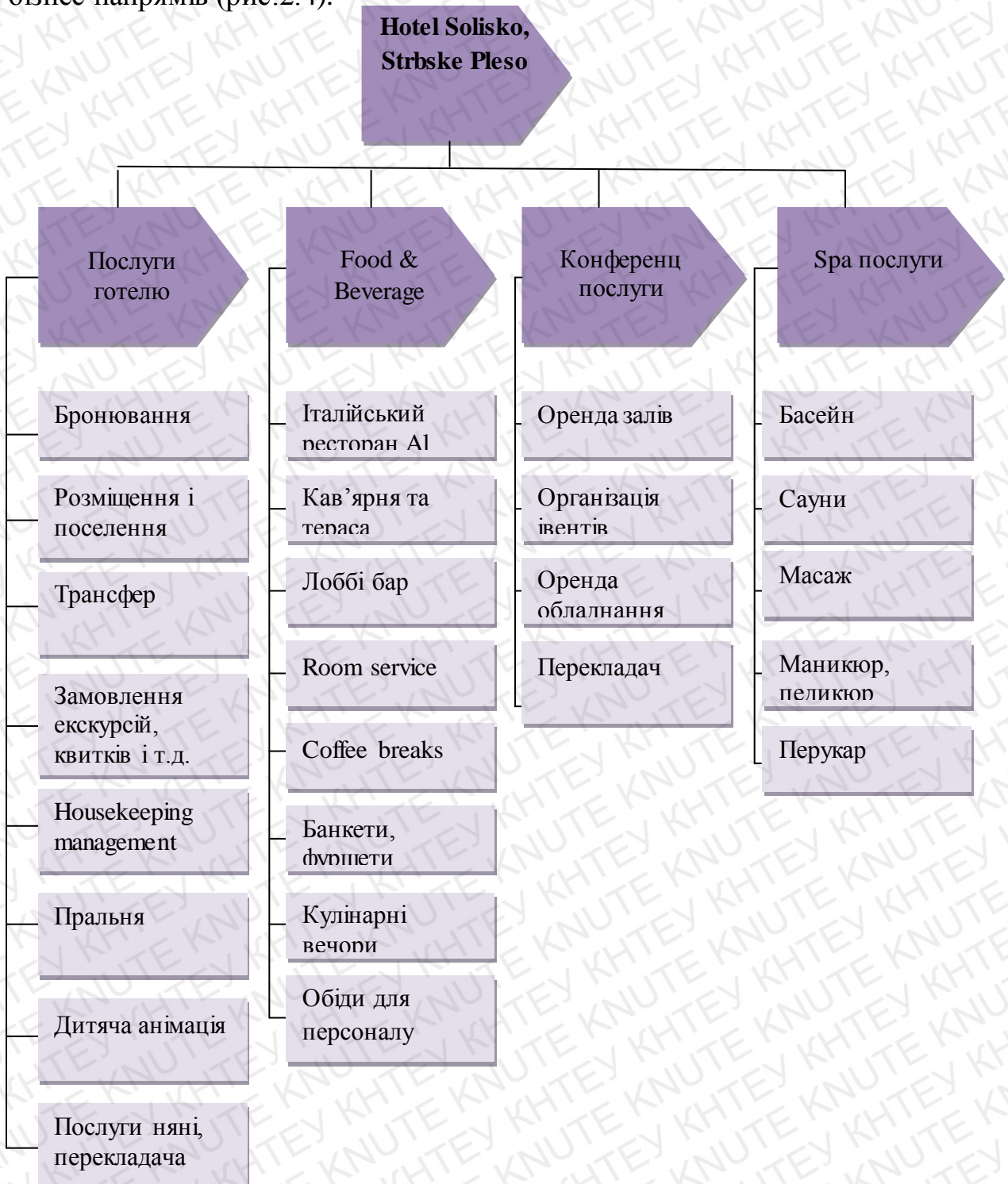


Рис.2.4. Дерево бізнес напрямів готелю “Solisko”

Вищий рівень управління готельним підприємством представлений власником готелю і виконавчим директором в одній особі. В обов'язки директора входять рішення задач, пов'язаних із загальними напрямками діяльності підприємства, в тому числі - проведення фінансової політики, до якої можна віднести визначення лімітів витрат на утримання персоналу, граничних асигнувань на адміністративні та господарські потреби, питання закупівельної політики тощо. Також він займається організацією робочого процесу і контролює роботу всіх служб готелю. Загальна чисельність персоналу 35 чоловік. Організаційна структура готельного підприємства "Solisko" зображена на рис.2.5.

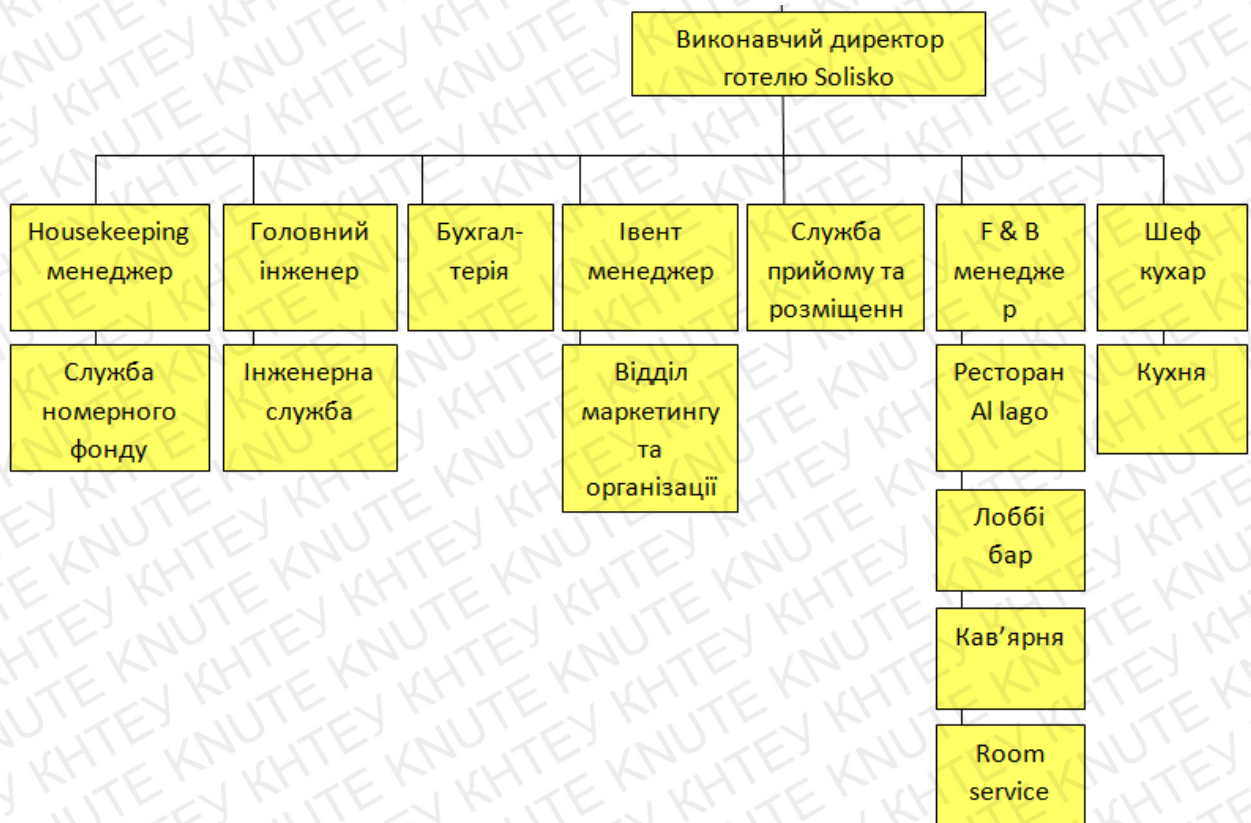


Рис.2.5. Організаційна структура готелю "Solisko"

Недоліками даної структури управління є відсутність тісного взаємозв'язку між виробничими відділеннями та недостатньо чітку відповідальність, оскільки розробник рішення, частіше за все, не бере участь в його реалізації.

