

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ НАВЧАЛЬНО-ВИРОБНИЧИМ ГОТЕЛЕМ «ГОСТИННІСТЬ», М. КИЇВ

Студента 2 курсу, 1м групи,
073 «Менеджмент»
Спеціалізація 07305 «Готельний і
ресторанний менеджмент»

підпис студента

Лапицької Юлії
Олександрівни

Науковий керівник
д.е.н., професор

підпис керівника

Мельниченко
Світлана
Володимирівна

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми)
д.е.н., доцент

підпис гаранта

Ведмідь Надія
Іванівна

Київ 2018

Київський національний торговельно-економічний університет

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

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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри готельно-ресторанного
бізнесу

_____ М. Г. Бойко
«___» _____ 2017 р.

Завдання

на випускну кваліфікаційну роботу студентіві

Лапицькій Юлії Олександрівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: «Інтернет технології в управлінні навчально-виробничим готелем «Гостинність», м. Київ»

Затверджена наказом ректора від «18» грудня 2017 р. № 4328.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 01 листопада 2018 року

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

Мета роботи: розроблення теоретичних, методичних засад і практичних рекомендацій щодо застосування Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства.

Об'єкт дослідження: процес застосування Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства.

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні рекомендації щодо застосування Інтернет технологій в управлінні в управлінні навчально-виробничим готелем «Гостинність», м. Київ.

4. **Перелік графічного матеріалу**, рис.: Класифікація Інтернет технологій ; Види Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства; Організаційна структура управління готелем «Гостинність», м. Київ; Напрями використання Інтернет технологій в управлінні готелем «Гостинність», м. Київ. Табл.: Наукові підходи до сутності Інтернет технологій; Динаміка результатів діяльності готелю «Гостинність», м. Київ за 2015-2017 рр.; Показники впливу Інтернет технологій на результати діяльності готелю «Гостинність», м. Київ; Прогнозні показники ефективності застосування Інтернет технологій в управлінні готелем «Гостинність», м. Київ.

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

1.1. Інтернет технології: сутність та основні етапи їх генезису.

1.2. Роль Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства.

1.3. Методичні засади оцінки ефективності застосування Інтернет технологій в управлінні підприємством.

Висновки до розділу 1.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ НАВЧАЛЬНО-ВИРОБНИЧИМ ГОТЕЛЕМ «ГОСТИННІСТЬ», М. КИЇВ

2.1. Аналіз результатів діяльності готелю.

2.2. Оцінка використання Інтернет технологій в управлінні підприємством.

2.3. Дослідження впливу Інтернет технологій на результати діяльності готелю

Висновки до розділу 2.

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ НАВЧАЛЬНО-ВИРОБНИЧИМ ГОТЕЛЕМ «ГОСТИННІСТЬ», М. КИЇВ

3.1. Напрями використання Інтернет технологій в управлінні готелем.

3.2. Новітні Інтернет технології в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства.

3.3. Обґрунтування ефективності застосування Інтернет технологій в управлінні готелем.

Висновки до розділу 3.

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

6. 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>	<i>01.09.2017 р.- 31.10. 2017 р.</i>	<i>31.10. 2017 р.</i>
2	<i>Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу</i>	<i>01.11.2017 р.- 31.12.2017 р.</i>	<i>31.12.2017 р.</i>
3	<i>Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	<i>02.01.2018 р.- 11.05.2018 р.</i>	<i>11.05.2018 р.</i>
4	<i>Захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	<i>14.05.2018 р.- 18.05.2018 р.</i>	<i>18.05.2018 р.</i>
5	<i>Написання, оформлення та здача керівнику наукової статті</i>	<i>до 18.05.2018 р.</i>	<i>18.05.2018 р.</i>
6	<i>Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	<i>18.05.2018 р.- 07. 09. 2018 р.</i>	<i>07. 09. 2018 р.</i>
7	<i>Захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	<i>07.09.2018 р.- 10. 09. 2018 р.</i>	<i>10. 09. 2018 р.</i>
8	<i>Написання 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	<i>11.09.2018 р. - 28.10.2018 р.</i>	<i>28.10.2018 р.</i>
9	<i>Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях</i>	<i>29.10.2018 р.- 31.10.2018 р.</i>	<i>31.10.2018 р.</i>
10	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи та реферату на кафедру</i>	<i>01.11.2018 р.</i>	<i>01.11.2018 р.</i>
11	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування</i>	<i>12.11.2018р. 16.11.2018 р</i>	<i>16.11.2018 р</i>
12	<i>Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії</i>	<i>19.11.2018 р.- 10.12.2018 р.</i>	<i>10.12.2018 р.</i>
13	<i>Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії</i>	<i>Відповідно до розкладу</i>	<i>Відповідно до розкладу</i>

7. Дата видачі завдання «17» листопада 2017 р.

8. Керівник роботи

С.В. Мельниченко

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Керівник освітньо-професійної програми

Н.І. Ведмідь

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання _____ Ю.О. Лапицька
студент-дипломник (прізвище, ініціали, підпис)

11. Висновок керівника випускної кваліфікаційної роботи

Тема наукового дослідження є актуальною, оскільки Інтернет-технології є одним із інструментів просування підприємства на ринок та забезпечення його конкурентних переваг.

У результаті опрацювання великого масиву інформації студенткою визначено сутність, основні етапи еволюції Інтернет-технологій, їх роль в управлінні підприємством готельного господарства та методичні підходи до оцінки ефективності їх застосування. Проаналізовано результати діяльності навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ, виявлено недоліки та позитивні сторони щодо використання Інтернет-технологій в управлінні підприємством. Для вирішення виявлених проблем розроблено та обґрунтовано рекомендації щодо удосконалення процесу застосування Інтернет-технологій в управлінні готелем. Пропозиції мають практичне значення і можуть бути впроваджені в діяльність підприємства.

Випускна кваліфікаційна робота виконана відповідно до вимог і може бути рекомендована до захисту в екзаменаційній комісії.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____

(підпис, дата)

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента _____ Лапицька Ю.О.
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Керівник освітньо-професійної програми _____ Н.І. Ведмідь

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____

М.Г. Бойко

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ »

2018 p.

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	
1.1. Інтернет технології: сутність та основні етапи їх генезису.	10
1.2. Роль Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства.	20
1.3. Методичні засади оцінки ефективності застосування Інтернет технологій в управлінні підприємством.	27
Висновки до розділу 1.	36
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ НАВЧАЛЬНО-ВИРОБНИЧИМ ГОТЕЛЕМ «ГОСТИННІСТЬ», М. КИЇВ	
2.1. Аналіз результатів діяльності готелю.	39
2.2. Оцінка використання Інтернет технологій в управлінні підприємством.	47
2.3. Дослідження впливу Інтернет технологій на результати діяльності готелю	54
Висновки до розділу 2.	62
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ НАВЧАЛЬНО-ВИРОБНИЧИМ ГОТЕЛЕМ «ГОСТИННІСТЬ», М. КИЇВ	
3.1. Напрями ВИКОРИСТАННЯ Інтернет технологій в управлінні готелем.	65
3.2. Новітні Інтернет технології в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства .	73
3.3. Обґрунтування ефективності застосування Інтернет технологій в управлінні готелем.	83
Висновки до розділу 3.	86
Висновки та пропозиції	89
Список використаних джерел	93
Додатки	100

ВСТУП

Розвиток сучасних Інтернет технологій є в наш час одним із найважливіших чинників, що визначають темпи й досягнення підприємств. Інтернет технології зумовили зміни у бізнес-середовищі.

В умовах сучасних економічних та політичних трансформацій підприємство готельного господарства потребує оптимізації управління шляхом використання Інтернет технологій. Успішне функціонування підприємства готельного господарства, результативне формування та реалізація нових ефективних бізнес-стратегій, успішна комунікація із стратегічними партнерами та споживачами, рівень впровадження та використання інноваційних технологій, частка суб'єкта на ринку та його конкурентоспроможність — сьогодні вже не можливі без впровадження Інтернет технологій.

Сучасні електронні сервіси всесвітньої інформаційної мережі Інтернет надають підприємствам можливість миттєвого доступу до інформації на будь-яких відстанях, що створює суттєві переваги для ведення бізнесу, але, водночас, спричиняє зростання конкуренції. На перший план виходять питання реорганізації бізнес-процесів підприємства та пристосування їх до нових інформаційних можливостей. Це потребує глибокого теоретичного осмислення ролі Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства.

Дослідженням пробелам використання Інтернет технологій в управлінні підприємством у різних сферах господарської діяльності займались: С. Алексєєв [1], О. Бурлаков [3], О. Клепікова [4], В. Клочан. [5], І. Кривов'язюк [6], І. Литовченко [7], С. Мельниченко [9], М. Уорнер [13], І. Успенський [14], Т. Янчук [15] та ін.

Разом з тим, швидкоплинність ринкового середовища, виникнення кризових ситуацій в діяльності, зміни в системі функціонування та розвитку підприємств готельного господарства, що викликає використання Інтернет технологій потребують більш глибокого аналізу.

Об'єктом дослідження в випускній кваліфікаційній роботі є процес

використання Інтернет технологій в управлінні навчально-виробничим готелем «Гостинність», м. Київ.

Метою дослідження є обґрунтування теоретичних та методичних засад, використання Інтернет технологій в управлінні готелем, розроблення практичних рекомендацій щодо використання Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні засади використання Інтернет технологій в управлінні навчально-виробничим готелем «Гостинність», м. Київ.

Використання Інтернет технологій являється одним з напрямів удосконалення управління підприємством готельного господарства.

Досягнення означеної мети передбачало постановку і вирішення таких завдань:

- визначити сутність Інтернет технологій в готельному бізнесі та обґрунтувати теоретичні підходи щодо формування та реалізації напрямів удосконалення управління підприємством за їх допомогою;
- визначити роль Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства;
- охарактеризувати методичні засади оцінки ефективності застосування Інтернет технологій в управлінні підприємством;
- проаналізувати результати діяльності навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ;
- здійснити оцінку використання Інтернет технологій в управлінні підприємством;
- дослідити вплив Інтернет технологій на результати діяльності готелю;
- визначити напрями використання Інтернет технологій в управлінні готелем;
- надати пропозиції щодо використання новітніх Інтернет технологій в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства
- обґрунтувати ефективність застосування Інтернет технологій в управлінні навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ.

Наукова новизна випускової кваліфікаційної роботи полягає в удосконаленні концептуальних та методичних підходів до використання Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства з метою підвищення ефективної його діяльності, підвищення конкурентоспроможності.

Інформаційною базою дослідження слугували законодавчі та нормативні акти України, матеріали вітчизняних і зарубіжних дослідників, глобальної інформаційної мережі Інтернет, статистична звітність, а також дані власних досліджень, проведених у навчально-виробничому готелі «Гостинність», м. Київ.

В роботі розглянуто поняття «Інтернет технології», як важливого фактору розвитку готельного бізнесу, визначено роль сучасних Інтернет технологій у підвищенні якості обслуговування, збільшення об'ємів продаж, завоювання нових ринкових позицій, розглянуто фактори, які впливають на використання Інтернет технологій у навчально-виробничому готелі «Гостинність», визначено напрями використання Інтернет технологій в управлінні готелем та маркетинговій діяльності, зокрема..

Апробація роботи. Результати дослідження були опубліковані в збірнику наукових статей студентів КНТЕУ (Дод. А).

Структура та обсяг випускової кваліфікаційної роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків до розділів, висновків, 5 додатків, 17 ілюстрацій, 26 таблиць списку використаних джерел з 66 од., загальним обсягом 112 сторінок додатків. Основний текст викладено на 86 сторінках.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

1.1. Інтернет технології: сутність та основні етапи їх генезису

З розвитком інформаційного суспільства та трансформації економічних відносин у площину мережі Інтернет, значної актуальності набувають питання ефективного використання можливостей, що відкривають для підприємств Інтернет технології.

Інтернет технології – це технології створення і підтримки різних інформаційних ресурсів в комп'ютерній мережі Інтернет: сайтів, блогів, форумів, чатів, електронних бібліотек та енциклопедій [18]. В основі Інтернет та Інтернет технологій лежать гіпертексти і сайти, що розміщуються в глобальній мережі Інтернет або в локальних мережах ЕОМ.

Різноманітні аспекти узгодження економічних інтересів підприємств були досліджені вітчизняними вченими як С. Алексєєв [1], О. Бурлаков [3], О. Клепікова [24], В. Клочан. [25], І. Кривов'язюк [27], І. Литовченко [29], С. Мельниченко [32, 33], І. Успенський [54], Т. Янчук [58], та ін.

Науковцями приділено увагу теоретичним аспектам розвитку і використання Інтернет технологій в економіці та управління в розрізі макро- і мікроекономіки. Т.В. Янчук [58] обґрунтовує економічний механізм впровадження та реалізації Інтернет технологій на підприємствах малого та середнього бізнесу.

Так, С.Б. Алексєєв [1] розкриває шляхи вирішення проблем впровадження Інтернет технологій в процес управління стратегічним потенціалом торговельних підприємств. Г.Ю. Бібік [2] розглядає етапи розвитку Інтернет технологій, практичне значення їх використання в комерційній, виробничій та управлінській діяльності підприємства. О. Клепікова [24] проаналізувала сучасний стан і місце Інтернет технологій в управлінні підприємством.

Такі вчені, як А. Лутай [30], К. Федосова [57] зосереджують увагу на вирішенні проблем використання інформаційних систем та Інтернет технологій в управлінні готельним та ресторанним підприємством, розкриваючи сучасні інформаційні логістичні системи, які використовуються в цій сфері, загальні, часткові та конкретні проблеми, що заважають їх поширенню, а також пропонують шляхи їх вирішення.

Разом з тим, швидкоплинність ринкового середовища, виникнення кризових ситуацій в діяльності, зміни в системі функціонування та розвитку підприємств готельного господарства, що викликає використання Інтернет технологій потребують більш глибокого аналізу. Використання Internet у діловій практиці для багатьох зарубіжних компаній стало звичною нормою. На ранній стадії еволюції Internet просте розміщення рекламних або інформаційних повідомлень в глобальній мережі вже обіцяло компанії солідні конкурентні переваги. Однак сьогодні цього вже не досить. Необхідно забезпечити динамічне, інтерактивне, постійне доступне інформаційне наповнення, для того щоб привернути увагу потенційних користувачів до потрібної інформації.

Інформаційні системи та Інтернет технології представляють собою комплекс програмно-технічних засобів і методів виробництва, передачі, обробки та споживання інформації. Метою їх впровадження є створення системи, у якій інформаційні потоки налагоджені таким чином, що користувачі з мінімальними витратами одержують доступ до необхідної інформації в той час, коли вона потрібна, і там, де вона потрібна, а базовими принципами є: релевантність, час та місце [55].

Щодо генези Інтернет технологій, необхідно зазначити, що в 1962 році Джозеф Ліклайдер, керівник Агентства передових оборонних дослідницьких проєктів США, висловив ідею Всесвітньої комп'ютерної мережі. У 1969 році Міністерство оборони США започаткувало розробку проєкту, котрий мав на меті створення надійної системи передачі інформації на випадок війни. Агентство запропонувало розробити для цього комп'ютерну мережу. Ця мережа була названа „Arpanet” (табл. 1.1).

Історичні етапи розвитку Інтернет технологій [54]

Дати ключових етапів розвитку Інтернет технологій, роки	Характеристика етапу
1950 - ті	Створення комп'ютерів
1960	Створення в Радянському Союзі мережі «Сирена» - спеціалізовані мережі передачі даних та систем обробки даних, автоматизована система управління резервуванням місць та авіаквитків авіакомпаній СРСР.
1962	Розробка Дж. Ліклайдер «Галактичної мережі»
1969	Попередницею Internet виступила мережа Arpanet (Advanced Research Project Agency net – мережа Управління перспективних досліджень), попередниця сучасного Інтернету
1970	Поява першого протоколу - Network Control Protocol, NCP
1971-1972	Розроблена перша програма для відправки електронної пошти мережею, котра відразу стала дуже популярною
1973	До мережі через трансатлантичний кабель були підключені перші іноземні організації з Великобританії та Норвегії — мережа стала міжнародною
1983	За мережею „Arpanet” закріпився термін „Інтернет”.
1984	Розроблена система доменних назв (англ. Domain Name System, DNS).
1988	IRC – Internet Relay Chat заклало основу першого чату, яке забезпечило спілкування користувачів в реальному часі.
1989	В Європі, в стінах Європейського центру ядерних досліджень (франц. Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire, CERN) народилась концепція тенет. Її запропонував знаменитий британський вчений Тім БернерсЛі, він же протягом двох років розробляв протокол HTTP, мову гіпертекстової розмітки HTML та ідентифікатори URI
1990	„Arpanet” припинила своє існування, програвши конкуренцію NSFNet (National Science Foundation Network)
1995	Створено протокол передачі файлів FTP
1997	Зареєстровано понад мільйон доменних назв

Продовження таблиці 1.1

Дати ключових етапів розвитку Інтернет технологій, роки	Характеристика етапу
1998	Папа Римський Іоанн Павло II заснував Всесвітній день Інтернету 30 вересня
2000	Нараховувалося близько 327 млн. користувачів
2003	Поява браузера системи глобального користування Safari
Дати ключових етапів розвитку Інтернет технологій, роки	Характеристика етапу
2004	Інтернет нараховував 700 млн. користувачів Поява браузера глобального користування Firefox
2008	Поява браузера глобального користування Chrome
2011	кількість інтернет-користувачів у світі сягнула 2 мільярдів
2011	Поява смартфонів
2017	Кількість інтернет-користувачів вперше в історії перевищила 4 мільярди

У 1983 році за мережею «Arpanet» закріпився термін «Інтернет». У 1990 році мережа «Arpanet» припинила своє існування, програвши конкуренцію NSFNet (National Science Foundation Network). Протягом 1990-х років Інтернет об'єднав у собі більшість наявних на той час мереж. До 1997 року в Інтернеті нараховувалось близько 10 мільйонів комп'ютерів і було зареєстровано понад мільйон доменних назв. Інтернет став дуже популярним засобом обміну інформацією.