Дорожня карта створення бізнес системи управління процесами на підприємстві готельних послуг “Solisko” дає можливість побачити взаємодію всіх підрозділів компанії і зрозуміти, де можуть виникати збої і помилки, та де існують дублюючі функції, відсутні кадрові одиниці (рис.2.6).

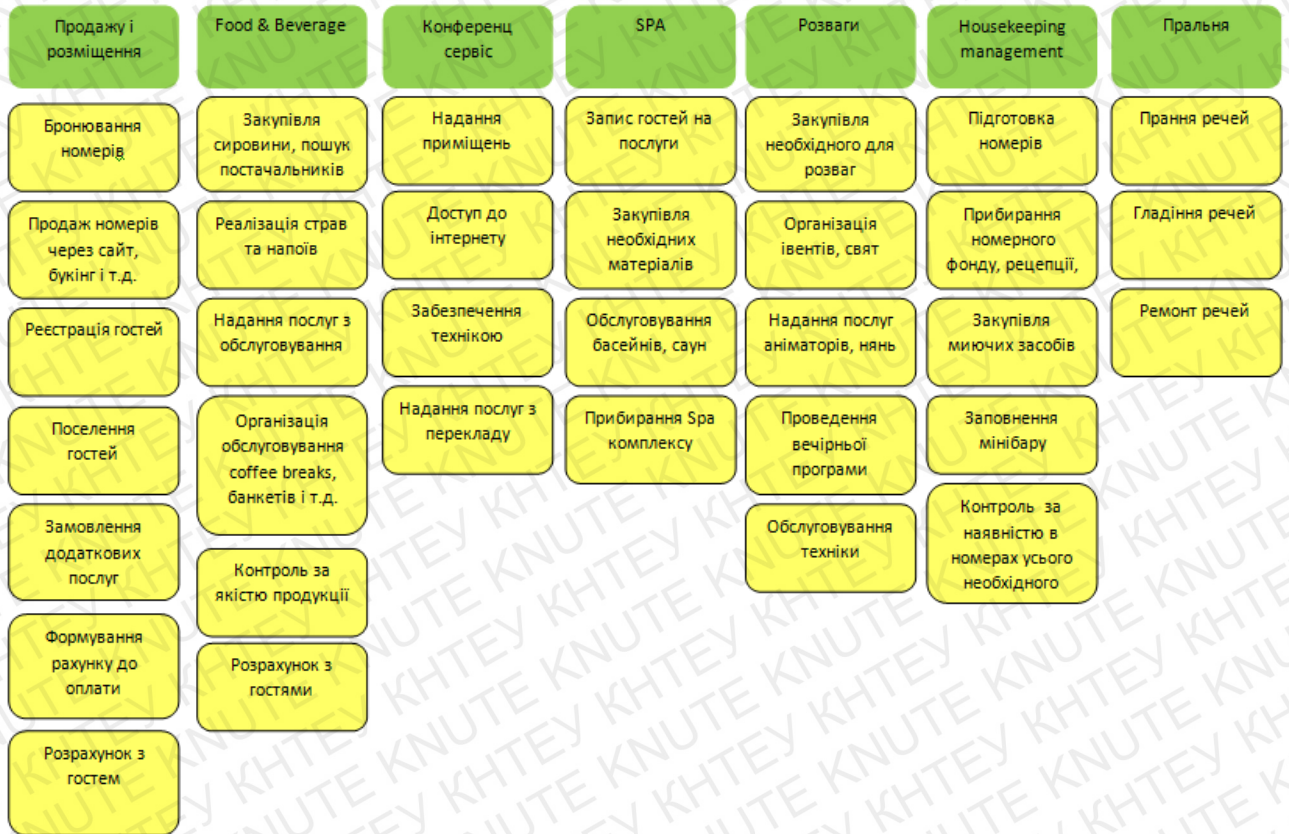


Рис.2.6. Управління процесами на підприємстві готелю “Solisko”

Крім того такий процесний підхід допомагає в побудові системи мотивації співробітників. Кожен співробітник розуміє свою роль в бізнес-процесах, зону відповідальності і результат роботи. На мою думку, якщо процеси компанії прописані, легше проходить адаптація працівників, розробка посадових інструкцій.

Для виявлення проблем та слабких сторін готельної корпорації “Solisko” також було проведено аналіз внутрішнього середовища готелю, в якому вказані сильні та слабкі найбільш важливі фактори, з урахуванням впливу яких необхідно розробляти загальну стратегію підприємства. (табл..2.4).

Таблиця 2.4

Аналіз внутрішнього середовища готелю “Solisko”

Внутрішні чинники	Вага фактора	Оцінка фактора, бали	Зважена оцінка фактора
Сильні сторони готелю			
Надійний, професійний менеджмент	0,2	5	1
Наявність необхідних фінансових ресурсів	0,2	3	0,6
Розширення спектру послуг, що пропонуються	0,1	4	0,4
Поліпшення комфортабельності номерного фонду	0,1	5	0,5
Наявність чіткої стратегії	0,2	5	1
Репутація та сила бренду	0,2	4	0,8
Сумарна зважена оцінка			4,3
Слабкі сторони готелю			
Інноваційні технології	0,2	3	0,6
Наявність претензій з боку споживачів до готелю	0,2	4	0,8
Недостатньо широка мережа партнерів	0,2	2	0,4
Система бронювання	0,2	5	1
Недостатньо висока кваліфікація персоналу	0,2	4	0,8
Сумарна зважена оцінка			3,6

Після проведення внутрішнього аналізу готелю, визначено, що готель має ряд проблем і потребує підвищення кваліфікації персоналу, або мінімізації їхньої роботи, де це можливо. Можна запропонувати удосконалення корпоративної системи бронювання готельних послуг за допомогою впровадження інноваційних технологій для вирішення існуючих проблем готельної корпорації “Solisko”.

2.3. Оцінка бізнес-процесу бронювання готельної послуги в готелі “Solisko”

Потенційний клієнт готелю “Solisko” може забронювати готельний номер декількома варіантами. Готель підключений до глобальних каналів дистрибуції (GDS) за допомогою безшовного з'єднання, що дозволяє готелю здійснювати продаж номерного фонду в системах Amadeus, Galileo, Sabre і Worldspan. В результаті готель, використовуючи єдиний код GDS, стає доступним для більш ніж 800 000 турагентств у всьому світі. Але, на жаль, досить малий відсоток нових клієнтів бронюють готельний номер саме через цю систему. Значно поширенішим в Словаччині та й у світі загалом є бронювання через Booking.com, Expedia.com, Hotelscombined.com. Однак

найпоширенішим способом є бронювання через E-mail листування чи телефонний дзвінок. Гості, котрі є постійними клієнтами готелю настільки звикли до такого простого їм способу бронювання і уваги до них, а керівництво готелю відповідно не хоче віддавати комісійну винагороду автоматизованим системам Інтернет бронювання. Однак за такої системи бронювання виникають проблеми з овербукінгом, в зв'язку з неможливістю швидкої синхронізації всієї інформації з різних джерел до одного пакету управління готелем.

Звичайно готелю також не вигідно недотримувати прибуток, якщо вони продають номер через Expedia.com (комісія 20%) та Booking.com (комісія 15%). Більше того, постійні клієнти вже давно знають бренд готелю та зв'язуються напряму з готелем. Готель має власний сайт <https://hotelsolisko.sk/> (додаток В), на якому розміщено всю основну інформацію про готель, фото, прейскуранти та контакти, за якими можна з'єднатися з відділом бронювання та забронювати собі номер. Однак окремої функції бронювання на сайті, що було би дуже зручно поки ще немає.

Готель часто стикається з проблемою неповної завантаженості через ситуації скасування броні на Booking.com чи Expedia.com. Як правило, менеджери обмежують бронювання тільки наявністю вільних місць. Однак вони часто виявляються в ситуації, коли номери залишаються незайнятими. Факти свідчать, що близько 20 % гостей, що зробили негарантоване бронювання, і близько 5 %, що зробили гарантоване замовлення, не скористаються своєю бронею. Продумана політика "подвійного бронювання" скорочує випадки неявки гостей.

Аналіз інформації з бронювання у готелі "Solisko" здійснюється залежно від каналів її надходження (заявки від туристських фірм, автоматичних систем бронювання, листи, факси, повідомлення, тощо); по датах заїзду (поточні, заявки подані в день поселення; перспективні - заявки на поточний місяць тощо); за громадянством і кількістю гостей.

Інформаційна система готелю складається з пакетів спеціальних комп'ютерних технологій, програмних продуктів загального користування та систем Інтернет бронювання (рис.2.7).

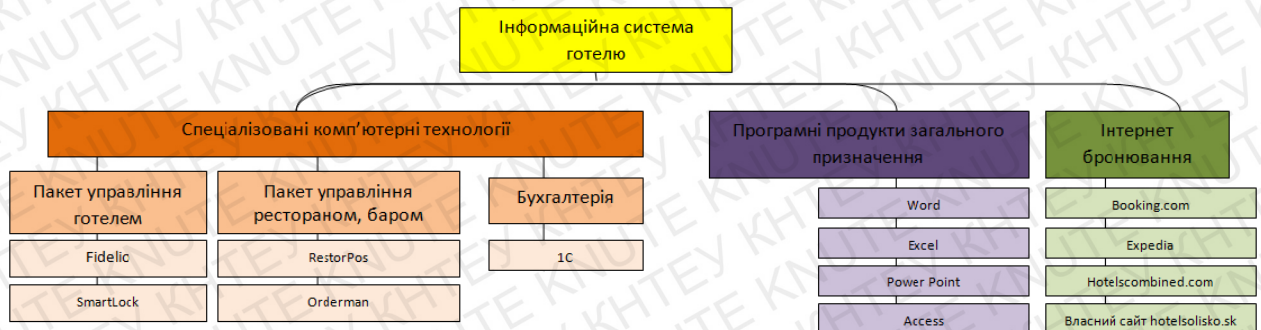


Рис.2.7. Інформаційна система готелю “Solisko”

Бізнес процес бронювання номеру оточений великою кількістю інформаційних потоків (рис.2.8). Грамотна організація обміну інформацією між цими ланками дозволяє скоротити час обслуговування гостя до мінімуму.

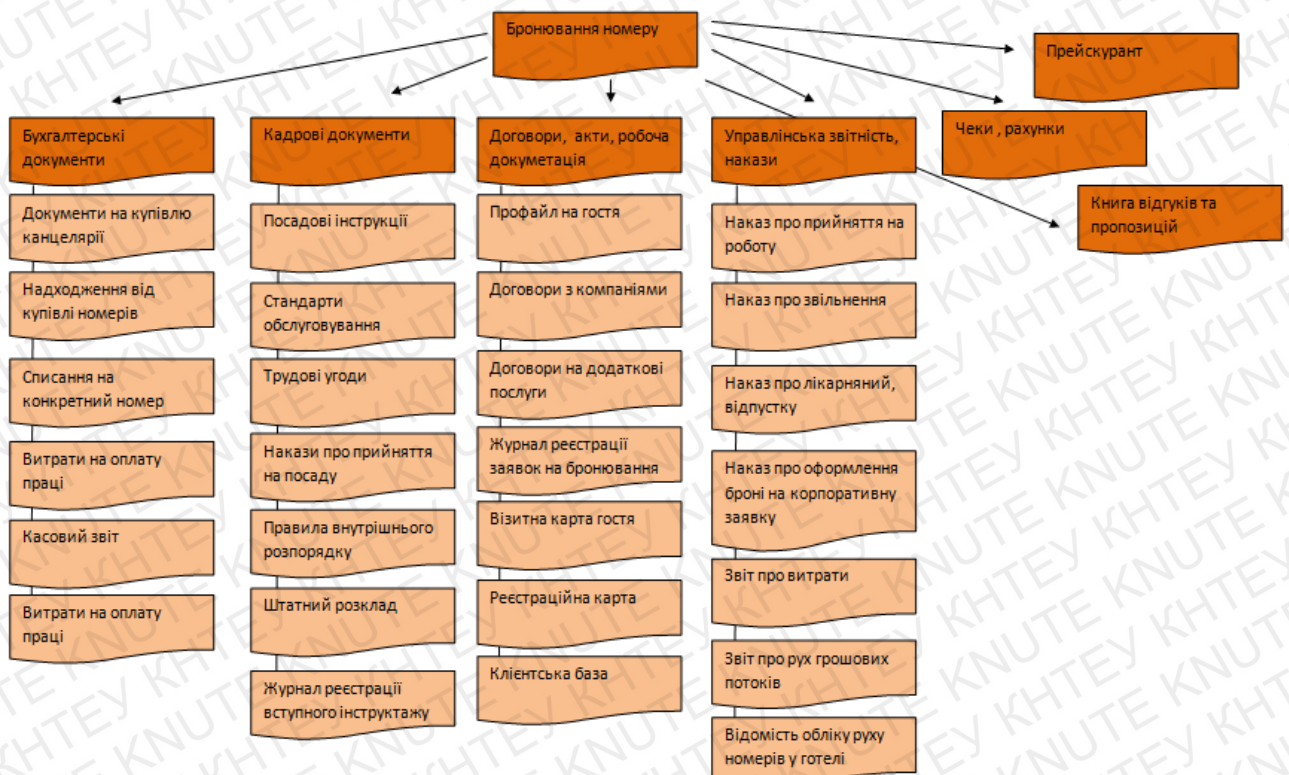


Рис.2.8. Інформаційні потоки готелю “Solisko”

Автоматизація усіх бізнес процесів та обмін інформацією між усіма службами готелю здійснюється через автоматизовану систему управління

Fidelio. Процес здійснення бронювання здійснюється через модуль бронювання. Бізнес процес бронювання готельного номеру схематично зображено на рис. 2.9.

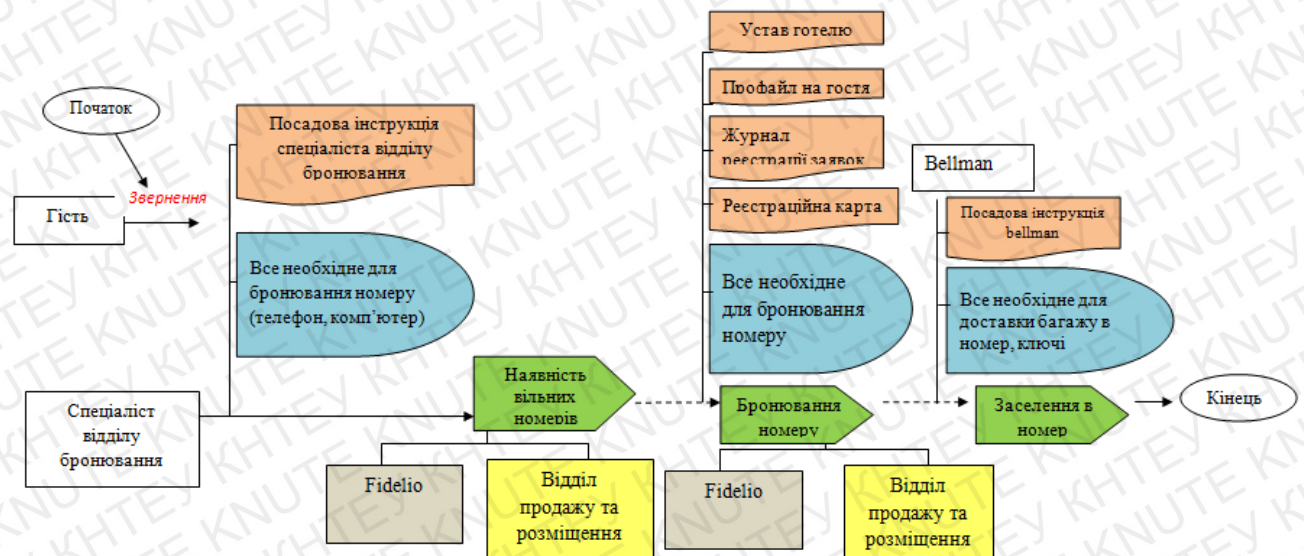


Рис.2.9. Бізнес процес бронювання готелю “Solisko”

Визначення послідовності завантаження готелю визначає порядок задоволення заявок. Насамперед, задовольняються заявки на бронювання від керівника готелю. Після цього виконується бронювання заявок, що надійшли від автоматичної системи бронювання. Договори, укладені з провайдерами цих систем, передбачають беззастережне виконання заявок, якщо номери були виставлені підприємством на продаж у системі. Після цього виконуються заявки отримані по пошті, телефону тощо [41]. Часто саме через недотримання працівниками порядку визначення послідовності завантаження готелю і виникає проблема овербукінгу в готелі “Solisko”.