У 1990 році мережа ARPANET припинила своє існування, програвши конкуренцію NSFNet. Тоді ж було зафіксовано перше підключення до Інтернету телефонною лінією (так зване «дозвонювання» англ. Dial-up access). У 1991 році Всесвітня павутина ставала дедалі популярнішою. У 1995 році NSFNet повернулася до ролі дослідницької мережі; маршрутизацією всього трафіку Інтернету тепер займались мережеві провайдери (постачальники послуг), а не комп'ютери Національного наукового фонду. В тому ж році тенета стали основним постачальником інформації в Інтернеті, обігнавши за обсягом трафіку протокол передачі файлів FTP; було сформовано Консорціум всесвітньої

павутини (англ. WWWConsortium, W3C). Можна сказати, що тенета перетворили Інтернет і створили його сучасний вигляд.

З 1996 року Всесвітнє павутиння майже повністю підмінило собою поняття «Інтернет». Протягом 1990-х років Інтернет об'єднав у собі більшість існуючих на той час мереж (хоча деякі, як, наприклад, Фідонет, залишились відособленими). Завдяки відсутності єдиного керуючого центру, а також завдяки відкритості технічних стандартів Інтернету, що автоматично робило мережі незалежними від бізнесу чи уряду, об'єднання виглядало неймовірно привабливим. До 1997 року в Інтернеті нараховувалось близько 10 мільйонів комп'ютерів і було зареєстровано більше мільйона доменних назв. Інтернет став дуже популярним засобом обміну інформацією.

У 2000 р. нараховувалося близько 327 млн. користувачів, з них тільки в США чисельність перевищувала 100 млн. чоловік. У 2004 р. Інтернет нараховував 700 млн. користувачів. 5 січня 2011 року кількість інтернет-користувачів у світі сягнула 2 мільярдів.

За 2017 рік доступ до Інтернету отримали 250 млн. осіб, і кількість інтернет-користувачів вперше в історії перевищила 4 мільярди. Багато в чому такому зростанню посприяли доступні смартфони – в цьому році 200 млн. осіб придбали свій перший мобільний пристрій [4, 21].

Необхідно зазначити, що Інтернет (Internet) – всесвітня система взаємополучених комп'ютерних мереж, що базуються на комплекті Інтернет-протоколів [3].

На теперішній час Інтернет складається з мільйонів локальних і глобальних приватних, публічних, академічних, ділових і урядових мереж, пов'язаних між собою з використанням різноманітних дротових, оптичних і бездротових технологій. Інтернет надає такі основні види послуг: e-mail – електронна пошта; групи новин; списки поштової розсилки; доступ до файлів віддалених комп'ютерів; сеанси зв'язку з іншими комп'ютерами, під'єднаними до Інтернет; пошук інформації в базі даних в оперативному режимі; спілкування з іншими користувачами шляхом використання сервісу Internet Relay Chart; доступ до

інформаційної системи World Wide Web (WWW).

З додаткових послуг можна виділити такі: широка передача Multi Media; RadioInternet; розмовний конференційний зв'язок; безпечні угоди; відеоконференційний зв'язок; безпроводне з'єднання [2].

Сучасні Інтернет-технології можна включити:

- веб-сервера
- гіпертексти і сайти;
- електронна пошта;
- форуми і блоги;
- чат і ICQ;
- теле-і відеоконференції;
- вікі-енциклопедії;

У наш час найпопулярнішими службами Інтернету є: Веб; Веб-форуми; Блоги; Вікі-проекти (в тому числі й Вікіпедія); Інтернет-магазини; Інтернет-аукціони; Інтернет-події; Інтернет-час; Електронна пошта та списки розсилки; Групи новин (в основному, Usenet); Файлообмінні мережі; Електронні платіжні системи; Інтернет-радіо; Інтернет-телебачення; IP-телефонія; Системи обміну повідомленнями; FTP-сервери; IRC.

Донедавна підприємства готельного господарства використовували всесвітню павутину переважно як засіб комунікації зі споживачем, тобто як один з інструментів просування. Проте сьогодні розвиток сфери комунікаційних технологій сягнув такого рівня, що це дає можливість впроваджувати різноманітні інструменти Інтернет у всі процеси діяльності підприємства. Оскільки Інтернет технології стають загальноживаними у процесі діяльності суб'єктів ринку, постає питання щодо характеру впливу даних інструментів на економічні відносини.

У деяких наукових працях [1-9] зазначається, що із широким впровадженням економіки в Інтернет необхідне усвідомлення того, що в діловому світі відбувається велика кількість нових процесів. Передумови успіху підприємств в умовах використання Інтернет технологій значно різняться від тих коли ці технології були ще не доступні (табл. 1.2).

Водночас впровадження Інтернету в бізнес сприяли динамічному розвитку ринку, конкурентного середовища та спонукали підприємства шукати

нові шляхи розвитку і підприємства готельного господарства не стали виключенням.

Таким чином, характерною рисою сучасного етапу розвитку економіки всіх рівнів є впровадження Інтернет технологій у використанні інформації та засвоєння принципово нового інформаційно відкритого середовища з глобальними комунікаційними можливостями, специфічними економічними відносинами та господарськими зв'язками.

Таблиця 1.2

Умови ведення бізнесу до та після появи Інтернет технологій [1-9]

<i>Умови ведення бізнесу до появи Інтернет технологій</i>	<i>Умови ведення бізнесу після появи Інтернет технологій</i>
Стабільні, передбачені привілеї	Свобода для всіх
Економіка структур	Відносини типу «один-з-одним», «багато-до-багатьох»
Стазис; опора на географію, капітал	Рух
Стале позиціонування	Міграція вартості, позиціонування в віртуальному середовищі
Довгострокове планування	Виконання в реальному часі (швидкість), тактичне планування діяльності
Захист продуктів, ринків, каналів	Трансформація продуктів, ринків, каналів
Прогнозування майбутнього	Формування майбутнього
Тенденція до повторень	Тенденція до експериментів
Докладні плани дій	Можливість вибору методів керування
Структуровані формальні альянси	Web-вузли неформальних альянсів
Антипатія до невдач	Невдача очікувана

В сучасних умовах одним з пріоритетних напрямів вдосконалення управління підприємством готельного господарства, як і іншими суб'єктами господарювання стає напрацювання основних теоретичних і методологічних позицій щодо використання Інтернет технологій.

Розвиток готельного бізнесу передбачає широке використання новітніх інформаційних технологій як в сфері введення нових готельних послуг, так і в їх просуванні на ринок. Цілком очевидно, що введення інноваційних технологій стало невід'ємною умовою підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства, а також сприяє поліпшенню якості обслуговування. Готельна

індустрія дозволяє використовувати все різноманіття комп'ютерних технологій, починаючи від спеціалізованих програмних продуктів управління готельним підприємством до застосування глобальних комп'ютерних мереж.

На сьогоднішній день в готельній індустрії використовується досить багато новітніх Інтернет технологій: глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, інформаційні системи менеджменту та ін.

Використовуючи сучасні Інтернет технології, підприємство готельного господарства отримує можливості ефективного ведення бізнесу, а саме працювати в онлайн режимі у системах бронювання, розповсюджувати свою рекламу, покращити комунікації між організаційними підрозділами, аналізувати ринкові позиції свої та конкуренти, вивчати інновації у готельному бізнесі, визначати стратегічні цілі та розробляти стратегію розвитку тощо.

Поширення Інтернет технології справляють значний вплив на сферу економічних відносин підприємства готельного господарства. Підприємство, що вступає в ці відносини переслідує певні інтереси, зважаючи на специфіку їх поведінки. Основні економічні інтереси, що переслідують виробники та посередники - це збільшення продажу готельних послуг.

Питання щодо напрямків формування доданої вартості, розглядає у своїх працях дослідник Зозульов О.В., де наводить три напрямки формування доданої вартості [19]. Теорія маркетингу використовує в даному разі два можливих напрямки (рис. 1.1)

Управління підприємством готельного господарства включає сукупність усіх служб інтегрованої структури, усіх підсистем та комунікацій між ними, а також бізнес-процесів, що забезпечують функціонування організації. Система управління підприємством, яка відповідає вказаним вимогам, логіці та закономірностям соціально-економічного прогресу, повинна бути гнучкою й ефективною.

Досвід упровадження та використання Інтернет технологій доводить, що застосування сучасного інформаційного забезпечення істотно змінює характер

діяльності в напрямку прискорення прийняття управлінських рішень, скорочення транзакційних витрат, прискорення обертання оборотних засобів.

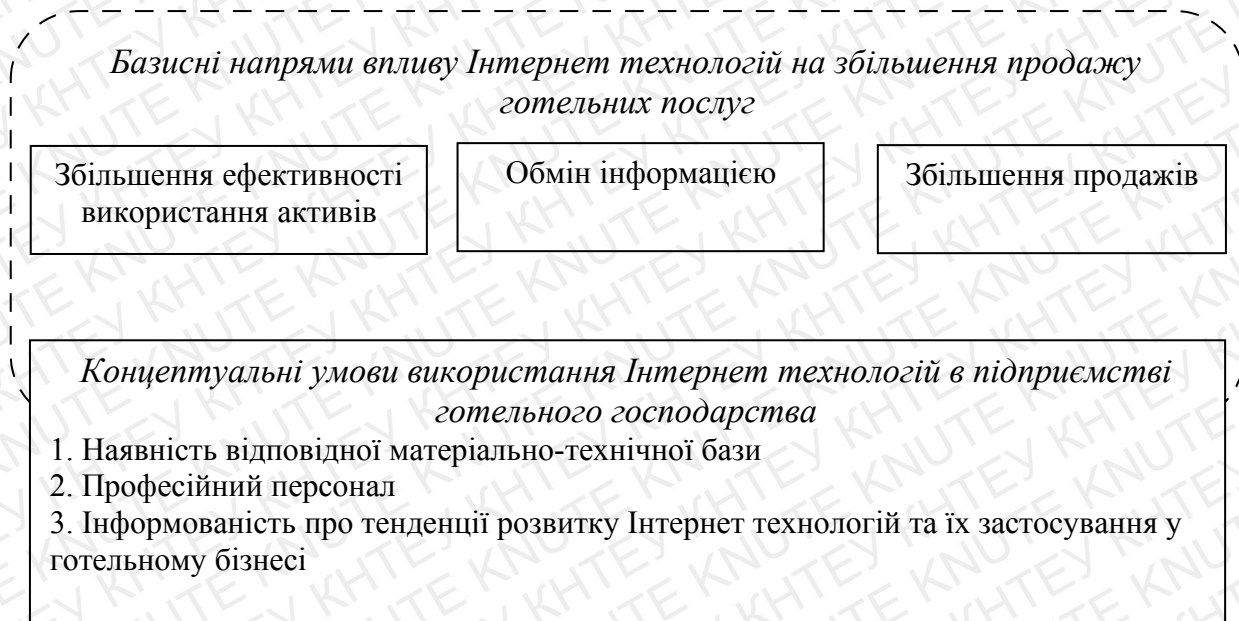


Рис. 1.1 Інтернет технології в ефективному веденні готельного бізнесу [48].

Оптимізувати всі процеси діяльності з створення та реалізації готельних послуг, можна завдяки застосуванню Інтернет технологій, що дадуть змогу прискорити здійснення кожного етапу, синхронізувати та узгодити потоки інформації. У питанні підвищення ефективності діяльності підприємства готельного господарства, основну ціль, що переслідує теорія маркетингу є досягнення диспаратності використання Інтернет технологій.

Використання Інтернет технологій в діяльності підприємства готельного господарства дає можливість підвищити ефективність кожного з виділених напрямів (рис. 1.2).

Вибір Інтернет технологій підприємствами готельного господарства визначається рівнем знань про можливості видів технологій, тенденції прискорення їхнього впливу на зміни навколишнього середовища, здатність до поширення, забезпечення ефективності і конкурентоспроможності економічної діяльності, удосконалення корпоративної культури в підприємствах.

Рис. 1.2 *Можливості використання Інтернет технологій у діяльності підприємства готельного господарства[12, 48, 57]*

Інтернет технології, це прообраз нової системи світового суспільного устрою, в основі якої лежить потреба у обміні інформації, прискорені процесів розвитку. Стрімкий розвиток Internet-технологій відкриває користувачам нові способи ведення справ, створює безпрецедентні можливості підтримання ділових відносин у віртуальному інформаційному просторі на різноманітних рівнях.

Це відкриє нові можливості в реалізації програм ресурсозбереження та енергозбереження, знизивши споживання електроенергії та води шляхом уникнення пікових навантажень. Упровадження системи безпосередньо в роботу готелю дозволить підвищити кваліфікацію обслуговуючого персоналу та продуктивність його праці, покращити якість виконуваних робіт і послуг, скоротити час надавання послуг, підвищити якість обслуговування гостей.

1.2. Роль Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства

Залучення Інтернет технологій у господарський процес підприємства та інформаційного обміну між суб'єктами ринків сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства та більшої задоволеності потреб споживачів. Інтернет технології в маркетингу можна систематизувати та узагальнити в групи, наприклад, технології просування в Інтернет-середовищі, технології роботи в соціальних мережах, технології управління іміджем компанії, розподілу в мережі та інше. На сьогоднішній день актуальним питанням є використання Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства. Такій ситуації сприяв значний розвиток інформаційних технологій, проникнення їх у всі сфери діяльності.

Сьогодні без Інтернету неможливо уявити діяльність сучасного готелю. Інтернет використовується практично у всіх основних його бізнес-процесах, починаючи від пошуку і залучення клієнтів як комунікаційного і маркетингового інструменту і закінчуючи формуванням асортименту послуг.

Розвиток Інтернету дозволяє не лише здешевити засоби зв'язку, але й отримати реальну можливість налагодити працю всіх учасників ринку готельних послуг як єдиного офісу. Робота з глобальними системами бронювання через Інтернет дозволяє готелю не лише надавати всім учасникам ринку оперативну і достовірну інформацію про ціни і кількість вільних місць у будь-який момент часу, але і надає можливість стежити за проходженням замовлення на всіх етапах його здійснення [12]. Через Інтернет системи в основному реалізуються авіа і залізничні квитки, оскільки творцями таких систем були авіакомпанії. Нині із такими системами в основному працюють великі готелі, що бронюють квитки для свої гостей (рис. 1.3.).

Існують різні глобальні мережні системи бронювання (CRS - computer reservation systems). Усі вони відрізняються одна від одної як набором пропонованих послуг, так і технологією роботи. Найстаріші системи, такі як

Сирена, Амадеус, Габріель, працюють в основному через спеціальні термінали, які необхідно встановити в готелі. Технологія роботи побудована на складних командах, а довідка, закладена в систему, являє собою простий текст. У цих системах немає фотографій, карт та іншої графічної інформації.



Рис. 1.3 Напрями впровадження Інтернет технологій у сферу діяльності підприємства готельного господарства [14, 48,57]

Багато фірм, що відповідають за експлуатацію класичних CRS, ведуть розробки програм, що дозволяють працювати з цими системами через Інтернет. Системи бронювання, серед яких Sabre, Galileo, Wordspan та інші,

використовують як засіб зв'язку між своїми базами даних та клієнтами Інтернет, а як термінал - звичайний комп'ютер. Витрати на роботу через них невисокі і доступні навіть невеликим готелям.

Одним з ключових завдань розвитку вертикальних інтеграційних процесів в діяльності підприємства готельного господарства є підвищення рівня проінформованості контрагентів ринку про стан зовнішнього середовища. Тому важливим є впровадження та використання Інтернет технологій та побудова на їх базі чітко зорієнтованих інформаційних потоків. До основних переваг, які надають Інтернет технології, можна віднести:

1. Інтернет-сервіс WWW (World Wide Web):

- швидкий і зручний доступ до різних довідкових матеріалів (каталогів, довідників, специфікацій), розташованих на Веб-порталах підприємств;
- організація роботи з контрагентами (площадка B2B електронної комерції);
- продаж своїх готельних послуг в режимі он-лайн, використовуючи веб-сторінки, торгові Інтернет-системи (площадка B2C електронної комерції);
- організація віртуального офісу;
- робота з клієнтами з територіально віддалених регіонів;
- отримання оперативної інформації, необхідної для ведення бізнесу;
- пошук партнерів;
- аналіз ефективності прийнятої рекламної стратегії;
- даний сервіс є з'єднуючим при використанні інших Інтернет технологій.