Говорячи про систему автоматизованого управління готелем Fidelio, потрібно відзначити, що вона створює ряд проблем в роботі готелю, організації продажів і бронювання. Для виявлення сильних та слабких сторін корпоративної системи бронювання готельних послуг необхідно провести детальний SWOT-аналіз та розглянути основні способи вирішення цих питань (табл.2.5).

Таблиця 2.5

SWOT-аналіз готелю “Solisko” та його корпоративної системи бронювання

		Можливості	Загрози
		<ul style="list-style-type: none"> - Концентрація на вузькому цільовому сегменті - Ріст привабливості курорту - Ріст продажів через Інтернет - Збільшення швидкості процесу бронювання - Вдосконалення сервісу - Вдосконалення менеджменту 	<ul style="list-style-type: none"> - Прихід на ринок міжнародних готельних мереж - Зменшення тур потоку до курортного регіону - Сезонність - Ріст вимог клієнтів до якості готельних послуг - Висока конкуренція - Поява принципово нового товару - Криза після коронавірусу
Сильні сторони	<ul style="list-style-type: none"> - Відомість на міжнародному ринку - Сучасні технології - Постійні клієнти - Власний сайт - Високий контроль якості 	<ul style="list-style-type: none"> Інтенсивна маркетингова діяльність Постійний контроль якості обслуговування Вихід на нові ринки 	<ul style="list-style-type: none"> Підвищення конкурентоспроможності за рахунок підвищення якості обслуговування. Формування маркетингової інформаційної системи
Слабкі сторони	<ul style="list-style-type: none"> - Нестача кваліфікованих працівників - Не повна завантаженість виробничих потужностей - Проблема овербукінгу - Нескоординована робота з усіма службами готелю - Застаріле устаткування (деяке) - Низька ефективність власної системи Інтернет-бронювання - Незручна і морально застаріла АСУ 	<ul style="list-style-type: none"> Підвищення рівня кваліфікації персоналу або впровадження технологій, що мінімізують його участь в процесах обслуговування. Купівля нового обладнання. Формування лояльності на основі досліджень. Пошукова оптимізація сайту та форма для бронювання. Впровадження нової АСУ 	<ul style="list-style-type: none"> Формування лояльності вже існуючих клієнтів. Активна рекламна політика. Удосконалення маркетингової діяльності. Мотивація і навчання персоналу.

По-перше, через кілька років роботи системи, деякі модулі почали застарівати і вимагають постійного доопрацювання і оновлення. А

повноцінне оновлення усіх модулів є досить дороговартісним. Крім того, Fidelio підходить більше для великих готельних підприємств. Готель “Solisko” просто не використовуватиме весь потенціал оновленої системи навіть на 50%.

По-друге, спочатку автоматизована система управління була досить «складною» і «заплутаною» (за словами персоналу готелю), що призводило до помилок. І зараз для нового персоналу вона є важкою для опанування. Часті збої у роботі системи бронювання ведуть до проблем у роботі всіх інших служб готелю, модуль клієнтської бази також не завжди підтягує повну інформацію. У зв'язку з цим можна говорити про те, що назріла необхідність вдосконалення автоматизованої системи управління готелем або її заміни на більш сучасну систему.

Поєднавши готельну АСУ і систему Інтернет бронювання, готель одержує можливість оперативного обміну інформацією про вільний номерний фонд, про пропоновані готелем категоріях номерів і послуги, а також про поточні тарифи, знижки, спеціальні програми для гостей і т.д. Отримавши можливість як завгодно часто поновлення тарифів, готель в свою чергу зможе вести більш гнучку цінову політику і адекватно реагувати на попит. Вже на етапі бронювання, гість може скласти своє враження, не засноване на чужих думках, і приблизно представити, який рівень сервісу в готелі варто очікувати

Після проведення внутрішнього аналізу готелю, визначено, що готель має ряд проблем і необхідне підвищення кваліфікації персоналу, або мінімізації їхньої роботи, де це можливо. Дуже нагальним є вирішення проблеми овербукінгу в готелі та неповною завантаженістю номерного фонду, поганої координації роботи його служб. Бажання повної інтеграції усіх бронювань до єдиної системи управління готелем і мінімізації помилок персоналу і оновлення застарілого інтерфейсу уже давно підштовхує керівництво до впровадження нової корпоративної системи бронювання.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СИСТЕМИ ГОТЕЛЬНОЇ КОРПОРАЦІЇ “SOLISKO”

3.1. Етапи вдосконалення корпоративної системи бронювання “Solisko”

Найперше, що можна запропонувати задля впровадження нової системи бронювання, це максимально формалізувати всі контури, які потребують автоматизації та удосконалення. Керівники готельної корпорації, при впровадженні системи бронювання повинні всіляко сприяти відповідальній групі фахівців, що проводить впровадження проекту та вести роз'яснювальну роботу з кадрами. Сучасна автоматизована система має обов'язково мати позитивний досвід в експлуатації подібних до нашого готелів та підтримуватися фірмою, яка її створила.

Потрібно обрати ту автоматизовану систему, яка буде максимально зручною в користуванні, буде мінімізувати людський фактор, суттєво знизить ступінь обробки саме персоналом заявок на бронювання. Необхідним є можливість інтегруватися з усіма глобальними дистриб'юторами, альтернативними системами бронювання, формою бронювання на сайті та месенджерами. Потрібно бачити в результаті швидший процес та підвищення якості обробки бронювань, що підвищить конкурентоздатність готелю та рентабельність готельної корпорації в цілому.

Серед відповідних до вимог готелю систем управління, ми виділили три, що відомі та представлені на міжнародному ринку Словаччини та провели порівняльний аналіз потенційних автоматизованих систем управління, що наведений у таблиці 3.1.

Оцінивши запропоновані варіанти за ціною, якістю, наявністю необхідних параметрів для безперебійної та швидкої роботи всіх модулів автоматизованої системи управління готельною корпорацією, було прийняте рішення про впровадження Logus HMS від Libra hospitality.

Таблиця 3.1.

Порівняльна оцінка автоматизованих систем управління

Критерії	FIDELIO	Bookolo system	Logus HMS
Вартість системи	4 500 євро	1 800 євро	2000 Євро
Інтеграція в Microsoft office	Є	Немає	Є
Автоматичний збір тур податку, та інші особливості оподаткування	Так	Так	Так
Для яких готелей	Великі готелі	Готелі до 100 номерів, бізнес готелі	Для малих готелів до 50 номерів
Інтеграція з формою бронювання на сайті та месенджерами	Немає	Є	Є
Модулі	1. Клієнська база даних 2. Бронювання 3.Стійка реєстрації 4. Касирство 5.Управління кімнатами 6.Управління конференціями та громадським харчуванням 7. Нічний аудит	1. Бронювання 2. Аудит та управлінський контроль 3.Продаж і маркетинг 4.Ревенью менеджмент	1.Прийом та розміщення 2.Групове бронювання 3.Модуль клієнтів 4.Управління номерним фондом 5.Адміністрування 6. Звіти 7.Tech Alarm Support 8.Sms та E-mail сповіщення
Оцінка інтерфейсу (5 макс.)	3	4	5
Широта функцій (5 макс.)	5	4	5
Оцінка зручності користування (5 макс.)	3	4	5

Система управління готелем Logus HMS дозволяє втілити в життя будь-які технології для ведення готельного бізнесу та вибудувати грамотний діалог з гостями. Компанія працює на міжнародному ринку готельних послуг з 2002 року та займається виключно готельними технологіями. Система захищає інтереси власників бізнесу, робить управління для топ-менеджменту

більш ефективним, виключає помилки з боку персоналу, робить готель доступнішим і зручнішим для гостей [43].

Система має модуль, що дозволяє взаємодіяти з Booking.com, Expedia, Ostrovok, глобальними дистриб'юторами Sabre, Galileo, Amadeus та Worldspan і приймає бронювання на номери в автоматичному режимі, відправляючи Sms та E-mail сповіщення.

Logus HMS підходить для різних одиниць продажів: продаж номерів (кімнат) та продаж ліжко-місць. Для обраної одиниці, вартість може розраховуватися: по ночам, по днях, по годинах. Весь функціонал системи побудований не просто на обробку потоку бронювань, але на управління продажами з метою збільшення прибутку. Для цього реалізовані механізми блокування тарифних планів, продажу кімнат певного типу, установки лімітів перебронювання, а також планок minimum-stay. Один тарифний план, який змінюється по сезонах, днях, в залежності від довжини проживання і пакета послуг, який в нього включений.

Система корпоративного бронювання стикується з ІС. В Logus HMS, крім стандартних функцій, реалізована давно відома техніка поділу рахунків гостей при проживанні в одному номері з різними тарифними планами і наборами пакетів послуг (послуг харчування, лікувально-оздоровчих і так далі). Інструменти роботи з додатковими послугами включають прогнозування нарахування і надання послуг. Автоматизовано підтвердження бронювань звільнить робочий співробітників для більш корисних завдань. Logus HMS сама повідомить гостю номер його броні, дати проживання і тариф. Для цього буде потрібно лише взяти його e-mail або номер телефону.

Logus HMS - самостійна система. Вона знає, якщо щось не так, і сама повідомляє про це в Технічну підтримку (Tech Alarm System). І найголовніше, Logus HMS має величезний і доступний спектр інтеграцій:

- стиковка з ресторанної системою, щоб гість міг оплатити рахунок при виїзді;

- стиковка з системами онлайн бронювання, щоб гість бронював номер сам у Вашій системі управління;
- стиковка з системою оплати бронювань через міжнародну мережу терміналів оплат та системою авторизації банківських карт;
- стиковка з системою енергозбереження та електронних замків Smart Lock, що функціонують в готелі “Solisko”;
- стиковка з фіскальним реєстратором.

Оновлена система управління вирішує всі проблеми організації обліку грошових коштів ресторану і надання можливості клієнтам готелю оплачувати абсолютно всі рахунки при виїзді, забезпечує контроль над діями адміністраторів на всіх етапах розміщення гостя, від бронювання до виїзду його з готелю.

Необхідно за рекомендацією підрядника придбати наступне:

- 1) один сервер і робочі станції;
- 2) придбати ліцензію Logus HMS на використання системи управління готелем;
- 3) додатково закупити інтерфейси з точками громадського харчування, с фіскальним реєстратором та системою електронних замків.

Потрібно провести атестацію робочих місць з урахуванням можливостей впроваджуваної системи та планованих змін в бізнес процесах. Так як готель “Solisko” успішно працює на ринку готельних послуг, то більшість етапів з монтажем і установкою робочих станцій вже було проведено раніше.

Нова система бронювання дає можливість ефективно управляти номерним фондом готелю, збільшуючи дохід підприємства за рахунок оптимізації завантаження, автоматизує всі дії процесу бронювання. Logus HMS спрощує процес надання послуг для гостей і дозволяє досягти високої ефективності роботи персоналу. Крім впровадження нової системи управління готелем, планується реалізація удосконалення корпоративна система управління взаємовідносинами з клієнтами на базі CRM Bitrix 24. Цей продукт повністю інтегрований з системою управління. Система дає

повну аналітику по кожному клієнту, дозволяє інтегрувати Інтернет бронювання з месенджерів Telegram, Instagram, Facebook, нової форми бронювання на сайті, що є так зручно і актуально.

Bitrix 24 - платформа для вирішення завдань щодо поліпшення взаємовідносин з гостями, визначення й сегментації їх інтересів, автоматизації процесу бронювання номерів, надання послуг, стимулювання повторного приїзду. Усі канали зв'язку з гостями готелів (телефонія, електронна пошта, соціальні мережі й месенджери) зводяться в єдину систему, в якій вони обробляються. Програма допомагає значно спростити управління персоналом, полегшити роботу менеджерів і адміністраторів, а також покращити рівень спілкування з клієнтами [45].

Клієнти отримують спеціально настроєні листи електронною поштою, а також голосові та текстові повідомлення на телефон, в месенджери чи соціальні мережі. Інформування гостей відбувається без участі менеджерів, що виключає помилки людини в обробці даних. Комунікації настроюються таким чином, щоб спонукати відвідувачів використовувати додаткові пропозиції компанії. Також систему можна інтегрувати з сервісами бронювання номерів. Таке рішення дозволяє автоматично приймати, підтверджувати замовлення й знімати передоплату. Вартість хмари “Старт +” Bitrix 24 з усіма необхідними інтеграціями для нашого малого готелю “Solisko” становитиме 110 Євро на рік.

Наступним етапом для удосконалення корпоративної системи бронювання готелю “Solisko” можна запропонувати створення форми на сайті готелю на Інтернет бронювання готельного номеру, що інтегруватиметься до нової автоматизованої системи управління. Веб студії з розробки сайтів пропонують розробки таких модулів. Вартість розробки становитиме близько 100 Євро та даватимуть такі можливості для гостя: вибір дати заїзду та виїзду в календарі, вибір кількості дорослих і дітей, а так само валюти; всі варіанти номерів, їх опис і фото; ціна; заповнення особистої інформації, вибір способу оплати, інформація по кредитній карті,

вибираються додаткові сервіси готелю; СМС і лист після підтвердження бронювання; онлайн оплата .

Макет форми для бронювання номеру на сайті готелю “Solisko” зображено на рисунку 3.1.

The image shows a web form for hotel booking. At the top, it says 'Бронювання' (Booking) and a note: 'Найвигідніше - бронювати безпосередньо через веб-сайт готелю. З двох ночей у вартість входить напівпансион.' Below this are several input fields: 'Виберіть тип кімнати' (Select room type) with a dropdown arrow; 'Ім'я' (Name) and 'Прізвище' (Surname) text boxes; 'Прибуття' (Arrival) and 'Візд' (Departure) date pickers; 'Кількість дорослих' (Number of adults) and 'Кількість дітей' (Number of children) text boxes; 'Електронна пошта' (Email), 'Телефон' (Phone), and 'Країна' (Country) text boxes; and a large text area for 'Посилання або інші ваші побажання проживання' (Comments or other accommodation wishes).

Рис.3.1. Макет форми Інтернет бронювання на сайті

Таким чином, оцінивши рівень автоматизації готелю, провівши порівняльний аналіз наявних на міжнародному ринку автоматизованих систем управління готельних послуг, проаналізувавши функціональність модулю бронювання в обраній системі та дослідженні нових технологій в Інтернет бронюванні, було розроблено проект по впровадженню сучасної корпоративної системи бронювання.

3.2. Проект розвитку системи бронювання готельної корпорації “Solisko”

Задля впровадження нової корпоративної системи бронювання готелю “Solisko” можна запропонувати низку заходів та сформувані організаційний план їх реалізації. Реалізація проекту буде здійснюватися поетапно протягом двох тижнів (табл.3.2).