2. Інтернет-сервіс email (електронна пошта):

- отримання та реєстрація замовлень;
- зворотний зв'язок з споживачами готельних послуг;
- здача електронних звітів (площадка B2G електронної комерції).

3. Відеоконференції:

- проведення маркетингових досліджень в мережі;
- участь в електронних ярмарках, виставках, біржах, аукціонах;
- відеонаради, обговорення питань між віддаленими відділами

підприємства готельного господарства.

4. Найбільший вплив сучасні Інтернет технології мають на просування готельного продукту. Так, в області реклами широкого поширення набула пряма розсилка готельної інформації електронною поштою – direct mail, що дає можливість блискавично зв'язатися з компаніями. В останні роки готельні підприємства створили свої власні сайти в Інтернеті. Висока надійність і зручність комп'ютерних систем резервування CRS (Computer Reservation System) сприяли їх швидкому і широкому поширенню. Це дозволило прискорити процес резервування, здійснювати його в режимі реального часу і тим самим підвищити якість надаваних послуг за рахунок скорочення часу обслуговування гостей.

5. IP-телефонія – надає доступ до зручної та дешевої системи телекомунікації.

6. Системи бронювання. У структурі інформаційних технологій українських готелів важливе місце посідає комплексна автоматизація процесів бронювання, розрахунків із гостями, агентами, туроператорами та управління господарською діяльністю в цілому.

На нинішній час у світовій практиці найчастіше використовуються такі автоматизовані готельні системи:

1. Система управління готелем (PMS – Property Management System);
2. Система управління рестораном (Point Of Sales);
3. Система телефонного сервісу (Telephone Management System);
4. Система електронних ключів ((Key System);
5. Система електронних мінібарів ((Minibar System);
6. Система інтерактивного телебачення (Video Services System);
7. Система енергозбереження (Energy Management System);
8. Система обробки кредитних карт (Credit Card Authorization System);
9. Система складського обліку та калькуляції (Food & Beverage);
10. Система фінансово-бухгалтерського обліку (Accounting System);
11. Система центрального бронювання (Central Reservation System);

12. Система Інтернет бронювання (Web Reservation System);
13. Система кадрового обліку (Human Resource System);
14. Система безпеки (Security System).

Система бронювання дозволяє готелю внести інформацію про себе в довідкову систему, і вона стає доступною всім турагентам, що зайняті реалізацією послуг цього готелю, а також всім потенційним клієнтам. Це дозволяє уникнути перекручування інформації, а також забезпечує її оперативне коректування у випадку зміни.

Працюючи із системою бронювання, готель одержує єдину довідкову систему, організовану за єдиною схемою, що полегшує йому та його контрагентам роботу з нею. Працюючи з глобальною системою бронювання, готелі можуть пропонувати великий асортимент послуг клієнту. Глобальні системи бронювання дозволяють за декілька хвилин, а іноді й секунд підібрати номери, що максимально задовольняють запити клієнтів. Працюючи із системою пошуку, клієнт задає регіон, період, ціну, кількість місць, відстань до моря, наявність басейну, наявність сауни тощо, а система за поставленими умовами підбирає варіант. Клієнтові залишається лише вибрати із запропонованих варіантів. Після вибрання послуг бронювання здійснюється за кілька хвилин.

Завдяки можливостям Інтернет-рісурсів широке розповсюдження отримали системи центрального бронювання та неприєднана система бронювання. Приєднана мережа бронювання – це система бронювання, поширена у готельних ланцюгах, які об'єднують свої бази даних для оптимізації процесу бронювання і зменшення загальних системних витрат. Перевагами приєднаного ланцюга є той факт, що забронювати номер можна з будь-якого готелю, розташованого в інших містах і країнах. Це особливо важливо для великих готельних ланцюгів, готелі яких знаходяться в усьому світі.

Бронювання часто переходять з одного готельного підприємства в інше через автоматизовану мережу бронювання. Якщо номерний фонд засобу розміщення заброньований, то після повідомленню замовника це бронювання

може бути переведене в інше готельне підприємство цієї ж мережі, що знаходиться в цій самій географічній місцевості. Прикладами таких систем є: «Holidex» готельної мережі «Holiday», Roomfinder, використовувана в готельній мережі «Ramada»; «Marsha», застосовувана в готелях «Marriott»; «Crestar» - у готелях «Crest Hotel International». Така система бронювання значно підвищує завантаження не тільки у визначеному засобі розміщення, але й на інших підприємствах. Так, близько 33% середнього щорічного завантаження готелів компанії «Holiday» забезпечується системою «Holidex», через систему «Crestar» проходить 15% усіх замовлень на місця в готелях компанії «Crest» [34]. Це дозволяє використовувати спільну статистичну інформацію, необхідну для планування подальшої діяльності щодо збільшення продажів.

Неприєднана система бронювання дозволяє об'єднувати незалежні готельні підприємства, що не включені в мережу, та використовувати цими підприємствами переваги приєднаних систем бронювання. Це системи бронювання, які працюють 24 години на добу. Центри бронювання обмінюються інформацією про завантаження готельних підприємств.

Системи центрального бронювання поділяються на:

- глобальні комп'ютерні системи бронювання, які належа авіакомпаніям (AMADEUS, SABRE, GALILEO, WORLDSP та ін.);
- комп'ютерні системи бронювання, що належать незалежним консорціумам (UTELL, SRS (Steinfierberger Reservation Servi FroELIO)).

Слід зазначити, що комп'ютерні системи бронювання, що належать незалежним консорціумам, є складовою частиною глобальї комп'ютерних систем бронювання, таких як: AMADEUS, SABi GALILEO, WORLDSPAN, тобто вони автоматично завантажуються, ці системи. Системи бронювання (CRS-computer reservation systems) відрізняються одна від одної як набором пропонованих послуг, так і технологією робіт. Найбільш популярними є системи: «Mcos-Fidelio», «LodgingTi LIBICA», «Сепіт», «Nimeta», «Едельвейс», «Готель-3», «KEI-Ні «UCS-Shelter». Типова система автоматизації діяльності засобів розміщені своїй структурі поєднує відділи готельного

підприємства, що ЗНІ дається в оперативній взаємодії один з одним. Уся інформація зні диться на центральному сервері підприємства і являє собою базу д об'єднуючу стандартний набір базових таблиць: номери, клієнти, б рахунки, звіти.

З допомогою Інтернет технологій можна також проаналізувати кількість та якість наданих готельних послуг. В найкоротші строки можна виключити з переліку послуги, що реалізуються мало і погано, замінивши їх новими, а також отримати економічний ефект та прибуток більш точного визначення того, як змінюються уподобання гостей, які категорії гостей отримують послуги і які саме та ін. Завдяки впровадженню і застосуванню автоматизованої інформаційної системи можна підвищити продуктивність праці та знизити потребу в робочій силі, при цьому скоротивши витрати на неї приблизно на 30%. Тому для підприємств індустрії гостинності все більш актуальними стають питання комплексної автоматизації процесів діяльності готелю, тобто процесів бронювання місць, розрахунків з клієнтами, турагентами і туроператорами, процеси управління та господарської діяльності, безпеки об'єктів, збереження ресурсів та ін.

7. Існуючі сучасні програми дають можливість кожному користувачу за допомогою смартфона зробивши декілька кліків забронювати собі номер у готелі. Мобільні додатки, створені для планшетів і смартфонів, — це інноваційний засіб стимулювання активності туристів і просування готельних послуг. Основні переваги мобільних додатків: спрощення комунікації між брендом і користувачем, економічна вигода і зручність використання. Але існує і ряд проблем їх використання:

- 1) Продуктивність додатка падає зі зростанням чисельності бази користувачів. Якщо користувачів десять, сто, тисяча, проблему можна не помітити. Але якщо рахунок пішов вже на десятки тисяч? Додаток може вже довго «висіти», видаючи запитувану користувачем інформацію з запізненням.

- 2) Збереження зображень і інших важких об'єктів у базі даних призводить до зниження продуктивності додатків. Особливо яскраво це проявляється зі

зростанням користувацької аудиторії.

3) Користувачі помічають помилки у роботі програми. Якщо додаток вже має велику базу користувачів, може статися так, що при роботі з програмою вони почнуть стикатися з помилками програмного забезпечення.

4) У додатку занадто багато реклами. Деякі розробники намагаються отримати якомога більше грошей, монетизувати додаток максимально. В результаті програма оснащена спливаючою рекламою, плюс ще пропонує щось купити. Все це дратує користувача.

5) Безпека. Багато компаній не передбачають надійних заходів безпеки для своїх продуктів. В результаті дані користувачів наражаються на небезпеку – їх можна без особливих проблем відслідковувати.

Але поряд з цим, еволюція і технічний прогрес проникають у готельний бізнес: розробляються та пропонуються туристам унікальні мультимедійні путівники по готелям для мобільних телефонів, що працюють за допомогою мережі Інтернет.

Отже, на сьогоднішній день без Інтернету неможливо уявити діяльність сучасного готелю. Інтернет використовується практично у всіх основних його бізнес-процесах, починаючи від пошуку і залучення клієнтів у якості комунікаційного і маркетингового інструмента і закінчуючи формуванням асортименту послуг.

1.3. Методичні засади оцінки ефективності використання Інтернет технологій в управлінні підприємством

Готельний бізнес є галуззю з високим рівнем насичення інформації і його успіх безпосередньо залежить від швидкості передачі й обміну інформацією, від її актуальності, своєчасності отримання. Розвиток готельного бізнесу передбачає широке використання Інтернет технологій як в сфері введення нових готельних послуг, так і в їх просуванні на ринок.

Цілком очевидно, що введення Інтернет технологій стало невід'ємною

умовою підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства, а також сприяє поліпшенню якості обслуговування.

Оцінка ефективності використання Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства здійснюється шляхом дослідження ступеню використання окремих видів Інтернет ресурсів: Інтернет-ресурси (сайти), під якими слід розуміти систему електронних документів (файлів даних та коду) приватного лица або організації в комп'ютерній мережі під загальним ім'ям (доменне ім'я, ІРадрес) [5]. До Інтернет-ресурсів будемо відносити тематичні портали, тематичні сайти, Інтернет-представництва підприємств та організацій (сайти візитки, корпоративні сайти, соціальні медіа, каталоги продукції, Інтернет-магазини), вебсервіси (дошки оголошень, каталоги сайтів, пошукові системи, поштові системи, веб-форуми, блог-сервіси, фотохостингі, відеохостингі).

Сайт підприємства виступає центральним критерієм оцінки використання Інтернет технологій, так як саме там відбувається основний вплив на споживача через прийняття рішень.

В останні роки готельні підприємства створили свої власні сайти в Інтернеті. Висока надійність і зручність комп'ютерних систем резервування CRS (Computer Reservation System) сприяли їх швидкому і широкому поширенню. Це дозволило прискорити процес резервування, здійснювати його в режимі реального часу і тим самим підвищити якість надаваних послуг за рахунок скорочення часу обслуговування гостей.

Схема проведення оцінки ефективності використання Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства на основі розглянутих вище Інтернет ресурсів представлена на рис. 1.4. До кожного з елементів класифікації підібрано відповідний інструментарій.

Ефективне використання Інтернет технологій в діяльності підприємств готельного господарства дає можливість:

1) споживачу:

- дізнатися про пропозиції підприємства готельного господарства, а також

про систему знижок, бонусів, акцій тощо через мережу Інтернет, не відвідуючи спеціалізованих магазинів чи самого підприємства;



Рис. 1.4. Схема проведення оцінки ефективності використання Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства [3, 45, 61]

- скористатися налагодженим механізмом після продажного обслуговування (можливість доставки товару у будь-яке місце, ремонт тощо);

- придбати продукцію в будь-якому куточку країни в любий час;

2) підприємству:

- взнати про привабливість веб-сайту та, відповідно, продукції підприємства для споживачів, досліджуючи його аналітику;

- зекономити на порівняно низькій вартості Інтернет-реклами;

- торгувати саме тими товарами і послугами, попит на які в мережі Інтернет найвищий;

- вивчити конкурентів та сформувані власні маркетингові заходи підвищення ефективності господарської діяльності.

Оцінка ефективності використання Інтернет технологій в підприємстві готельного господарства, на нашу думку, має включати аналіз наступних елементів:

- особливості впроваджуваних заходів в мережі Інтернет, оснащеність відповідним обладнанням, устаткуванням, належним програмним забезпеченням тощо;

- фінансування здійснюваних заходів, рівень витрат, передбачених для введення Інтернет технологій;

- наявність і відповідність вимогам сучасних Інтернет технологій на підприємстві належно підбраного висококваліфікованого персоналу;

- можливість швидкого та ефективного використання Інтернет технологій в підприємстві готельного господарства;

- витрати на введення маркетингових заходів (вироблених власними силами та придбаних ззовні об'єктів інтелектуальної власності);

- схема організації й управління реалізацією впровадження інструментів та методів Інтернет-маркетингу;

- особливості запланованих та введених в дію заходів маркетингу в мережі Інтернет, їх відповідність встановленим критеріям, можливість поетапного впровадження маркетингових змін з подальшим їх покращенням;

- оцінка рівня конкурентоспроможності маркетингових інструментів в мережі Інтернет, а також рівня попиту на продукцію після їх реалізації;
- час та місце використання Інтернет технологій в підприємстві готельного господарства.

Готельний бізнес є галуззю з високим рівнем насичення інформації і його успіх безпосередньо залежить від швидкості передачі й обміну інформацією, від її актуальності, своєчасності отримання. В центрі уваги сучасних концепцій маркетингу стає налагодження довгострокових та взаємовигідних відносин зі споживачами, використовуючи знання про індивідуальні потреби і поведінку споживачів. Такі тенденції як, підвищення рівня конкуренції, зростання вимогливості споживачів до якості продукції та сервісу, висока інформованість покупців і поява нових засобів комунікації значно підвищують актуальність розвитку та систематизації знань про Інтернет технології.

Оцінка ефективності використання Інтернет технологій в підприємстві готельного господарства повинна бути здійснена у таких напрямках:

1. Оцінювання всіх окремо взятих впроваджуваних підприємством Інтернет технологій;
2. Оцінка результативності загальної діяльності в мережі Інтернет.

В цілому оцінка ефективності використання Інтернет технологій повинна містити сукупність кількісних та якісних показників, які повинні сформувати загальну картину ефективності роботи підприємства готельного господарства в мережі Інтернет (рис. 1.5). Вибір індивідуальних показників оцінки ефективності використання Інтернет технологій здійснюється з обов'язковим урахуванням особливостей використання і залежить від поставлених цілей та задач управління ефективністю розвитку підприємства готельного господарства.

В першу чергу підприємство готельного господарства має оцінити ефективність роботи сайту, яке є обличчям організації як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Результативність його ведення проявляється в кількості замовлень, здійснених після ознайомлення з продукцією компанії у такий спосіб.

- постійний контроль результативності фактичного рівня ефективності заходів в мережі Інтернет порівняно з запланованими

- обрання найприбутковіших Інтернет технологій

Глобальні цілі оцінювання ефективності використання Інтернет технологій

- співставлення отриманого рівня ефективності використання Інтернет технологій з ефективністю маркетингових заходів існуючих та потенційних

Загальноприйняті показники оцінювання економічної ефективності використання Інтернет технологій

- 1) темпи росту відвідуваності сайту підприємства готельного господарства (характеризує популярність сайту);
- 2) кількість повторних відвідувань сайту підприємства готельного господарства;
- 3) регулярність й частота відвідування веб-сайту,
- 4) кількість посилань на сайт, в т.ч. зовнішніх;
- 5) вартість залученого потенційного чи існуючого покупця;
- 6) об'єми розміщеної на сайті чи сторінках посередників інформації щодо подій підприємства (статей, новинок тощо);
- 7) кількість появ назви готелю у соціальних мережах;
- 8) кількість розсилок, а також надісланих повідомлень за допомогою е-майл пошти;
- 9) ефективність рекламних банерів (визначається кількістю відвідувачів, які ним скористалися і перейшли на сайт компанії);
- 10) рівень конверсії для характеристики якості веб-сайту готелю;
- 11) точки входу та виходу, аналіз трафіка;
- 12) аналіз пошуковиків (звідки прийшли споживачі);
- 13) аналіз географії та загальні характеристики існуючих та потенційних споживачів підприємства готельного господарства.

Рис. 1.5. Глобальні цілі та загальноприйняті показники економічної ефективності використання Інтернет технологій [14, 56, 66]

Варто пам'ятати про необхідність постійного оновлення інформації на сайті, безперервну розробку акцій та знижок, цікавих пропозицій для клієнтів. Крім того, підтримка сайту не несе за собою значних затрат, тому така реклама готельних послуг надзвичайно вигідна та результативна. Таким чином можна досягти підвищення ефективності роботи веб-ресурсу, а, отже, і зростання обсягів продажу.

Ефективність використання Інтернет технологій включатиме в себе ефективність ведення веб-сайту компанії, банерної реклами, розсилок через

електронну пошту, відеороликів, розміщених в Інтернеті, результативність електронних конференцій та семінарів тощо.