Таблиця 3.2

**Організаційний план реалізації заходів по удосконаленню системи
корпоративного бронювання готелю “Solisko”**

Заходи	Графік робіт та кількість днів виконання														Разом		
	30.11	1.12	2.12	3.12	4.12	5.12	6.12	7.12	8.12	9.12	10.12	11.12	12.12	13.12		14.12	15
Організація фінансування проекту	+																1
Розробка технічних умов впровадження нової системи бронювання	+																1
Купівля ліцензії Logus HMS		+															1
Встановлення Logus HMS			+														1
Установка всіх модулів і інтеграцій служб готелю			+														1
Удосконалення та наповнення власного сайту		+	+	+	+												4
Розробка та установка форми бронювання на сайті				+	+												2
Придбання та впровадження CRM Bitrix 24				+													1
Синхронізація всієї системи бронювання				+	+												2
Підвищення кваліфікації персоналу, тренінги, інструкції, гайди						+	+	+	+								4
Найм SMM фахівця						+											1
Активізація роботи соцмереж Instagram, Facebook							+		+	+	+				+		5
Перегляд умов співпраці з Booking.com, Expedia та ін.								+									1
Тестування системи корпоративного бронювання						+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	10
Підбивання підсумків															+		1

Готель “Solisko” вже має сучасне комп’ютерне оснащення робочих місць і майже всі необхідні технічні умови для впровадження нової системи бронювання та встановлення Logus HMS. На основі цього було складено перелік затрат на реалізацію проекту розвитку корпоративної системи бронювання, який наведено у таблиці 3.3. Визначено, що капітальні вкладення по проекту становитимуть 2910 Євро.

Таблиця 3.3

Капітальні вкладення по проекту впровадження сучасної системи бронювання

Назва	Вартість
Ліцензія Logus HMS	1100 Євро
Програмне забезпечення Logus HMS	900 Євро
Установка додаткових модулів для ресторану, Smartlock і тд.	115 Євро
Послуги спеціаліста по впровадженню системи	35 Євро
Форма для бронювання на сайті	100 Євро
CRM Bitrix 24	110 Євро
Найм SMM спеціаліста та реклама	250 Євро
Підвищення кваліфікації персоналу, тренінги	300 Євро
Всього	2910 Євро

Головною метою впровадження сучасної корпоративної системи є підвищення якості обслуговування клієнтів в готелі і поліпшення процесу управління. Важливим є налаштування інтеграції Logus HMS з ресторанною системою, з системою оплати бронювань через міжнародну мережу терміналів оплат та системою авторизації банківських карт. Модулі інтеграції з системою енергозбереження та електронних замків Smart Lock, що функціонують в готелі “Solisko” та фіскальним реєстратором не впливають на роботу системи бронювання, але не є менш важливими.

Необхідно налаштування інтеграції нашої сучасної автоматизованої системи управління з системами онлайн бронювання. та реалізація удосконалення корпоративної система управління взаємовідносинами з клієнтами на базі CRM Bitrix 24, що дає таку можливість.

Згідно дослідженням М. Даниленко, в Європі спостерігається тенденція бронювання місць в готелях туристами напряду, обминаючи

посередників, що дає можливість зекономити до 40 % вартості. За даними Єврокомісії, на сьогоднішній час 62 % європейських готелів приймають бронь на номери не від туроператорів, а від клієнтів через Інтернет [48]. Тому задля удосконалення пошукової оптимізації та задля збільшення бронювань і їх зручності необхідні такі дії:

- робота з веб-сайтом підприємства спрямована на створення оптимальної структури (наявність зручних для споживачів форм спілкування, доречну кількість сторінок, збільшення мультимедійних файлів) та якісного контенту, що має унікальний характер з визначеною частотою оновлення інформації;
- діяльність у соціальних мережах, що зараз є повноцінним інструментом здійснення інтернет бронювання .

Також велика кількість опитуваних гостей написали, що вперше ознайомилися з готелем та забронювали готельний номер на Booking.com та Hotels.com. Відповідно можна зробити висновок, що найкращу пошукову оптимізацію мають саме ці ресурси. Тому не можна залишити осторонь альтернативні системи бронювань, але і не є необхідним співпрацювати з їх великою кількістю. М. Даниленко відмічає також, що аналогічний розподіл позицій дублюється і при брендovanому запиті, в якому присутня назва конкретного готелю. Так, у 60 % брендovаних запитів перше місце у пошуковій видачі відводиться ресурсу Booking.com у вигляді контекстної реклами [47].

Однак, слід враховувати комісію Booking.com – 15 %. Тобто кожного разу, коли готельний номер бронюється через цю альтернативну систему бронювання, готель недоотримує свій , який міг би отримувати, якщо номер забронювали через інші системи бронювання. Наша CRM Bitrix 24 в інтеграції з Logus HMS дають можливість вибору порядку обробки бронювань. І важливим є в пік сезонів налаштувати спочатку підтвердження онлайн бронювань з форми на сайті, месенджерів, та від постійних клієнтів, а вже потім за наявності вільних місць обробку бронювань з Booking.com,

Hotels.com, Expedia чи інших альтернативних систем бронювань, які беруть комісію за свої послуги.

Основними показниками якості для системи бронювання та служби прийому і розміщення є час обслуговування і безпомилкова відповідність побажанням клієнта. Нова система вирішить проблему овербукінгу в готелі в пікові сезони, невеликої завантаженості номерного фонду, розвантажить співробітників відділу бронювання та підвищить оперативність процесу бронювання для гостей. Розрахунок середніх витрат часу на обслуговування гостей на стійці ресепшену завдяки впровадженню нової системи бронювання наведено в таблиці 3.4

Таблиця 3.4

Час обслуговування гостя завдяки використанню Інтернет технологій та новій системі бронювання

Параметри	Значення
Кількість клієнтів, що обслуговуються за рік	6500 ос.
Час на зустріч 1 клієнта (вігання, багаж)	5 хв
Час оформлення заселення 1 клієнта	10 хв
Уточнення побажань клієнта щодо сервісу номера та додаткових послуг	5 хв
Внесення даних про клієнта в базу	5 хв
Передача інформації про клієнта в інші відділи	5 хв
Базовий час на формування повного рахунку клієнта при виселенні, з урахуванням усіх використаних послуг готелю	6 хв.
Параметри в проектному варіанті	
Кількість клієнтів, що обслуговуються за рік	6500 ос.
Час на зустріч 1 клієнта (вігання, багаж)	5 хв
Час оформлення заселення 1 клієнта	3 хв
Уточнення побажань клієнта щодо сервісу номера та додаткових послуг	1 хв
Внесення даних про клієнта в базу	0 хв
Передача інформації про клієнта в інші відділи	0 хв
Проектний час на формування повного рахунку клієнта при виселенні, з урахуванням усіх використаних послуг готелю (робота з картою клієнта в Logus HMS)	1 хв

У проектному варіанті роботи зі збору та аналізу інформації про клієнта виконуються швидше. Загальний час, який йде на обробку та формування рахунку зменшиться. Якість обслуговування гостя підвищиться за рахунок економії часу персоналу і клієнта.

За рахунок нововведень, можна спрогнозувати збільшення основних фінансових результатів корпорації “Solisko”, а саме прибутку на 4 % (табл.3.5).

Таблиця 3.5

Прогнозовані показники діяльності готелю “Solisko” на плановий період

Показники	Базовий період (2019 р.)	Прогноз на наступний період	Відхилення	
			Абс. відхил.	%
Дохід, тис. євро	919,8	956,6	36,8	4,0
Поточні витрати, тис. євро	689,8	703,6	13,8	2,0
Прибуток від операційної діяльності, тис. євро	230,0	253,0	23,0	10,0
Рентабельність операційної діяльності, %	33,3	36,0	2,6	7,8

Отже, в результаті реалізації проектних заходів передбачається, що готельна корпорація “Solisko” матиме сучасну корпоративну систему бронювання номерів та одночасно нову автоматизовану систему управління готелем, де на високому рівні реалізовані функції контролю і статистики, управління заходами і фінансово-бухгалтерського обліку, що також покращує процес управління та документообігу. Передбачається зростання реалізації основних та додаткових послуг і зростання задоволеності клієнтів від процесу обслуговування. Нова система бронювання дозволить скоротити простій номерного фонду в несезон, проблему овербукінгу в пік сезонів, і оптимізувати бізнес процеси з завантаженням, що призведе до зростання виручки. Крім того, впровадження розроблених заходів забезпечить соціальну ефективність – гості забезпечені якісними послугами та зручним способом бронювання цих послуг, а також персонал забезпечений якісною та сучасною корпоративною системою бронювання готельних послуг.

ВИСНОВКИ

В ході випускної кваліфікаційної роботи на тему : “Корпоративна система бронювання готелю “Solisko” на міжнародному ринку готельних послуг” було розглянуто теоретичні основи дослідження системи бронювання на міжнародному ринку готельних послуг.

Автоматизація всіх функцій підрозділу, а саме бронювання послуг, надасть змогу службовцям раціонально використовувати робочий час та приділяти більше уваги гостю. Тому удосконалення системи бронювання відіграватиме вирішальну роль і у залученні нових гостей. Якщо процес бронювання номерів та послуг у готелі буде доступнішим, простішим, швидшим, то більша кількість нових потенційних клієнтів буде залучена до готелю, і тим самим збільшиться прибуток готелю.

Використання комп'ютерних мереж, Інтернету та інтернет-технологій, програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів готелю сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання на ринку.

Інтернет швидко стає одним з головних засобів для бронювання подорожі або готелю. В наші дні цифрові технології проникають в усі сфери життя, і галузь гостинності не є винятком. У всьому світі системи бронювання давно відомі і популярні, все більше і більше готелів кожен день стають доступні для бронювання через ці канали.

Готель, що представляє свій продукт в глобальних дистриб'юторських системах GDS або альтернативних системах ADS, моментально отримує доступ до мільйонів потенційних клієнтів по всьому світу, істотно збільшуючи також свою ефективність за рахунок зниження витрат. Детальна інформація про готелі, що включає опис номерів, типів цін і графічні файли, потрапляє на тисячі каналів дистрибуції. У той же час, отримуючи бронювання з багатьох джерел, готель витрачає мінімум тимчасових і людських ресурсів на їх обробку.

Великі готельні мережі, як правило, мають прямий зв'язок із глобальними дистрибуторами (GDS), таких як :Sabre, Galileo, Amadeus та Worldspan.

Індивідуальні готелі та невеликі готельні мережі можуть не платити за підписку на GDS та покладаються на інші компанії для забезпечення зв'язку. Тому, зараз популярними платформами он-лайн бронювань для приватних осіб є альтернативні системи бронювання (ADS). Найбільш поширеними ADS у світі та Україні є Booking.com, Expedia.com, HRS, Agoda, Ostrobok.ru, Hotels24.ua, Ozon, Strip та ін.

Системи бронювання готелів можна синхронізувати з поточним веб-сайтом і з Facebook. Це дозволяє гостям забронювати кімнати зручним для них способом через соціальні мережі. Готельні підприємства також починають широко використовувати платформи соціальних мереж, таких як Telegram та Instagram для бронювання та просування своїх послуг.

В другому розділі було проаналізовано функціонування готельної корпорації “Solisko” на ринку готельних послуг Словаччини. Також було розглянуто загальну характеристику організаційно-функціональної діяльності досліджуваної готельної корпорації та проаналізовано бізнес процес бронювання готельної послуги в готелі.

Місія готельної корпорації “Solisko” - надавати розкішне обслуговування для більш вимогливих, перевершуючи очікування гостя, в кращих традиціях гостинності.

Після проведення SWOT-аналізу готелю, ми бачимо, що готель потребує підвищення кваліфікації персоналу, або мінімізації їхньої роботи, де це можливо. Дуже нагальним є вирішення проблеми овербукінгу в готелі та неповною завантаженістю номерного фонду, поганої координації роботи його служб. Для виявлення проблем та слабких сторін готельної корпорації “Solisko” також було проведено аналіз внутрішнього середовища готелю і прийнято рішення про необхідність удосконалення корпоративної системи бронювання.

На основі узагальнень теоретичних положень і аналізу функціонування корпоративної системи бронювання на підприємстві “Solisko” було розроблено пропозиції щодо вдосконалення цієї системи.

Для виявлення сильних та слабких сторін саме корпоративної системи бронювання готельних послуг було проведено детальний SWOT-аналіз та розглянуто основні способи вирішення цих питань.

Найперше, що необхідно зробити задля впровадження нової системи бронювання, це максимально формалізувати всі контури, які потребують автоматизації та удосконалення.

Серед відповідних до вимог готелю систем управління, ми виділили три автоматизовані системи управління готелем та провели порівняльний аналіз.

Оцінивши запропоновані варіанти за ціною, якістю, наявністю необхідних параметрів для безперебійної та швидкої роботи всіх модулів автоматизованої системи управління готельною корпорацією, було прийняте рішення про впровадження Logus HMS, яка буде максимально зручною в користуванні, буде мінімізувати людський фактор, суттєво знизить ступінь обробки саме персоналом заявок на бронювання.

Важливим є можливість Logus HMS інтегруватися з усіма глобальними дистриб'юторами, альтернативними системами бронювання.

Крім впровадження нової системи управління готелем, планується реалізація удосконалення корпоративна система управління взаємовідносинами з клієнтами на базі CRM Bitrix 24. Цей продукт повністю інтегрований з системою управління. Система дає повну аналітику по кожному клієнту, дозволяє інтегрувати Інтернет бронювання з месенджерів Telegram, Instagram, Facebook, нової форми бронювання на сайті, що є так зручно і актуально.

Останнім етапом впровадження нової системи корпоративного бронювання готелю стала розробка заходів та формування організаційного плану їх реалізації. Готель “Solisko” вже має сучасне комп'ютерне оснащення

робочих місць і майже всі необхідні технічні умови для впровадження нової системи бронювання. На основі цього було складено перелік затрат на реалізацію проекту розвитку корпоративної системи бронювання, який становитиме 2910 Євро.

Готельна корпорація “Solisko” матиме сучасну корпоративну систему бронювання та одночасно нову автоматизовану систему управління готелем.

В результаті реалізації проектних заходів передбачається зростання реалізації додаткових послуг і зростання задоволеності клієнтів від процесу обслуговування. Нова система бронювання дозволить скоротити простій номерного фонду в несезон, проблему овербукінгу в пік сезонів і оптимізувати бізнес процеси з завантаженням, що призведе до зростання виручки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. О. Коркуна, В. Холявка, А. Демічковський, О. Боратинський, О.Кулик, О. Піхур / Організація готельного господарства: навчально-методичний посібник для студентів спеціальності «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання / – Львів : Видавництво «Добра справа», 2019
2. О.Д. Стешенко, Є.О. Руделева / оптимізація служби прийому та розміщення як метод підвищення якості послуг / *Економіка й управління в туризмі та готельному господарстві*, 2018
3. Т.П. Кононенко, О.М. Тимофєєва, А.І. Усіна / Інформаційні технології в готельних підприємствах / Харків, 2012
4. Tallina Tehnikaulikool / Hotel reservation system: Analysis / *Infotehnoloogia teaduskond Informaatikainstituut Infosüsteemide õppetool* , 2017
5. How do hotel reservation systems work [www] : <https://www.littlehotelier.com/r/small-hotel-technology/booking-systems/hotel-reservation-systems-work/>
6. І. Пархомець, Ю. Фурманова / Інноваційні технології бронювання та реєстрації в підприємстві готельного господарства / Національний університет харчових технологій, 2018
7. Reservation system of hotel [www] : <http://www.studymode.com/essays/Reservation-System-Of-Hotel-1366649.html>
8. Fidelio V8 // Офіційний сайт компанії Hospitality & Retail Systems. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.hrs.ru/prodsols/hotels/fidelio_8.php
9. Hilton Worldwide / Skift / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotelier.pro/news/item/3117-nassetta>
10. С.В.Шепелева, Г.В. Руденко / Навчальний посібник для студентів напряму підготовки «Готельно-ресторанна справа». [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://studopedia.su/12_36846_organIzatsIya-gotelno-gospodarstva.html