Інтернет-статистика зазвичай є ключовою передумовою оцінки ефективності використання інструментів та методів маркетингу в мережі Інтернет. Її перевагою є можливість дізнатися про зацікавленість Інтернет-споживачів навіть через кілька місяців після ведення рекламної кампанії. Зокрема, можна довідатися, скільки клієнтів і коли забронювали готельні послуги, хто просто зайшов на сайт заради цікавості, а хто став реальним клієнтом. Однак, при оцінюванні ефективності застосування інструментів та методів інтернет-маркетингу неможливо до кінця визначити, яка реклама була ефективнішою – засоби маркетингу в мережі Інтернет чи решта маркетингових прийомів. Однак, це не завадить нам все ж таки запропонувати власні методики оцінки ефективності використання Інтернет-технологій в підприємстві готельного господарства.

Для коректного оцінювання ефективності використання Інтернет технологій важливим є чітке визначення всіх складових витрат на маркетинг, приведення статистики активності цільової аудиторії, виявлення основних засад впливу на споживачів та позиції серед усіх конкурентів на внутрішньому ринку.

Економія на маркетингових витратах при впровадженні індивідуальних Інтернет заходів проявляється в:

- економії витрат на рекламу;
- економії на телефонних розмовах;
- економії часу на вивчення пропозиції (усе можна побачити на веб-сайті компанії);
- економії на швидкості до- і після обслуговування.

У наведеній таблиці 1.3 описано ресурси підприємства готельного господарства, наявність і достатність яких значною мірою впливає на ефективність використання Інтернет технологій.

Вітчизняний вчений Равікович І.Є. запропонував перелік розроблених показників оцінювання ефективності впровадження інструментів Інтернет-

маркетингу на торговому підприємстві [14, 18]. Деякі з них можуть бути адаптовані в готельному бізнесі. Обрахунок таких показників дасть можливість керівництву підприємства готельного господарства загалом правильно оцінити результативність використання Інтернет технологій з метою підвищення прибутковості господарської діяльності, а також коректування тих напрямків, які не приносять очікуваних результатів.

Таблиця 1.3

Ресурси підприємства готельного господарства, які визначають рівень ефективності використання Інтернет технологій [3, 64]

<i>Ресурси</i>	<i>Характеристика</i>
Фінансові (інвестиційні)	Затрати власних чи залучених фінансових коштів на впровадження в діяльність підприємства Інтернет технологій
Інтелектуальні	Продукти інтелектуальної діяльності з області Інтернет технологій, розроблені підприємством чи придбані ззовні
Організаційні	Швидкість та оперативність реагування на виникаючі ситуації та можливість прийняття правильних управлінських рішень
Техніко-технологічні	Наявність відповідного обладнання та належного програмного забезпечення для повноцінного впровадження інструментів маркетингу в мережі Інтернет
Інформаційні	Інформаційне забезпечення введення маркетингових Інтернет технологій в підприємстві готельного господарства
Людські	Наявність належно підготовленого кваліфікованого персоналу, що забезпечить ефективне використання Інтернет технологій

Отже, серед найважливіших показників автором запропоновано наступні:

– показник реалізації висунутих ідей стосовно просування пропозиції підприємства готельного господарства в мережі Інтернет розраховується за формулою 1.1 (оптимально – максимізація):

$$N_{\text{ід.}} = \frac{N_{\text{прод.}}}{N_{\text{заг}}} N_{\text{ід.}} = \frac{N_{\text{прод.}}}{N_{\text{заг}}} \quad (1.1)$$

Де, $N_{\text{прод.}}$ – кількість реалізованих в розрахунковому періоді ідей щодо просування продукції підприємства в мережі Інтернет, одиниць;

$N_{\text{заг.}}$ – загальна кількість висунутих в розрахунковому періоді ідей щодо впровадження усіх інструментів Інтернет-маркетингу, одиниць.

– показник кадрового забезпечення, що володіє навичками використання Інтернет технологій в роботі (формула 1.2). Характеризує частку кваліфікованого персоналу володіє навичками використання Інтернет технологій в роботі в загальній чисельності працівників (оптимально – максимізація):

$$K = \frac{M}{K_{\text{заг.}}} K = \frac{M}{K_{\text{заг.}}} \quad (1.2)$$

де M – загальна чисельність працівників відділу, які працюють над впровадженням інструментів Інтернет-маркетингу в розрахунковому періоді, осіб;

$K_{\text{заг.}}$ – загальна чисельність працівників підприємства в розрахунковому періоді, осіб.

– показник підготовки та підвищення кваліфікації працівників відділу (формула 1.3). Показує частку залучених працівників по використанню Інтернет технологій, які пройшли курси підвищення кваліфікації, до сумарної чисельності працівників (оптимально – наближення до одиниці):

$$K_{\text{кв.}} = \frac{M_{\text{кв.}}}{K_{\text{заг.}}} K_{\text{кв.}} = \frac{M_{\text{кв.}}}{K_{\text{заг.}}} \quad (1.3)$$

де $M_{\text{кв.}}$ – кількість працівників підприємства готельного господарства, що використовують Інтернет технології, які пройшли перепідготовку протягом останнього року, осіб.

– загальні витрати на впровадження Інтернет технологій можна представити формулою 1.4.

$$C = C_{\text{вл.}} + C_{\text{зз.}} + C_{\text{зп.}} \quad C = C_{\text{вл.}} + C_{\text{зз.}} + C_{\text{зп.}} \quad (1.4)$$

де $C_{\text{вл.}}$ – витрати на власну розробку та впровадження Інтернет інструментів в розрахунковому періоді, грн.;

$C_{\text{зз.}}$ – витрати на придбання Інтернет інструментів ззовні в розрахунковому періоді, грн.;

$C_{\text{зп.}}$ – витрати на заробітну плату працівниками відділу маркетингу, які впроваджують Інтернет технології, в розрахунковому періоді, грн.

– показник реалізованих послуг завдяки використанню конкретного Інтернет інструменту в загальному обсязі реалізованих послуг розраховується за формулою 1.5 (оптимально – максимізація):

$$Q_{\text{прод.}} = \frac{C_1 \times Q}{D} Q_{\text{прод.}} = \frac{C_1 \times Q}{D} \quad (1.5)$$

де C_1 – вартість одиниці реалізованих послуг завдяки використанню конкретного Інтернет інструментарію, в розрахунковому періоді, грн.;

Q – обсяг реалізованих послуг завдяки використанню конкретного Інтернет інструментарію, в розрахунковому періоді, одиниць;

D – чистий дохід (виручка) від реалізації всіх послуг підприємства готельного господарства в розрахунковому періоді, грн.

Пораховані значення коефіцієнтів слід порівняти з показниками конкуруючих підприємств готельного господарства і визначити тенденцію ефективності використання Інтернет технологій, а також, за необхідності, внести відповідні зміни в маркетингову політику готелю.

Висновки до розділу 1

Дослідження теоретичних аспектів використання Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства дало можливість сформулювати наступні висновки

1. Досліджено генезу Інтернет технологій, визначено найпопулярніші з них в умовах сьогодення, такі як електронна пошта, доступ до файлів віддалених комп'ютерів; сеанси зв'язку з іншими комп'ютерами, під'єднаними до Інтернет; пошук інформації в базі даних в оперативному режимі; спілкування з іншими користувачами шляхом використання сервісу Internet Relay Chart; доступ до інформаційної системи World Wide Web (WWW). Розвиток Інтернет технологій спонукає пристосовуватись до глобальних економічних змін, створює важливі передумови динамічного розвитку підприємств готельного господарства.

2. Визначено, що широке використання Інтернет технологій як в сфері введення нових готельних послуг, так і в їх просуванні на ринок, стало

невід'ємною умовою підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства, а також сприяє поліпшенню якості обслуговування. Використовуючи Інтернет технології, готель отримує нові можливості ефективного ведення бізнесу, а саме працювати в онлайн режимі у системах бронювання, розповсюджувати свою рекламу, покращити комунікації між організаційними підрозділами, аналізувати ринкові позиції свої та конкуренти, вивчати інновації у готельному бізнесі, визначати стратегічні цілі та розробляти стратегію розвитку тощо.

3. Досліджено різні глобальні мережні системи бронювання (CRS - computer reservation systems) та визначено, що такі системи як Sabre, Galileo, Wordspan та інші, у підприємствах готельного господарства використовуються як засіб зв'язку між базами даних та клієнтами Інтернет, інструмент просування готельних послуг, налагодження партнерських відносин, забезпечення умов швидкого реагування на глобальні зміни в ринковому середовищі та глобалізації бізнесу.

4. Визначено, що завдяки застосуванню Інтернет технологій підприємство готельного господарства набуває таких переваг, як: швидкість пошуку та отримання інформації, впровадження іноваційних технологій формування та реалізації готельних послуг, ефективний підбір висококваліфікованого персоналу, автоматизація внутрішніх організаційно-управлінських процесів, підвищення продуктивності праці, глобалізація бізнесу. В Інтернеті потенційними споживачами готельних послуг є всі користувачі глобальної павутини, важливим є лише механізм доведення інформації до них.

5. Дослідження теоретичних аспектів процесу оцінки ефективності використання Інтернет технологій в підприємстві готельного господарства, показало, що необхідно враховувати ступінь оснащеності відповідним обладнанням, устаткуванням, належним програмним забезпеченням конкретного підприємства; рівень витрат, передбачених для введення Інтернет технологій; наявність і відповідність висококваліфікованого персоналу вимогам сучасних Інтернет технологій; організація заходів впровадження інструментів та

методів Інтернет-маркетингу, що дозволить визначити напрями використання Інтернет технологій у майбутньому.

6. Визначено, що оцінка ефективності використання Інтернет технологій в підприємстві готельного господарства повинна здійснюватись окремо взятих впроваджуваних підприємством Інтернет технологій і результативності загальної діяльності в мережі Інтернет, враховуючи особливості їх використання і залежить від поставлених цілей та задач управління, що забезпечить умови для подальшого їх використання у стратегічних заходах завоювання споживчого ринку та удосконалення управління підприємством.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ НАВЧАЛЬНО-ВИРОБНИЧИМ ГОТЕЛЕМ «ГОСТИННІСТЬ», М. КИЇВ

2.1. Аналіз результатів діяльності готелю

Навчально-виробничий готель «Гостинність» є структурним підрозділом і знаходиться у м. Київ, вул. Генерала Жмаченка, буд. 26. Готель «Гостинність» розташований у мальовничій частині міста Києва, біля ст. метро «Дарниця».

Готель знаходиться у безпосередній близькості до таких туристичних об'єктів м. Києва, як:

- Парк «Кіото» - в 34 хв ходьби
- Міжнародний виставковий центр - в 36 хв ходьби
- Острів Венеція - в 43 хв ходьби
- Гідропарк - в 4,4 км
- Монумент-скульптура "Батьківщина-мати" - в 9,4 км
- Маріїнський палац - в 9,7 км
- Києво-Печерська лавра - в 9,8 км

Зручність розташування підтверджує відносна близькість до міжнародних аеропортів: Київ (IEV-Жульхани) - в 32 хвилини їзди (19,8 км); Київ (КВР-Бориспіль, Міжнародний Аеропорт) - в 34 хвилини їзди (31,1 км). До залізничного вокзалу Київ-Пасажирський - в 29 хв їзди автомобілем

Лабораторія створена у 2005 році на базі відділення «Туристичне і готельне обслуговування» і слугує базою для проходження практики студентів спеціальності «Готельне обслуговування». Готель розташований на 4 та 5 поверхах корпусу гуртожитку. Готель працює цілодобово.

Готель «Гостинність» забезпечує подорожуючим комфортне проживання в затишних номерах. У кожному номері є необхідні меблі, телевізор (кабельне

ТБ), косметичні набори, Wi-Fi-доступ. Обладнана індивідуальна опалювальна система.

У складі готелю знаходяться 22 номери (31 місце) категорій: Стандарт, Напівлюкс, Люкс та стійка рецепції (табл. 2.1). Відповідно до Закону України «Про туризм» та Державних стандартів (ДСТУ 4268-2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги»; ДСТУ 4269-2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»; ДСТУ 4527-2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення») готель «Гостинність» відповідає категорії 1*. Ціна номера включає: вартість послуги резервування; розміщення; податки і збори; медична страховка.

Таблиця 2.1

**Номенклатура номерів Навчально-виробничого готелю «Гостинність»,
м. Київ, та їх вартість станом на 1.07.2018 р.**

Тип та категорія номеру	Організаційна характеристика	Кількість номерів	Вартість, грн.
Стандарт «Євро-тренд» одномісний	Затишний однокімнатний номер з односпальними ліжками, площею 12 кв. м. Номер блочного типу - 1 санвузол на 2 номери.	10	240,00
Стандарт двомісний	Зручний однокімнатний номер з можливістю додаткового місця, площа - 45 кв. м. Комплектацію доповнює фен. Обладнаний душ, санвузол.	9	380,00
Напівлюкс	Комфортний номер для двох з можливістю додаткового місця. Площа становить 45 кв. м. Комплектацію доповнює фен. Обладнаний душ, санвузол.	2	450,00
Люкс	Висококласний двомісний номер площею 90 кв. м. Номер кондиціонований, є фен. Обладнана ванна кімната, санвузол.	1	500,00
Разом		22 (31 місце)	

Під час проходження практики в Навчально-виробничому готелі «Гостинність» студенти відділення мають змогу на практиці використати і вдосконалити знання та вміння отримані ними під час теоретичного навчання. На базі навчально-виробничого готелю проходять лабораторні роботи, ділові ігри, конкурси.

Основним завданням та функціями навчально-виробничого готелю є:

1. Забезпечення базової підготовки спеціалістів, практичного навчання студентів відповідно до ОКХ та ОПП, навчальних планів та програм;
2. Підвищення якості навчання студентів;
3. Сприяння професійному становленню студентів, формування у них культури поведінки, естетичного смаку до обраної професії;
4. Відпрацювання із студентами умінь і навичок по прийому, обслуговуванню проживаючих на робочих місцях покоївки, адміністратора, чергового по поверху готелю та вирішення ними реальних ситуацій;
5. Впровадження нових технологій та прогресивних форм обслуговування в практичному навчанні;
6. Розробка методичних матеріалів по проведенню практичного навчання студентів із спеціальностей;

У навчально-виробничому готелі «Гостинність» надаються додаткові послуги представлені у табл. 2.2. До додаткових послуг, які надає готель, належить послуга харчування, яка надається у приміщеннях ресторану, яке знаходиться на першому поверсі будівлі і є окремим господарським суб'єктом. Ресторан має 2 зали на 40 та 20 місць, площа - 80 кв. м. Зали ресторану відділені один від одного. Тут можна затишно проводити зустрічі, свята, ювілеї у вузькому колі родини, друзів і колег. Обслуговування гостей готелю ведеться згідно графіком: сніданок о 7.00- 10.00, обід 13.00 - 15.00, вечеря 19.00- 21.00.

Сніданок у вартість номеру не включається, але його можна замовити у ресторані готелю. Вартість сніданку на 1.07.18 р. складала – 100 грн. Кухня ресторану пропонує різноманітний асортимент страв української і європейської кухні, міцних спиртних напоїв і вин. У готелі є послуга – обід та вечеря у номер.

Таблиця 2.2

Додаткові послуги навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ

<i>Група додаткових послуг</i>	<i>Вид послуги</i>
1. Автотранспортні послуги	Автостоянка на 5 автомобілів під охороною
	Трансфер
2. Бізнес-послуги	1. Конференц-зала на 600 місць 2. Конференц-зала на 50 місць
	Кімната для переговорів
	Ксерокопія документів
	Безкоштовно доступ до мережі Інтернет WiFi
	Комп'ютер (електронна пошта, Інтернет) принтер, телефон, факс
3. Харчування та відпочинок	Ресторан
	Бар
	Сауна
4. Додаткове ліжко в номер	Розкладне ліжко для дорослого
	Ліжко для дитини віком 1-5 років
5. Побутові послуги	Прання, хімчистка та прасування речей гостя
6. Медичні послуги	Стоматологічний кабінет
7. Спортивно-рекреаційні послуги	Тренажерний зал

У навчально-виробничому готелі «Гостинність» на постійній основі працює 19 осіб (табл. 2.3). Решта працівників є штатними працівниками підрозділів Київського технікуму готельного господарства і виконують облікову та адміністративну роботу у готелі. Заклади харчування, що обслуговують мешканців готелю, є окремими суб'єктами господарювання.

Таблиця 2.3

Штатний розпис навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ

<i>Посада</i>	<i>Кількість працівників</i>
Директор готелю	1
Керівник служби прийому та обслуговування	1
Адміністратор	3
Покоївка	4
Завідувач господарством	1
Товарознавець	1
Комірник	1
Кастелянка	1
Сантехнік	1
Електрик	1
Двірник	1
Охоронець	3
Всього	19

Система управління навчально-виробничого готелю «Гостинність» - лінійно-функціональна (рис. 2.1).

Рис. 2.1 Організаційно-управлінська структура навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ

Дослідження реалізації готельних місць за 2016-2017 рр. показало, що навчально-виробничий готель «Гостинність» середня кількість проданих місць за добу у 2016 р. склала 15 місць (48%), у 2017 р. – 12 місць (39%), що на 9 місць менше (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Динаміка використання готельних місць навчально-виробничому готелі «Гостинність», м. Київ за добу у 2016 – 2017 рр.

Показники	Од. виміру	2016 рік	2017 рік	Абсолютне відхилення
Кількість номерів (загальна)	номерів	22	22	-
З них:				
Стандарт одномісний	номерів	10	8	-
Стандарт двомісний	номерів	9	9	-
Напівлюкс	номерів	2	2	-
Люкс	номерів	1	1	-
Середня кількість проданих місць за добу	місць	15	12	-3
Використання готельних номерів за добу	%	48	39	-9

Найбільший час простою спостерігається при реалізації номерів категорії Люкс, Стандарт одномісний.

Аналіз обсягу та структури доходу від експлуатації номерного фонду дозволяє вивчити можливості готелю щодо реалізації послуг проживання у плановому періоді (табл. 2.5, рис. 2.2).

Таблиця 2.5

Структура та динаміка доходів навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ за 2015-2017 рр., тис. грн.

Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	+ , - 2017 - 2015
Дохід від реалізації продукції (послуг), у т.ч.:	3400,6	2740,9	2950,7	-449
Дохід від експлуатації номерного фонду	1390,1	1000,1	1210,2	-179,9
Дохід від надання додаткових послуг	800,3	600,1	520,0	-280,3
Дохід від реалізації послуг ресторанного господарства	610,2	620,3	650,2	40,0
Інші послуги готелю	600,0	520,4	570,3	- 29,7
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	2780,9	2290,5	2440,7	-340,2

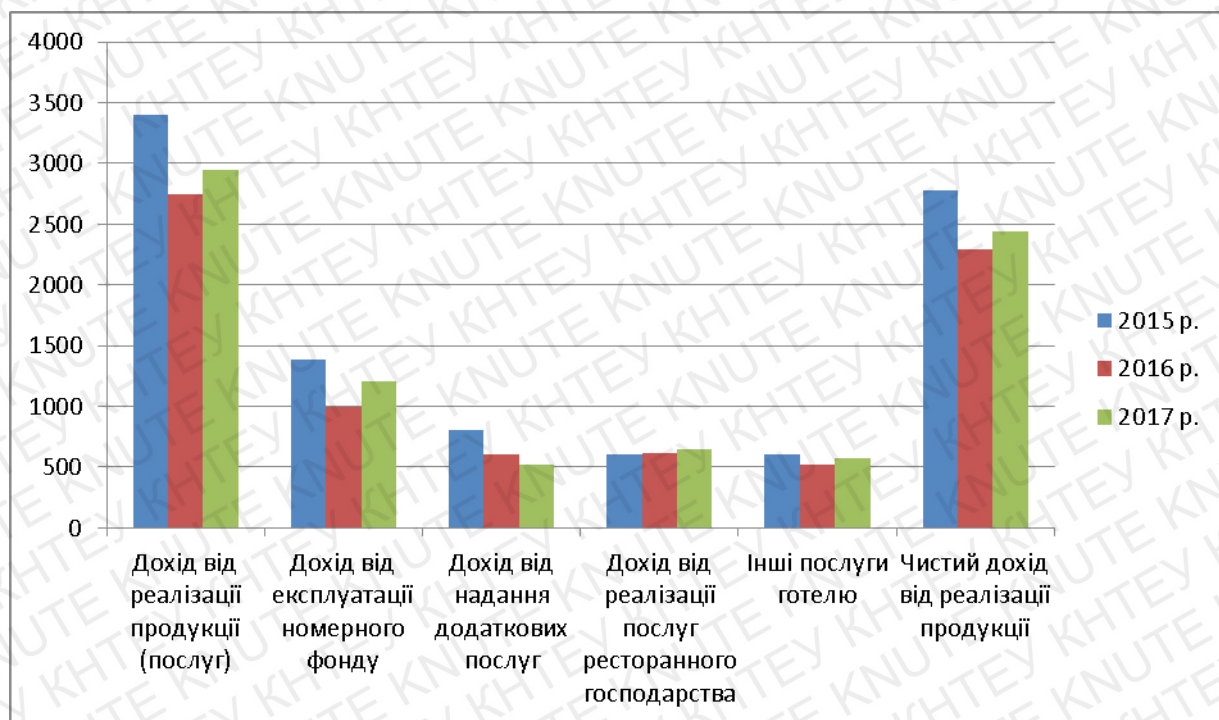


Рис. 2.2. Динаміка доходів навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ за 2015-2017 рр., тис. грн.

Так, доход від реалізації продукції (послуг) у 2015 р. склав 3400,6 тис. грн., однак показник у наступних роках має тенденцію до зменшення. У 2017 р він вже склав 2950,7 тис. грн., що на 449 тис. грн. менше. Знизився і доход від експлуатації номерів і у 2017 р. склав 1210,2 тис. грн., що на 179 тис. грн. менше ніж у 2015 р. Доход від надання додаткових послуг у 2017 р. зменшився на 280,3 тис. грн. порівняно з 2015 р. Збільшився показник дохід від реалізації послуг ресторанного господарства, так у 2017 р. він склав 650,2 тис. грн., що на 40 тис. грн. більше ніж у 2015 р.

Показник реалізації інших послуг готелю у 2017 р. знизився на 29,7 тис. грн. і склав 600,0 тис. грн. Як результат діяльності готелю «Гостинність» у 2017 р. чистий дохід від реалізації продукції склав 2440,7 тис. грн., на -340,2 тис. грн. менше ніж у 2015 р - 2780,9 тис. грн. В свою чергу у 2017 р. зменшилися показники прибутку (табл. 2.6, рис. 2.1)

Таблиця 2.6

**Результати господарської діяльності навчально-виробничого готелю
«Гостинність», м. Київ за 2015-2017 рр., тис. грн.**

Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2017 - 2015 +, -	2017/2015 +/-
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	2780,9	2290,5	2440,7	-340,2	88
Собівартість реалізованої продукції	520,8	630,8	750,5	229,7	144
Валовий прибуток	2260,1	1650,7	1690,2	-569,9	75
Інші операційні доходи	0	0,20	0,0	-	-
Адміністративні витрати	2110,3	1340,7	1290,2	-820,1	61
Витрати на збут	100,4	160,1	130,3	29,9	130
Інші операційні витрати	100,5	100,7	200,8	190,3	191,2
Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування	29,0	44,0	59,0	30	203
Чистий прибуток	21,7	33,0	44,0	22,3	203
Рентабельність	0,85	1,60	2,0	1,15	235

Процес виробництва готельних послуг визначається традиційним гостьовим циклом: прибуття – проживання – виїзд. Основний технологічний процес виробництва готельних послуг, що забезпечує підготовку

функціонального процесу «надання даху», включає основні, обслуговуючі й допоміжні технологічні цикли.

Основний технологічний цикл визначається «замкнутим готельним циклом приймання і розміщення», що складається з технологічних циклів: резервування, приймання гостя, реєстрації документів, попередньої оплати, надання розміщення, нічного аудиту, організації виїзду і розрахунку після виїзду.

Обслуговуючі технологічні цикли пов'язані з упровадженням інформаційних технологій, збереженням і переміщенням інформації, забезпеченням охорони і безпеки підприємства, експлуатацією устаткування і приміщень (прибирання, чищення). Вони здійснюються складськими, транспортними і технічними службами. Розрізняють чотири види обслуговуючих технологічних циклів: інформаційні технології, технології бронювання і резервування, технологічний цикл забезпечення охорони і безпеки, клінінговий технологічний цикл нежитлових приміщень.

Основні технологічні цикли здійснюються в контактній зоні (Front Desk) службою портьє (Reception).

Допоміжні технологічні цикли, забезпечуючи контроль за технічним і естетичним станом приміщень, устаткування, механізмів і автоматів є загальними для основних технологічних процесів виробництва і споживання готельних послуг.

Організація прийому та розміщення в навчально-виробничому готелі «Гостинність» реалізовується шляхом виконання окремих виробничих процесів в структурних підрозділах на основі їх взаємодії. Надаючи основну послугу — послугу проживання, додаткові платні і безкоштовні послуги.

Неухильне правило для персоналу готелю - шанобливе відношення до будь-яких культурних традицій і образу мислення, а також готовність до спілкування без забобонів зі всіма. Кожен гість може звернутися до співробітника готелю зі своїми проблемами і турботами, і його очікування

виправдаються - це і є гарантією успіху і конкурентоспроможності на ринку готельних послуг.

2.2. Оцінка використання Інтернет технологій в управлінні підприємством

Ефективне ведення готельного бізнесу потребує залучення сучасних систем автоматизації та Інтернет технологій. Для раціональної автоматизації бізнес-процесів в навчально-виробничому готелі «Гостинність» ведеться постійний пошук можливостей застосування Інтернет технологій необхідних для вдалої декомпозиції задач, що потребують постійного вирішення. Мотивація подібних заходів достатньо різна: тут і вплив моди, і бажання «не відстати від конкурента», прагнення керівництва підприємства впровадити ефективну й сучасну систему керування, яка повинна знизити транзакційні витрати, прискорити бізнес-процеси, збалансувати співвідношення між повноваженнями та відповідальністю у підлеглих; удосконалити процес реалізації готельних послуг; не буде вимагати постійного контролю та відвертати увагу від виконання стратегічних завдань.

В той же час широке запровадження комп'ютерних систем бронювання в Україні стримується наступними чинниками:

- недостатністю фінансових ресурсів для плати за підключення до GDS і установку необхідного програмного забезпечення;
- низьким рівнем підготовки менеджерів з інформаційних технологій;
- відсутністю інформування готельних закладів відносно необхідності впровадження глобальних комп'ютерних систем бронювання;
- інформаційною небезпекою при широкому використанні Internet-технологій.
- відсутністю єдиних стандартів із застосування Internet і інших інформаційних технологій.

Досвід впровадження та використання інформаційних технологій дає змогу говорити про великі потенційні можливості цієї сфери при розв'язанні

різних управлінських проблем.

Найпопулярнішими Інтернет ресурсами у діяльності досліджуваного підприємства готельного господарства, такі як:

- Інтернет-сервіс WWW (*World Wide Web*): швидкий і зручний доступ до різних довідкових матеріалів (каталогів, довідників, специфікацій), розташованих на Веб-порталах; продаж готельних послуг в режимі он-лайн; організація віртуального офісу контактів з філіалами, наприклад готелями однієї мережі; отримання оперативної інформації, необхідної для ведення готельного бізнесу; пошук партнерів; аналіз ефективності прийнятої рекламної стратегії.
- Інтернет-сервіс email (електронна пошта): отримання та реєстрація замовлень (броні за офіційними листами від організацій; здача електронних звітів, підтримка маркетингового зв'язку з гостями).

В навчально-виробничому готелі «Гостинність» здійснюються основні функції управління, а саме: планування, організація, лідерство (керівництво) і контроль (рис. 2.3).

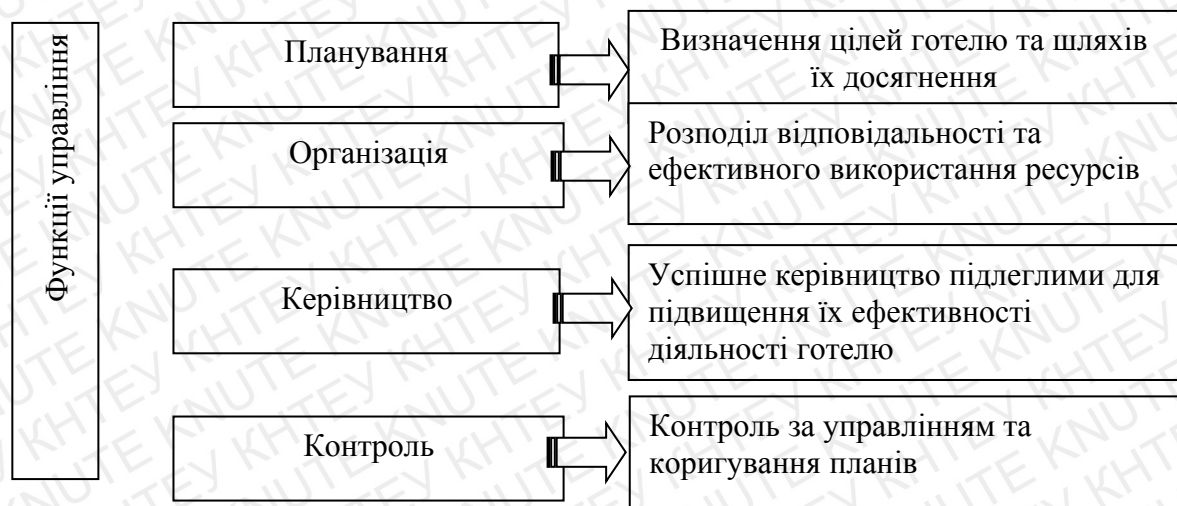


Рис. 2.3 Функції управління у навчально-виробничому готелі «Гостинність»,

м. Київ

Водночас керівництво навчально-виробничого готелю «Гостинність» розглядає Інтернет технології скоріше як інструмент забезпечення вирішення технічних операцій управління.

Функція *планування* визначає виробничі завдання, норми і нормативи витрачання ресурсів на одиницю продукції, кошториси витрат на виробництво в розрізі виробничих підрозділів підприємства, фінансові результати господарської діяльності. План або прогноз для навчально-виробничого готелю «Гостинність» відіграє значну роль, показує ту мету, до якої прагне підприємство. Процес планування у досліджуваному підприємстві здійснюється з використанням комп'ютерів та друкарської техніки. Інтернет технології для реалізації даної функції використовуються як засіб передачі інформації шляхом пересилання електронної пошти (e-mail).

Служба планування, укомплектована кваліфікованими спеціалістами – штатними працівниками Київського технікуму готельного господарства, що виконують функції планового відділу готелю.

2. *Організація* є процесом, який направлений на найбільш оптимальне сполучення ресурсів – матеріальних, енергетичних, трудових, фінансових, інформаційних у виробничому процесі. Виробничий процес в навчально-виробничому готелі «Гостинність» забезпечує створення комплексного готельного продукту та його реалізацію на ринку.

Для здійснення організаційної функції управління досліджуване підприємство використовує систему «Nimeta», яка є продуктом глобальної системи «Амадеус» («Amadeus») і призначена для малих і середніх підприємств готельного господарства. Робота системи «Nimeta» надає можливість оренди і використання системи управління за допомогою Internet-технологій. Ця технологія полягає в тому, що дані про готель і, власне сама програма системи управління готелем, знаходяться поза готелем на спеціально відведеному сервері. Такий сервер знаходиться в обладнаному сервіс-центрі Internet-провайдера. Таким чином, для підключення і використання системи «Nimeta» досить просто мати комп'ютер і вихід в Internet.

Система «Nimeta» створена на основі результатів дослідження особливості функціонування малих і середніх готелів, працює в глобальній мережі Інтернет і має такі характеристики:

1. Система накопичує в собі позитивний досвід експлуатації сотень готелів. Її впровадження може вимагати деяких змін у технології роботи підприємства, але це дасть дійовий ефект у майбутньому.
2. Система обов'язково підтримується фірмою-виробником. Персонал готелю не опиниться в ситуації, коли звільняється головний програміст і залишаються нерозв'язаними поточні проблеми. Готель працює не з конкретними особами, а з фірмою, на підтримку якої можна розраховувати у будь-який момент.
3. Система розвивається разом з потребами ринку та інформаційних технологій. Готель має можливість у разі необхідності удосконалити власну АСУ, перейти на використання більш нової версії програмного забезпечення.
4. Готелі практично не спроможні своїми силами розв'язувати блок питань автоматизації процесів бронювання та передавання інформації.

Мотивація, як елемент управління, направляється на прийняття рішень та підкріплення їх наказами, інструкціями, вказівками з приводу використання живої праці та матеріальних ресурсів, передбачає підпорядкування та субординацію між членами колективу. Для цього працівники наділяються розпорядчими та виконавчими функціями.

Мотивація передбачає розробку положень про винагороду за досягнення в праці. Преміальна система оплати праці повинна бути направлена на сприяння росту продуктивності праці, зниження витрат на виробництво, підвищення якості продукції. Через мотивацію апарат управління узгоджує дії всіх працівників підприємства з метою досягнення тактичних та стратегічних завдань та загальної мети підприємства.

Контроль в загальному розумінні виступає як інструмент, який забезпечує всі ланки апарату управління інформацією про стан об'єкта управління.

Контрольна діяльність полягає в розробці норм функціонування системи і узгодження з плановими завданнями, створенні системи інформації, виявленні відхилень від норм функціонування, порівнянні фактичних показників з їх плановими значеннями, здійсненні необхідного впливу на людей, які мають

відношення до контрольної ситуації, прийняття рішень. Для забезпечення контрольної діяльності необхідна інформація про стан об'єкта управління, ресурси підприємства та їх раціональне використання, процеси, що відбуваються на підприємстві (постачання, виробництво, збут), формування собівартості продукції тощо.

Відповідно до особливостей тої чи іншої організаційно-правової форми підприємства встановлено ряд особливостей управління ними.

Обов'язки, права і відповідальність посадових осіб підприємства щодо управління визначаються кваліфікаційними посадовими інструкціями.