11. <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%BD%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD-%D0%B1%D1%80%D0%BE%D0%BD%D1%8E%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8>
12. Костинець В.В., УДК 338.46 **МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ**
13. УДК 640.41.000.7 *О. В. Полтавська*, **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**
14. Охота, В. І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії / В. І. Охота // *Інвестиції : практика та досвід*. – 2017. – № 5.
15. КИРИЛЮК І. М. **НОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ** . *Стратегічні перспективи готельно-ресторанного бізнесу в Україні: досвід, проблеми та інновації* УДК 330.341.1
Збірник тез доповідей І Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Стратегічні перспективи готельно-ресторанного бізнесу в Україні: досвід, проблеми та інновації» (14-15 лютого 2019 року) / Міністерство освіти і науки України; Житомирський державний університет імені Івана Франка. – Житомир, 2018.
16. ВІКАРЧУК О. І. **ІННОВАЦІЙНИЙ СТАН СФЕРИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**
17. Борисова О.В. **Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні** / О. В. Борисова 083 // *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. – 2012. – Вип. 1(2).
18. Романуха О.М. **Роль крос-культурних комунікацій у менеджменті організацій** / О.М. Романуха // *Вісник Мукачевого національного університету*. – 2017. - №9 - С.608-613
19. Сорокина А.В. **Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах** [Электронный ресурс] / А.В. Сорокина. – Режим доступа: http://www.turbooks.ru/libro/organ_obs_luzh_gost/g2.html
20. Тимошенко З.І. **Маркетинг готельного продукту** [Електронний ресурс] / З.І. Тимошенко, Г.Б. Мунін, В.П. Дишлевий. - Режим доступу: <http://tourism-book.com/pbooks/book-37/ua/>.
21. А Мазаракі, С Мельниченко, М Даниленко - *Вісник Київського національного торговельно ...*, 2018
22. Мазаракі А. А., Ведмідь Н. І. **Сервісна концепція управління підприємствами санаторнокурортної сфери**. *Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту*. 2013. № 5. С. 5–18.
23. Иванов С. **Автоматизация гостиниц: их системы – наши проблемы** / С. Иванов // *Гостиничное дело*. – 2015. – № 6.

- 24 УДК 338.482.2:224.415 МОБІЛЬНІ ДОДАТКИ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЕМ ТА РЕСТОРАНОМ Корнілова Н. В Стецюк Є. О., «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання» : М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Т. 2. – Черкаси : ЧДТУ, 2020
- 25 Мі Даниленко ФОРМУВАННЯ WEB-РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА- ББК 65.44: 65.433 М 34
- 26 TripAdvisor [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tripadvisor.ru>.
https://www.tripadvisor.ru/Hotel_Review-g982822-d2492313-Reviews-Hotel_Solisko-Strbske_Pleso_Presov_Region.html
- 27 Booking.com [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.booking.com>.
<https://www.booking.com/hotel/sk/solisko.uk.html>
- 28 <https://www.tophoreca.sk/architektura-dizajn/zariadenie-hotela/1824-ako-zariadit-hotel-prva-cast>
- 29 <https://hotelsolisko.sk/>
- 30 <https://gc.ua/uk/opis-biznes-procesiv-malyuyemo-kartu-biznesu/>
- 31 9.Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах : підручник / Т. Г. Сокол. – К. : Альтерпрес, 2009. –
- 32 Система оценки гостиниц Европы «Hotelstars Union» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hotelstars.eu>.
- 33 Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. проф. В.Г. Герасименка ; авт. кол. : В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездойминов [та ін.]. – Одеса : Астропринт, 2013. –
- 34 Бойко М. Г. Організація готельного господарства : підручник / М. Г. Бойко, Л. М. Гопкало. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 494 с.
- 35 <https://hotelsolisko.sk/sluzby-hotela/restauracia-al-lago/>
- 36 <http://www.allago.sk/>
- 37 <http://www.hotelovo.sk/sk/Rubriky/Ludia- napady-myslienky-skusenosti/co-sa-v-hoteli-dialo-a-bude-diat-to-vladne-u-solisko-vcov-aj-pri-rodinnom-stole.html>
- 38 <https://hotelier.sk/hotelier/clanky/martin-kurhajec-hovorili-mi-ze-talianska-restauracia- vtatrach-neuspeje>
- 39 <https://kavickari.sk/tag/martin-kurhajec/>
40. Agoda [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agoda.com>.
- 41 Роглев Х.Й. «Основи готельного менеджменту» - Київ: Пролісок - 2010р. - 300с.

42 https://www.librahospitality.com/logus_hms#!/en

43 <http://xn--c1apnjn.xn--j1amb/ru/>

44 https://www.prosite.com.ua/articles/100-modul-onlayn-bronirovanie-nomerov-otelya-gostinitsy-motelya.html?gclid=CjwKCAiA2O39BRBjEiwApB2IkiD67o3_ZL--tewCu5axraMo7bMjYRcYtn0QJjHC-aRqbz9SW1NHbRoCBTkQAvD_BwE

45 https://www.bitrix24.ua/articles/crm_hotel.php

46 <https://www.bitrix24.ua/prices/>

47 УДК 640.412:659.1

ДАНИЛЕНКО Марія, ПОШУКОВИЙ МАРКЕТИНГ ГОТЕЛІВ *ВІСНИК КНТЕУ*. 2018.

48 Мельниченко С.В. АВТОМАТИЗОВАНІ СИСТЕМИ БРОНЮВАННЯ В ТУРИЗМІ

Проблемы материальной культуры – ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

49 Випуск III (67), 2017 МАРКЕТИНГ УДК 339.138: 338.488 І.М. Буднікевич, д.е.н., професор,

І.А. Крупенна, к.е.н., доцент,

І.І. Гавриш,

НОВІ ПОСЛУГИ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ:

ПРАКТИКА ВПРОВАДЖЕННЯ, АДАПТАЦІЇ ТА МОДИФІКАЦІЇ

50 Заторський Р.А., Гарпуль О.З., Костишин Л.П.

Курс лекцій “Сучасні інформаційні системи і технології в туризмі та готельно-ресторанній справі” / Р.А.Заторський, О.З.Гарпуль, Л.П.Костишин – Івано-Франківськ: Видавництво Прикарпатського національного університету, 2017.

51. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні особливості формування і управління інноваційним потенціалом регіонального розвитку туризму та рекреації із залученням молодіжного ресурсу». Тернопіль. 15-17 жовтня 2015 року

УДК 339.94:640.41 Даниленко М.І.

Київський національний торговельно-економічний університет, Україна

ІНТЕРНЕТИЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

52. УДК 339.138:004.738.5

Даниленко М.І.

Київський національний торговельно-економічний університет

РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

53

https://tourlib.net/statti_ukr/lutaj.htm#:~:text=%D0%91%D1%80%D0%BE%D0%BD%D1%8E

%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%E2%80%93%D0%BF%D0%BE
%D0%BD%D1%8F%D1%82%D1%82%D1%8F%20%D0%B4%D0%B5%D1%89%D0%BE%
20%D0%B2%D1%83%D0%B6%D1%87%D0%B5.,%D1%96%D0%B7%20%D1%87%D0%B
0%D1%81%D1%82%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%8E%20%D1%87%D0%B8
%20%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%8E%20%D0%BF%D0%B5%D1
%80%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%8E.

Луцай А.П.

Збірник матеріалів наук.-практ. конф.

ДонНУЕТ. Донецьк, 2012. С.241-247

54 Мальська М. П., Пандяк І.Г.

М21 Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 472 с.

Додатки