Посадові інструкції розробляють та затверджують роботодавці на основі типових характеристик професій працівників. Оскільки окремі типові кваліфікаційні характеристики працівників містять лише основні завдання та обов'язки, роботодавець може доповнити посадові (робочі) інструкції роботами, що належать до складу статутів, технологічних карт, регламентів, інструкцій та інших нормативних документів, встановлених адміністрацією за погодженням з профспілковими або іншим уповноваженим на представництво трудовим колективним органом. У цих випадках працівникові може бути доручено виконання споріднених за змістом обов'язків і робіт, тобто віднесених до однієї функції управління, однакових за складністю, виконання яких не потребує іншої спеціальності, кваліфікації, зміни найменування посади (професії).

Дослідження впливу Інтернет технологій на результати діяльності готелю показало, використання системи «Nimeta» забезпечило навчально-виробничому готелю «Гостинність» систематизацію інформаційних потоків у процесі бронювання та продажу готельних послуг. Основні напрями процесу систематизації інформаційних потоків представлені у таблиці 2.7.

Туристи можуть забронювати номери та послуги навчально-виробничого готелю «Гостинність» через Інтернет. Готель має можливість перевірити популярність того чи іншого Інтернет джерела серед потенційних споживачів готельних послуг. Для цього готель розміщує інформацію у системах Інтернет-бронювання, таких як <https://www.booking.com>, <https://hotels24.ua>,

<https://ru.hotels>, де розміщується детальна інформація рекламного змісту про готель, а саме: місце розташування готелю, інформацію про типи та тарифи номерів, фотографії інтер'єрів номерів та інших приміщень готелю, опис видів сервісу, що пропонують в готелі, внутрішня інфраструктура, служби, інформація про контингент, що проживає в готелі, відгуки клієнтів.

Таблиця 2.7.

Напрями процесу систематизації інформаційних потоків у навчально-виробничому готелю «Гостинність», м. Київ

№	Інформація, що передається
1	Інформація про майбутнє прибуття та виїзд, інформація про наявність місць у готелі, стан рахунків гостей
2	Введення даних про прибуття, розміщення гостей, поточна робота з клієнтом (внесення інформації про послуги, якими користуються, переселення з номера в номер, прийом та відправлення повідомлень для клієнтів та ін.)
3	Інформація про кількість і тип замовлених пансіонів на найближчі дні
4	Інформація про зміну вартості страв, інших послуг, що надаються рестораном
5	Інформація про відкриття (або закриття) певного класу телефонного доступу в номер. Це підтримується телефонною станцією
6	Повна інформація про телефонні дзвінки та їх вартість з одночасним включенням підсумкового результату у рахунок клієнта
7	Нетарифікована інформація про дзвінки від телефонної станції
8	Інформація про послуги, що надані кіосками, про їх вартість та сплату
9	Інформація про замовлення клієнтом тих чи інших послуг (напої, екскурсії та ін.)
10	Інформація про стан готельного номера
11	Інформація про візд та виїзд, передача повідомлень для клієнтів, сервісні функції
12	Статистична інформація з можливістю аналізу за різними критеріями або групами критеріїв (національність, соціальний статус, види послуг, номери, мета поїздок та ін); доступ до архіву
13	Зміна цін, видів послуг, надання цінових знижок для тих чи інших туроператор і в, груп або індивідуалів, категорій туристів
14	Інформація про поточне завантаження і кількість броні на майбутній період, автоматичний друк підтверджень з бронювання місць
15	Резервування із зазначенням періоду перебування в готелі, кількості й типу замовлених номерів, інформації про групу (тип, стать, вік), часу прибуття та від'їзду, можливі замовлені послуги; інформація про внесення депозитів за броню
16	Друк та виставлення рахунків клієнтам, зміна (разом з відділом маркетингу) розцінок на ті чи інші готельні послуги, зміна різних коефіцієнтів, відсоткових ставок
17	Інформація про всі платежі (вид платежу, хто, коли, від кого і за що прийнято), отримані всіма зазначеними на схемі службами, та її збереження протягом заданого періоду; відомості бухгалтерських проводок за звітний період (день, тиждень, місяць тощо.) і друк стандартних звітів; доступ до архіву (журналу подій та проводок)

У цьому випадку технологія продажу номерів через Інтернет-бронювання здійснюється наступним чином:

1. Клієнт заходить на WEB-сайт системи Інтернет-бронювання компанії-посередника і знайомиться з правилами бронювання.
2. Переконавшись в наявності вільних номерів, заповнює необхідні інформаційні поля, які включають точну дату і час заселення, тривалість розміщення, координати для зворотного зв'язку і інші дані.
3. Після цього клієнт відправляє замовлення одним натиском клавіші на сервер компанії посередника.
4. Система автоматично обробляє замовлення (за винятком нестандартних випадків) і відправляє інформацію на клієнтську сторінку навчально-виробничого готелю «Гостинність».
5. Готель перевіряє інформацію і висилає на електронну пошту клієнта попереднє підтвердження з умовами внесення передоплати, а клієнт заноситься до листа очікування.
5. Після одержання відповідних гарантій (передоплати, гарантійного листа тощо) від клієнта останній одержує остаточне підтвердження броні. Копія остаточного підтвердження відправляється в готель.
6. Бронь заноситься до графіку завантаження з наступною автоматичною зміною.

Аналіз інформації з бронювання здійснюється кожної години.

Навчально-виробничий готель «Гостинність» здійснює реалізацію готельних послуг використовуючи відомі майданчики Інтернет-торгівлі, де розміщає детальну інформацію про свої послуги. Одним з найпотужніших серед них є <https://prom.ua/>, що має показники стрімкого зростання продажів товарів і послуг **на ринку []**.

Для інформування та приваблення туристів навчально-виробничий готель «Гостинність» використовує інформаційні сайти для подорожуючих та ознайомчі сайти, де розміщується інформація про засоби розміщення в м. Києві та інших населених пунктах.

2.3. Дослідження впливу Інтернет технологій на результати діяльності готелю

Особливу вагомість використання Інтернет технологій набуває в готельному бізнесі, коли процес прийняття рішення щодо купівлі ускладнюється особливостями природи готельних послуг: нематеріальність, варіабельність, невід'ємність від лиця, який надає послугу та неможливість накопичення і спілкування один на один зі споживачем може в значній мірі згладити недоліки цих особливостей та вплинути на поведінку.

На даний час готельний бізнес стрімко розвивається, тому і технології в галузі гостинності розвиваються стрімко. Це пов'язано з тим, що перед підприємствами готельного господарства стоять два основних завдання: отримати більше клієнтів і зробити їх постійними відвідувачами. Здійснити ці завдання без інноваційних рішень неможливо, що потребує від готелів модернізації в технологіях, заощадження часу та грошей.

Дослідження впливу Інтернет технологій на результати діяльності готелю здійснимо починаючи з визначення рейтингової пріоритетності появи посилань на сайти з інформацією про навчально-виробничий готель «Гостинність» відображено у табл. 2.8. Досліджено було 11 перших позицій у загальному списку пошуку інформації про навчально-виробничий готель «Гостинність».

Нами здійснено оцінку використання Інтернет технологій готелем для реалізації послуг. Для проведення дослідження було використано систему оцінки ефективності використання того чи іншого майданчика за рейтинговою системою (10-ти бальна шкала).

У результаті спостережень та аналізу активності відвідувачів та кількості звернень з ціллю купівлі послуг до готелю, визначено, що в середньому за місяць через системи бронювання

Отже, в середньому за місяць номери у навчально-виробничому готелі «Гостинність» подорожуючі бронюють у системах Інтернет-бронювання 56

разів, що складає 60 % від загальної кількості переглядів інформації про готель у даних джерелах.

Таблиця 2.8

Системи Інтернет-бронювання, де розміщена інформація про навчально-виробничий готель «Гостинність», м. Київ за жовтень 2017 р.

Електронні адреси систем Інтернет-бронювання	Перегляд фотокарток номерів, доступ до умов розміщення, можливість забронювати послуги, отримання знижок	Пріоритетність появи у загальному пошуковому списку	Середня кількість звернень до інформації про готель за місяць	Кількість бронювань через системи Інтернет-бронювання
https://www.booking.com ,	+	1	37	26
https://www.bookit.com.ua	+	7	24	14
https://www.hotelsukraine.travel/	+	3	176	7
https://www.agoda.com	+	4	12	8
https://www.besthotelloffers.net	+	9	4	1
Всього			94	56

В середньому за місяць через Інтернет-сайти готель отримує 34 бронювань. Досліджено, також, що в середньому туристи бронюють 1-2 доби перебування в готелі (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Інтернет-сайти, де розміщена інформація про навчально-виробничий готель «Гостинність», м. Київ за жовтень 2017 р.

Електронні адреси Інтернет-сайтів	Можливість перегляду загальної інформації про готель, отримання контактної інформації /можливість проглянути фотокартки номерів	Пріоритетність у пошуковому списку	Середня кількість звернень до інформації про готель за місяць	Кількість бронювань за контактною інформацією
https://ru.hotels.com	+ / +	7	4	1
http://kyiv.nezabarom.ua	+ / +	4	8	6
Майданчик Інтернет-торгівлі https://prom.ua/	+ / -	2	24	8
https://zruchno.travel/	+ / +	5	6	1
https://hotels24.ua	+ / -	11	4	4
http://www.inkyiv.info	+ / +	8	9	8
https://stejka.com	+ / +	10	6	6
Всього			61	34

Сьогодні безліч Інтернет-сайтів можуть запропонувати увазі своїх клієнтів каталог готелів, в який включені сотні тисяч готелів, що знаходяться в різних місцях земної кулі. Система бронювання дозволяє готелю внести інформацію про себе в довідкову систему, і вона стає доступною всім потенційним клієнтам. Це дозволяє уникнути перекручування інформації, а також забезпечує її оперативне коректування у випадку зміни.

Найчастіше, подорожуючі після ознайомлення з інформацією про готель на сайтах залишають заявку на бронювання по телефону. Так у 2016 р. за місяць надходило максимально до 28 дзвінків з проханням забронювати номер, однак у 2017 р. ця цифра вже склала тільки 14 дзвінків. (табл. 10)

Таблиця 2.10

Кількість заявок на бронювання номерів у навчально-виробничому готелі «Гостинність», м. Київ за 2016-2017 рр.

Місяці	Способи бронювання							
	По телефону		За допомогою факсу		За допомогою ел. листа		Через Інтернет системи бронювання	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
січень	13	12	2	3	12	10	26	30
лютий	14	13	3	1	10	12	31	33
березень	26	20	4	4	12	12	36	40
квітень	14	16	6	7	16	18	32	33
травень	18	16	1	1	22	15	28	26
червень	16	14	-	-	11	9	23	31
липень	14	18	-	-	6	8	24	28
серпень	14	16	-	-	8	5	18	28
вересень	13	9	2	4	12	16	26	28
жовтень	28	23	6	7	14	15	32	34
листопад	23	17	2	2	12	11	31	36
грудень	24	14	1	-	7	11	22	38
<i>Всього</i>	<i>217</i>	<i>188</i>	<i>27</i>	<i>29</i>	<i>142</i>	<i>142</i>	<i>329</i>	<i>385</i>

Досліджено, що подорожуючі, які скористались інформаційними сайтами і отримали контактну інформацію навчально-виробничого готелю «Гостинність», телефонують в готель, присилають факсимільне повідомлення або лист-бронювання через електронну пошту. Найчастіше факсимільні повідомлення або електронні листи з проханням забронювати номери та інші додаткові послуги надходять від туристичних груп та організацій. Показник

отримання електронних листів бронювання за 2016-2017 рр. коливається в межах 5-16 листів за місяць. Необхідно зазначити, що при порівнянні активності бронювань за допомогою різних технічних можливостей спостерігається тенденція до збільшення показника бронювання готельних послуг за допомогою Інтернет систем бронювання (рис. 2.4)

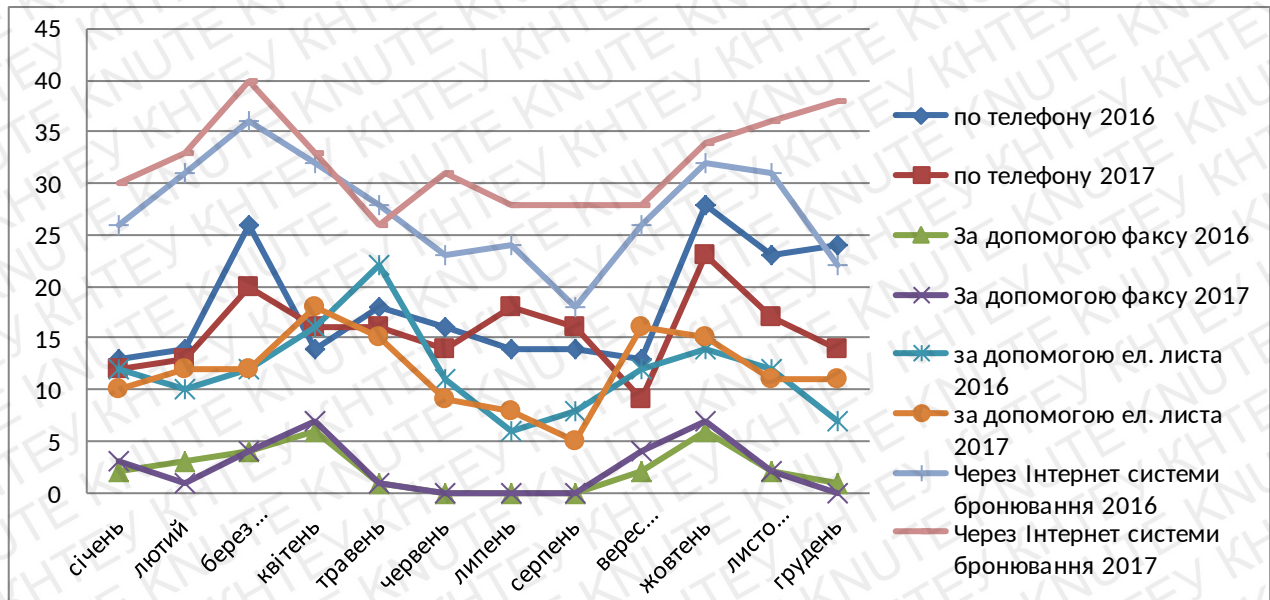


Рис. 2.4. Активність подорожуючих у використанні способів бронювання послуг у навчально-виробничому готелі «Гостинність», м. Київ

Отже, бронювання послуг навчально-виробничого готелю «Гостинність» через Інтернет-системи займає лідируючу позицію серед інших способів бронювання. Однак, необхідно зауважити, що турист, бронюючи послугу через Інтернет-системи здійснює «псевдоонлайн-бронювання» («бронювання за запитом»), тобто він заповнює форму заявки, операційна система сайту відправляє її адміністратору як електронний лист. Протягом деякого часу турист чекає дзвінка або СМС від співробітника служби бронювання для підтвердження броні.

Отримуючи бронювання з багатьох джерел, готель витрачає мінімум тимчасових і людських ресурсів на їх обробку. Централізована система продажів (CRS) дозволяє зберігати всю інформацію про наявність вільних номерів в готелі, ціни на них в одному місці - в так званому електронному "особистому кабінеті" готелю. Саме звідси готель може управляти продажами

через всі канали, використовуючи один простий і інтуїтивно зрозумілий інтерфейс. Інтернет-системи та деякі інформаційні сайти заохочують користувачів, залишити відгук та оцінити роботу готелю та отримані послуги за десяти- або п'ятибальною шкалою. Відгуки та оцінка роботи навчально-виробничого готелю «Гостинність», відображені на сторінках досліджуваних Інтернет-систем та сайтів (табл. 2.11)

Таблиця 2.11

**Оцінки популярності навчально-виробничого готелю «Гостинність»,
м. Київ на сторінках Інтернет-систем та сайтів**

Електронні адреси Інтернет-систем та сайтів	Оцінка популярності
https://www.booking.com ,	6,5
https://www.bookit.com.ua	6,3
https://www.hotelsukraine.travel/	Оцінка відсутня
https://www.agoda.com	7,1
https://www.besthotelloffers.net	6,3
https://ru.hotels.com	4,4
http://kyiv.nezabarom.ua	6,4
https://prom.ua/	Оцінка відсутня
https://zruchno.travel/	Оцінка відсутня
https://hotels24.ua	6,8
http://www.inkyiv.info	Оцінка відсутня
https://stejka.com	Оцінка відсутня

Дослідження оцінок роботи навчально-виробничого готелю «Гостинність» на сторінках Інтернет-систем та сайтів показали, що підприємство має середню оцінку від своїх гостей 6,3 бали. Конкурентне середовище навчально-виробничого готелю «Гостинність» формують підприємства готельного господарства, що знаходяться в радіусі 5 км від досліджуваного готелю і можуть запропонувати такі ж послуги.

Конкурентне середовище – це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальноринкову ситуацію. Важливо те, що конкурентне середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але насамперед – відносинами між ними.

Конкурентне середовище навчально-виробничого готелю «Гостинність» формують підприємства готельного господарства, що знаходяться в радіусі 5 км від досліджуваного готелю і можуть запропонувати такі ж послуги. Такими підприємствами готельного господарства можна вважати готель «Лама», та готель «Братислава», що мають категорію 1–2* (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

**Характеристика конкурентів навчально-виробничого готелю
«Гостинність», м. Київ**

№	Показники	«Гостинність»	«Лама »	«Братислава»
1	Тип підприємства	готель	готель	готель
2.	Місце розташування	м. Київ, вул. Жмаченка, 26	м. Київ, вул. Братиславська, 14б	м. Київ, вул. А.Малишко, 1
3.	Категорія	1*	1*	2*
4.	Форма власності	комунальна	приватна	колективна
5.	Кількість номерів	22	31	337
6.	Ціна за добу проживання у одномісному номері «Стандарт», грн.	240 (сніданок у вартість не входить)	500 (сніданок у вартість не входить)	873 (сніданок у вартість входить)
7.	Додаткові послуги	6 видів	7 видів	14 видів
8.	Професіоналізм обслуговуючого персоналу	Вища та середня спеціальна освіта	Вища та середня спеціальна освіта	Вища та середня спеціальна освіта
9.	Середнє завантаження готелю, %	39	70	62

У підприємств широка вила цінової пропозиції. За своєю потужністю досліджуваний готель має найменшу кількість номерів та перелік додаткових послуг. Що стосується персоналу, то якісні характеристики його однакові. Середній показник ступеню завантаження досліджуваного готелю складає 39%, і є найнижчим серед показників конкурентів, готель «Лама» – 70%, «Братислава» – 62%.

Отже, навчально-виробничий готель «Гостинність» знаходиться в зоні ризику.

У табл. 2.13 представлено оцінку користувачів мережі Інтернет, щодо

популярності досліджуваного готелю та конкурентів відображено на сторінках Інтернет-систем та сайтів. Визначено, що не всі сайти надають користувачам можливість оцінити послуги готелю. На сайтах, де ця оцінка визначена, навчально-виробничий готель «Гостинність» отримав нижчі оцінки ніж конкуренти. Так, на сайті <https://ru.hotels.com> готель отримав оцінку у 4,4 бали, на сайтах <https://www.bookit.com.ua>, та <https://www.besthoteloffers.net> готель отримав найнижчу оцінку – 6,3 бали, що на 0,1–0,2 бали менше, ніж у готелю «Лама», та на 1,5–1,7 бали ніж готель «Братислава». Найвищий бал досліджуваний готель отримав на сайті <https://www.agoda.com>, однак і тут оцінка нижча на 0,1–0,2 бали ніж у конкурентів.

Таблиця 2.13

**Оцінки роботи навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ
та конкурентів на сторінках Інтернет-систем та сайтів**

№	Електронні адреси Інтернет-систем та сайтів	Оцінки роботи на сторінках Інтернет-систем та сайтів		
		«Гостинність»	«Лама »	«Братислава»
1.	https://www.booking.com ,	6,5	7,9	8,2
2.	https://www.bookit.com.ua	6,3	6,8	7,8
3.	https://www.hotelsukraine	Оцінка відсутня	Оцінка відсутня	Оцінка відсутня
4.	https://www.agoda.com	7,1	7,2	7,3
5.	https://www.besthoteloffers.net	6,3	6,7	8,0
6.	https://ru.hotels.com	4,4	5,4	7,1
7.	http://kyiv.nezabarom.ua	6,4	6,4	7,8
8.	https://prom.ua/	Оцінка відсутня	Оцінка відсутня	Оцінка відсутня
9.	https://zruchno.travel/	Оцінка відсутня	Оцінка відсутня	Оцінка відсутня
10.	https://hotels24.ua	6,8	6,6	8,1
11.	http://www.inkyiv.info	Оцінка відсутня	Оцінка відсутня	Оцінка відсутня
12.	https://stejka.com	Оцінка відсутня	Оцінка відсутня	Оцінка відсутня

Оцінка рівня використання засобів Інтернет технологій в навчально-виробничому готелі «Гостинність» та готелях-конкурентах у 2017 р. здійснена експертною групою у складі 4 незалежних експертів – фахівців сфери гостинності, що займаються просування готельних послуг у мережі Інтернет, і представлена у табл. 2.14. Як видно з результатів дослідження, досліджуваний готель отримав найнижчу оцінку ступеня використання Інтернет технологій в управлінні.

Таблиця 2.14

Ступінь використання Інтернет технологій в управлінні навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ та конкурентів у 2017 р.

(за 10-ти бальною шкалою)

№	Інтернет технології	Оцінки використання Інтернет технологій в управлінні підприємством		
		«Гостинність»	«Лама »	«Братислава»
1.	Сайт готелю	0	6	9
2.	Наявність інформації на інформаційних сайтах	6	7	8
3.	Наявність інформації на сторінках Інтернет-систем	5	7	8
Використання Інтернет технологій в управлінні готелем				
4.	Планування	4	6	7
5.	Організація	6	7	8
6.	Керівництво	2	4	5
7.	Контроль	3	3	5
	Середній бал	3,7	5,7	7,1

Так, готель не має власного сайту, головного інструменту контактування з потенційними споживачами. Підприємство надає неповну інформацію про свої послуги на інформаційні сайти та сторінках Інтернет-систем бронювання. Спостерігаються неточності у ідентичності опублікованої інформації, наприклад, щодо кількості номерів в готелі, умов організації харчування, переліку додаткових послуг. Щодо художнього оформлення, то на електронній карті розміщення готелю, з'являється фотокартка, виконана у пригнічуючи кольорах, що не сприяє появі бажання потенційних споживачів продовжувати знайомство з об'єктом.

Оцінки використання Інтернет технологій в управлінні навчально-виробничого готелю «Гостинність», визначено, що ступінь їх використання у керівництві оцінено у 2 бали з можливих 10, коли у готелі «Лама» ця оцінка склала 4 бали, а у готелі «Братислава» - 5 балів. Планування, організація і контроль теж отримали найнижчі оцінки, порівняно з оцінками конкурентів.

Визначення ступеня використання Інтернет технологій в управлінні навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ та конкурентів у 2017 р.

показало, досліджуване підприємство займає ризикову позицію за десятибальною шкалою і потребує негайних змін у підході щодо використання Інтернет технологій в управлінні підприємством. Місце готелю «Гостинність» на шкалі оцінки ступеня використання Інтернет технологій в управлінні представлено на рис. 2.5.

Рис. 2.5. Місце досліджуваних підприємств готельного господарства на шкалі оцінки ступеня використання Інтернет технологій в управлінні

Отже, результати дослідження умов функціонування навчально-виробничого готелю «Гостинність», впливу Інтернет технологій на результати діяльності готелю, дозволяють стверджувати, що для покращення показників ефективності його функціонування, необхідно активізувати використання Інтернет технології в управлінні.

Висновки до розділу 2

За підсумками даного розділу випускної кваліфікаційної роботи можна зробити наступні висновки:

1. Досліджено, що особливістю діяльності навчально-виробничого готелю «Гостинність» є його місце розташування (у будівлі гуртожитку Київського технікуму готельного господарства), мала місткість - 22 номери, та обмежена кількість додаткових послуг. Крім виконання функції готелю, підприємство забезпечує базову практичну підготовку студентів відповідно до ОКХ та ОПП, навчальних планів та програм; сприяє професійному становленню студентів, формування у них культури поведінки, естетичного смаку до обраної професії.

2. Оцінка результатів продажу готельних місць та додаткових послуг за 2015-2017 рр. показала, що навчально-виробничий готель «Гостинність»

знизило темпи їх реалізації, рівень завантаження у 2016 р. склав 48%, у 2017 р. – 39%, що негативно вплинуло на результати господарської діяльності підприємства, і якщо доход від реалізації продукції (послуг) у 2015 р. склав 3400,6 тис. грн., то у 2017 р. він становив 2950,7 тис. грн., що на 449 тис. грн. менше, що є сигналом для активізації роботи готелю у напрямі розширення спектру використання Інтернет технологій в управлінні підприємством.

3. Досліджено, що для раціональної автоматизації бізнес-процесів в навчально-виробничому готелі «Гостинність» ведеться постійний пошук можливостей застосування Інтернет технологій необхідних для вдалої декомпозиції задач, що потребують постійного вирішення. На даний час готель використовує Інтернет-сервіс WWW, Інтернет-сервіс email, систему «Nimeta», здійснюючи основні функції підприємства: планування, організацію, мотивацію і контроль. Для реалізації готельних послуг, підприємство розміщує інформацію у системах Інтернет-бронювання та на інформаційних сайтах. Негативним є відсутність у підприємства власного сайту.

4. Досліджено ефективність впливу Інтернет технологій на результати діяльності готелю та визначено, що більша частина реалізованих готельних послуг здійснена за посередництвом мережі Інтернет. Зауважено, що потенційні споживачі здійснюють «псевдоонлайн-бронювання» («бронювання за запитом»), заповнюючи форму заявки, операційна система сайту відправляє її адміністратору як електронний лист. Протягом деякого часу турист чекає дзвінка або СМС від співробітника служби бронювання для підтвердження броні, що значно подовжує період оформлення бронювання послуг та створює незручності контактування готелю зі споживачами.

5. Оцінка інформації у Інтернет-системах на інформаційних сайтах про навчально-виробничий готель «Гостинність» показала, що вона є різною і не завжди достовірною, що створює негативний імідж підприємства.

6. Визначено, що конкурентне середовище навчально-виробничого готелю «Гостинність» формують підприємства, що географічно знаходяться у радіусі 5 км і орієнтуються на ідентичний сегмент споживчого ринку. За результатами

оцінки визначених характеристик конкурентів і досліджуваного підприємства, їх активності у використанні Інтернет технологій, можна констатувати, що навчально-виробничий готель «Гостинність» займає найризикованішу конкурентну позицію.

РОЗДІЛ 3.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ НАВЧАЛЬНО-ВИРОБНИЧИМ ГОТЕЛЕМ «ГОСТИННІСТЬ», М. КИЇВ

3.1. Напрями використання Інтернет технологій в управлінні готелем

XXI століття – це ера новітніх інформаційно-комунікаційних технологій та демократизації й соціалізації управління. Споживчий ринок все більше використовує Інтернет технології в пошуку необхідних товарів та послуг.

Впровадження комп'ютерної техніки та Інтернету у повсякденні процеси підприємств зумовлено поширенням та необхідністю обробки великих масивів інформації у найкоротші терміни та її миттєву передачу на великі відстані. Такі новації змінюють методи ведення бізнесу, переформатовують управлінську структуру та організаційний дизайн підприємств, й разом з тим, генерують унікальні конкурентні переваги для підприємств.

Так, у 2014 році в світі в середньому послугами мобільного зв'язку користувалось 96,4 людини із 100, а послугами мережі Інтернет користувались 43,6 із 100 мешканців в світі. Україна посіла 71-е місце в глобальному рейтингу використання технологій. Якщо в 2000 р. доступ до Інтернету мало трохи більше ніж 6 % населення світу, то в 2015 р. ця величина перевищила 43% (за даними ООН). У результаті до глобальної мережі контенту і додатків вже під'єднано 3,2 млрд. осіб. До 2020 р. стільникові пристрої будуть у 70% населення Землі, а мобільні широкосмугові мережі стануть доступні 90% для жителів нашої планети [1].

У результаті проведених досліджень використання Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства виявлено ряд проблем, пов'язаних з недостатнім їх усвідомленням ефективності у реалізації планів і стратегій підприємства. Дослідження показали, що процеси управління навчально-виробничим готелем «Гостинність» здійснюються використовуючи

Інтернет технології для вирішення нескладних операційних завдань, та не забезпечують ефективної діяльності підприємства.

В свою чергу удосконалення використання Інтернет технологій в управлінні навчально-виробничим готелем «Гостинність» в умовах ринку забезпечить:

- орієнтацію підприємства на запити конкретних споживачів і організацію обслуговування на тому рівні, якого потребує сучасний ринок що користуються попитом і можуть принести підприємству готельного господарства прибуток;
- розширення партнерських зв'язків;
- постійне підвищення ефективності господарської діяльності: з меншими витратами, одержання оптимальних результатів;
- господарська самостійність, що забезпечує волю прийняття рішень тим, хто несе відповідальність за кінцеві результати діяльності підприємства готельного господарства, його підрозділів;
- постійне коректування цілей і програм в залежності від стану ринку;
- результат діяльності підприємства готельного господарства укріплює ринкові позиції;
- ефективне прийняття обґрунтованих і оптимальних управлінських рішень [4, с.17].

Вважаємо є доцільним, розширення меж використання Інтернет технологій к досліджуваному підприємстві:

- у процесі розробки нових додаткових послуг – як джерело ідей;
- в удосконаленні реалізації маркетингової стратегії;
- у зберіганні виробничої інформації;
- під час формування та прийняття управлінських рішень.

Ґрунтуючись на результатах дослідження застосування Інтернет технологій у навчально-виробничому готелі «Гостинність» розроблено напрями удосконалення їх застосування та підвищення ефективності діяльності підприємства, і відображені на рис. 3.1.



Рис. 3.1. Напрями удосконалення застосування Інтернет технологій та підвищення ефективності діяльності навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ

Аналіз діяльності підприємства ресторанного господарства показав, що готель є збитковим, що змушує керівництво економити фінансові фонди, та шукати шляхи активізації споживчого ринку у способи, що не потребують значних витрат.

Враховуючи вище викладене, охарактеризуємо напрями використання Інтернет технологій в управлінні готелем:

1. Використання Інтернет технологій у процесі обмінів, а саме:

- Товарний обмін: зменшення витрат на складування та логістику, включення споживача у процес створення товару; створення оптимального товару на основі аналізу конкурентів.

- Інформаційний обмін: можливість донесення більшої кількості інформації до потенційних споживачів; отримання зворотної відповіді, вивчення реакції споживача.

- Фінансовий обмін: вища швидкість обертання грошей; використання електронних системи платежу; додаткові фінансові ресурси завдяки реалізації додаткових послуг.

- Соціальний обмін: можливість побудови відносин зі споживачем; соціалізація брендів.

2. Залучення споживачів у процес створення іміджу готелю, продуктової стратегії організації на основі дослідження факторів зовнішнього маркетингового середовища з метою реалізації економічних інтересів виробників і споживачів.

Виходячи з цього, можемо стверджувати, що застосування Інтернет технологій саме у маркетинговій діяльності сприятиме розвитку навчально-виробничого готелю «Гостинність», його ефективній діяльності на ринку. Реалізуючи маркетинговий підхід до управління підприємством готельного господарства можуть здійснювати маркетингову діяльність у Інтернет мережі шляхом побудови та реалізації стратегії Інтернет-маркетингу. Інтегруючи Інтернет-маркетинг та традиційний маркетинг підприємство може досягнути синергетичного ефекту та сприяти ефективнішому досягненню поставлених

цілей. Розглянемо цілі та напрямки стратегії діяльності навчально-виробничого готелю «Гостинність» в мережі Інтернет (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

Стратегічні напрями Інтернет-маркетингу навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ

Стратегічний напрям	Елемент комплексу маркетингу	Інструменти реалізації
Залучення клієнтів	Дослідження кон'юнктури ринку	Вивчення конкурентів представлених в Інтернеті, дослідження їхнього комплексного готельного продукту
	Розробка нових, удосконалення існуючих послуг	На основі пошукових запитів споживачів, вивчення проблемних ситуацій використання вже існуючого товару.
	Ціноутворення	Динамічне ціноутворення, на основі пропозицій конкурентів, онлайн дослідження оптимальної ціни та ін..
	Розподіл товару	Створення інтернет-сторінки, оренда сегментів на сторінках соц.-мереж, пріоритетності при Інтернет-пошуку. Партнерство з різними Інтернет посередниками
	Просування комплексної готельної послуги, реклама	Банерна, контекстна, пошукова, е-мейл реклама, на профільних сайтах та ін..
	Створення іміджу готелю	Соціальний медіа маркетинг, побудова відносин з потенційними споживачами.
Утримання клієнтів	Удосконалення комплексної готельної послуги	Пошукові запити, скарги та пропозиції клієнтів.
	Підтримка іміджу готелю	Персоналізація готельних послуг, підтримка відносин зі споживачами завдяки медіа маркетингу
	Цінові пропозиції	Акції та знижки, обмежені у часі цінові пропозиції та ін..
	Заохочення посередників і партнерів	Розміщення реклами посередників на сайті готелю, рекомендація партнерів через медіа маркетинг та ін.
Продаж	Підтримка контакту з споживачами	Постійна підтримка контактів з споживачами, що вже виїхали з готелю, з реальними та потенційними клієнтами.
	Дослідження задоволеності	Формалізоване та неформалізоване опитування на сайті готелю, сайтах посередників, незалежних сайтах. Збір інформації за допомогою лічильників, та інструментів вебаналітики.
	Вивчення потреб споживачів	Веб-аналітика FAQ, кастомізація, неформальне спілкування за допомогою СММ.

Отже, Інтернет технології відкривають широкі можливості для реалізації маркетингового підходу до управління навчально-виробничим готелем «Гостинність» і, як наслідок оптимального узгодження економічних інтересів суб'єктів ринку.

3. По мірі розвитку Інтернет-технологій з'являється новий напрям діяльності – електронний бізнес, який дозволяє підприємству взаємодіяти зі своїми контрагентами через мережу Інтернет. За пропозицією «Gartner Group», концепція ERP-систем нового покоління на тлі широкого застосування Інтернет технологій у практиці управління отримала назву ERP II (Enterprise Resource and Relationship Processing – Управління ресурсами і зовнішніми стосунками підприємства). ERP II є результатом розвитку методології і технології ERP у напрямі більш тісної взаємодії підприємства з клієнтами і контрагентами. При цьому управлінська інформація підприємства не лише використовується для внутрішніх цілей, але також служить для розвитку співпраці з іншими організаціями.

4. Потреби підприємств ростуть, і інформаційним системам вдається задовольняти їх не більше ніж наполовину. Тому найбільш виправданим методом сьогодні визнається створення мереж, через які підвищується ефективність взаємодії між підрозділами підприємства. Проте, на думку фахівців, використання мережевих ресурсів не є оптимальним рішенням автоматизації збалансованої системи управління. У новій економічній реальності доцільним є використання PLM-технологій (Product Lifecycle Management), і може застосовуватись у готельному бізнесі. PLM-технологій характеризується як набір сумісних рішень для підтримки загального представлення інформації про продукт/послугу у процесі їх створення, реалізації; у середовищі розширеного підприємства – починаючи від концепції створення продукту і закінчуючи його реалізацією – при інтеграції людських ресурсів, процесів і інформації. PLM об'єднує інформацію і людей, організовуючи їх ефективну і злагоджену роботу. Завдяки рішенням PLM підприємство може інтегрувати в загальний процес життєдіяльності

підприємства, різних підрозділів, включаючи бухгалтерію, відділ фінансів і економіки, а також виробництво, матеріальне постачання, технічне обслуговування і ремонт. Крім того, це рішення забезпечує можливість спільної роботи партнерів, підрядників, покупців і постачальників послуг. Реалізація PLM-технологій у практичному плані припускає організацію єдиного інформаційного простору (інтегрованого інформаційного середовища), що об'єднує автоматизовані системи, призначені як для ефективного вирішення завдань інженерної діяльності, так і для планування і управління виробництвом і ресурсами підприємства.

Вибір Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства направлений на розвиток клієнтоорієнтованої стратегії ведення бізнесу. Основною проблемою при виборі Інтернет технологій для навчально-виробничого готелю «Гостинність» є складність проєкції їх можливостей на результат, що буде досягнутий після їх впровадження в діяльність підприємства. Розв'язання проблеми полягає в розробці критеріїв, що дозволяють максимальною мірою співвіднести можливості даних варіантів Інтернет технологій управління і бажані результати від впровадження. Пропонуємо алгоритм вирішення питання вибору Інтернет технологій для використання в управлінні готелем (рис. 3.2).

Згідно з цією схемою, визначені критерії вибору Інтернет технологій, для використання в управлінні навчально-виробничим готелем «Гостинність», які дозволять, зважаючи на специфіку діяльності підприємства.

Такими критеріями є:

- доступність – ціни на послуги розробки інформаційних продуктів, які відповідають можливостям готелю
- зручність використання як готелем так і потенційним та реальними споживачами
- надійність – готель повинен бути впевнений у високій ступені захищеності інформації.

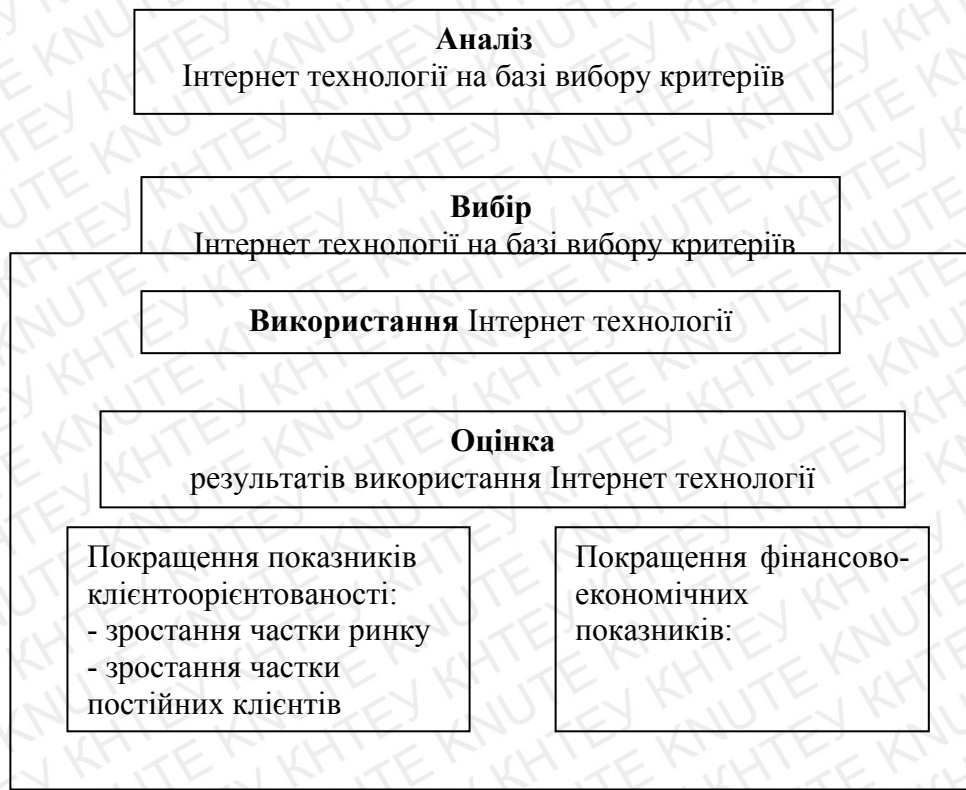


Рис. 3.2. *управлінні навчально-виробничим готелем «Гостинність», м. Київ*

Отже, використання Інтернет технологій є важливим етапом на шляху до досягнення конкурентних переваг навчально-виробничого готелю «Гостинність», які дозволяють:

- швидко, якісно і надійно отримувати, здійснювати облік, зберігання і обробку інформації;
- значно скоротити управлінський персонал підприємства, який займається роботою по збору, обліку, зберіганню і обробці інформації;
- забезпечити у потрібні терміни керівництво і управлінсько-технічний персонал готелю якісною інформацією;
- своєчасно і якісно вести аналіз і прогнозування господарської діяльності готелю;
- швидко і якісно приймати рішення по усіх питаннях управління готелю.

3.2. Новітні Інтернет технології в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства

Успішне функціонування навчально-виробничого готелю «Гостинність» визначається значною мірою застосуванням як традиційного менеджменту, так і розробкою специфічних прийомів і засобів роботи в Інтернеті. У цьому контексті керівництву навчально-виробничого готелю «Гостинність», рекомендуємо використовувати як універсальні Інтернет технології, так і специфічні.

Інтегроване інформаційне середовище є сукупністю розподілених баз даних, в якій діють єдині, стандартні правила зберігання, оновлення, пошуку і передачі інформації, через яку здійснюється безпаперова інформаційна взаємодія між усіма учасниками життєвого циклу продукції (робіт, послуг).

Для удосконалення внутрішнього управління готелем, пропонуємо розглянути такі Інтернет технології:

- Відеоконференції: проведення маркетингових досліджень в мережі; участь в електронних ярмарках, виставках, біржах, аукціонах; відеонаради, обговорення питань між віддаленими відділами підприємства готельного господарства.

- Мобільні додатки для удосконалення управління готелем. Крім спеціальних мобільних додатків, які розробляють за спеціальним замовленням для конкретного підприємства та окремої готельної мережі, на ринку запропоновано широкий спектр унікальних мобільних додатків, які можна використовувати безпосередньо для полегшення здійснення управлінських процесів на рівні як операційного менеджменту так і топ-менеджменту. За версією журналу TIME існує більше 50 найкращих мобільних додатків управлінського спрямування.

На нашу думку, найбільший інтерес в удосконаленні управління підприємством представляють такі мобільні платформи для мобільних додатків [11]:

1) *Signal* — підвищує рівень конфіденційності та безпеки переданої інформації. Додаток має високу популярність серед політиків, спецагентів та бізнесменів у різних точках планети.

2) *Prisma* створений для використання алгоритмів штучного інтелекту для обробки зображень.

3) *Google Translate* - універсальний перекладач із будь-яких мов на будь-які інші мови, який може зробити зрозумілим текст у файлі, документі, в чаті, на сайті чи навіть на сфотографованих паперових носіях.

4) *Mint* — зручний інструмент для планування, контролю доходів та витрат

5) *Day One* — зручний мобільний щоденник-нотатник, за допомогою можна писати як розлогі тексти, так і короткі нотатки упродовж дня.

6) *Alto Mail* — зручний інструмент для роботи з поштою, синхронізації нотаток, листів, бази контактів, списків справ та інших завдань, які можна вирішити за допомогою мейлів.

7) *Things* допомагає розставляти пріоритети і стежити за дедлайнами. Дозволяє створювати переліки справ, встановлювати дедлайни і стежити за їх виконанням, визначати пріоритетність завдань і т. ін. В додатку також можна прикріплювати файли і контакти до конкретних завдань.

8) *GoToMeeting* робить робочі зустрічі суперзручними. Додаток дозволяє планувати і проводити онлайн-зустрічі та конференції. Підходить для обговорення робочих питань з колегами незалежно від того, де вони знаходяться.

9) *Vox* — хмарне сховище даних з високим ступенем персоналізації і захисту. Безкоштовний обсяг для зберігання файлів — 10 ГБ. Сховище розпізнає більше 100 форматів файлів. Є функція захисту доступу до індивідуального профілю за допомогою відбитків пальців.

10) *Any.do* – забезпечує ефективне управління підприємством, передбачає високу самоорганізацію як керівників рівня «тор-менеджмент», так і керівників структурних підрозділів нижчого рівня. У цьому контексті актуальність

використання Інтернет технологій набуває все більшого значення для тайм-менеджменту та планування управлінських дій.

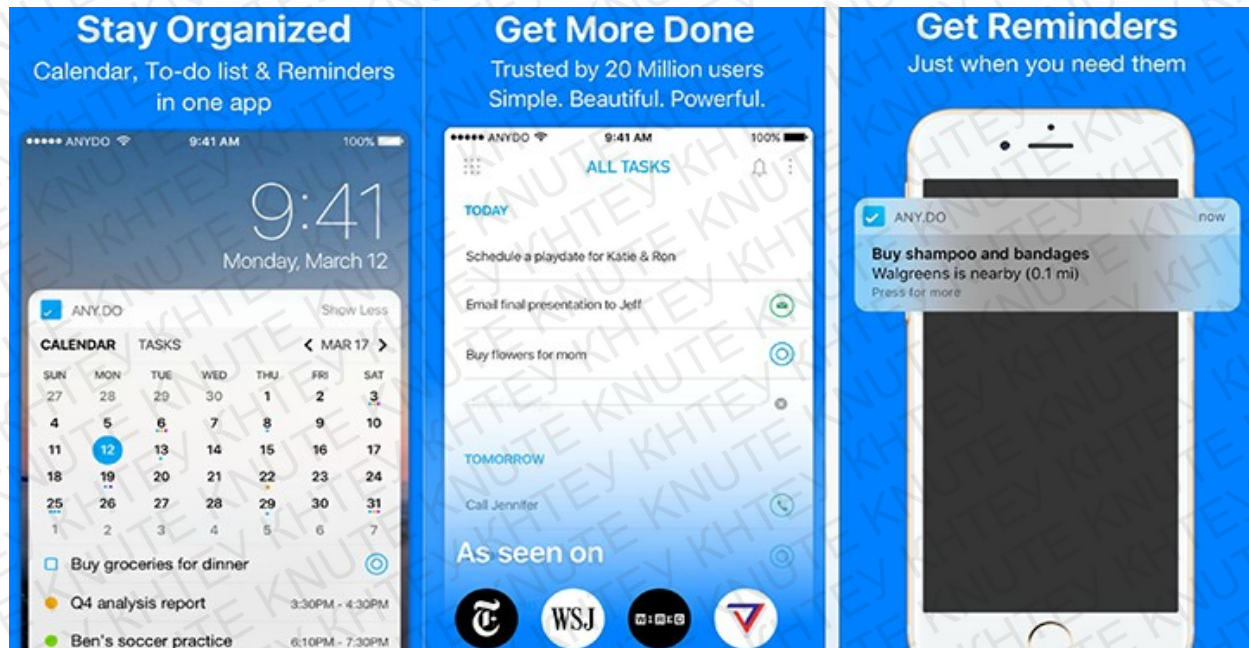


Рис. 3.3. Візуальне представлення функціональних вікон мобільного додатку Any.do [11]

Мінімалістичний дизайн, але широкий та цікавий функціонал зробили цей додаток одним з найпопулярніших для особистого тайм-менеджменту. Найпривабливішим тут є те, що керівник може переглянути свої плани в двох форматах: списки та календар. Аплікація синхронізується із Google календарем. Під час створення нового пункту, можна вибрати між завданням та подією. Події автоматично вносяться в календар. До кожного завдання можна додати локацію, об'єднати в виконанні завдання необмежену кількість людей в команди.

Саме календарне планування і контроль реалізації заходів розвитку підприємства готельного господарства дозволяє керівнику відслідковувати всі етапи виконання заходів, конкретизувати виконавців, визначити суму та поетапність витрат та спрогнозувати очікуваний результат.

Календарне планування дозволяє знизити ймовірність виникнення затримок у виконанні кожної стадії. При побудові структури декомпозиції заходів (Work Breakdown Structure, WBS) визначимо етапи реалізації

управлінських заходів актуальним є використання програмного продукту, що працює за допомогою Інтернет мережі Microsoft Project (рис. 3.4).

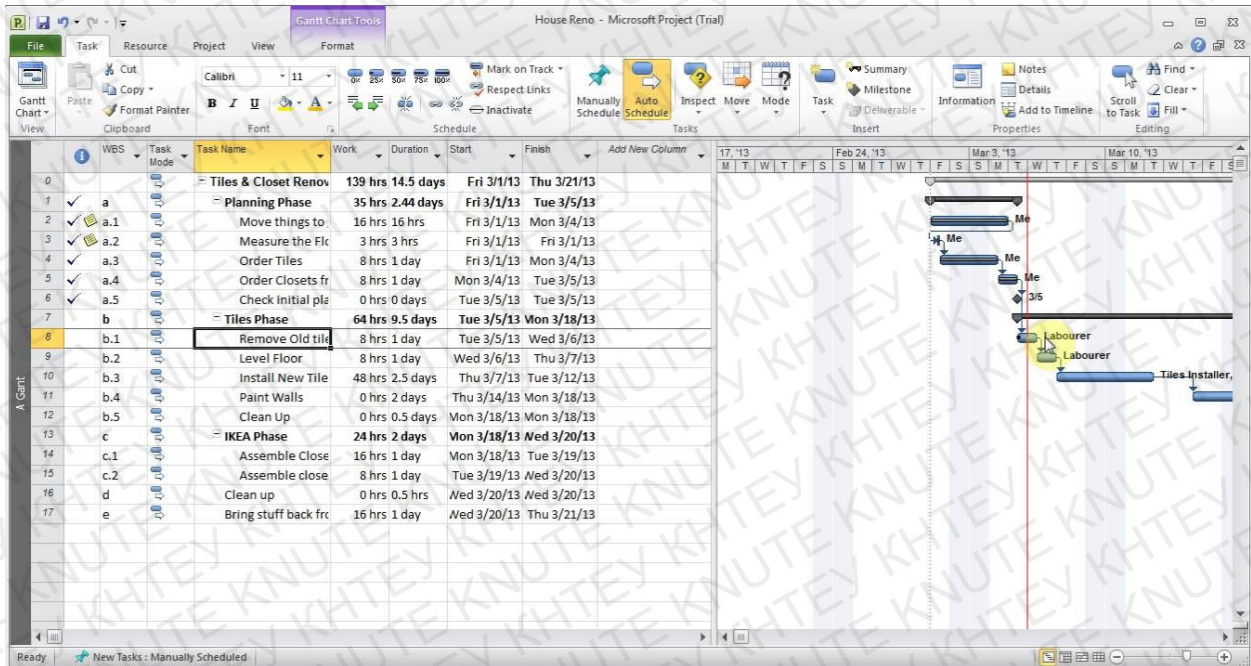


Рис. 3.4. Візуальне представлення функціональних вікон програмного продукту Microsoft Project [12]

– Швидкість обробки інформації відіграє важливу роль в управлінні підприємством готельного господарства. Пропонуємо керівництву навчально-виробничого готелю «Гостинність» розглянути популярну для вітчизняного бізнесу, технологію HANA (High Performance Analytic Appliance), яка дозволяє обробляти та аналізувати великі масиви інформації. Основні бізнес-рішення, які базуються на подібних технологіях, стають більш релевантними. Як вже зазначалось, бізнесовий світ нині змагається щодо впровадження 5G, п'ятого покоління мобільної мережі. Хоча 5G наслідуватиме 4G і 3G, управлінці покладають на цю мережу значно більше сподівань. Вони очікують, що вона буде інакшою – принципово інакшою, оскільки 5G-інтернет - це не тільки шалена швидкість передачі дані, а й значне пожвавлення економіки, інвестиції в країну, створення нових робочих місць, наповнення держбюджету й нові можливості для підприємств. 5G впливає на економіку, змінюючи звичні управлінські технології і трансформуючи усталені бізнес-моделі.

– Нагальною проблемою в готельному бізнесі, є підбір професійних кадрів. Для оптимізації цього процесу пропонуємо керівництву навчально-виробничого готелю «Гостинність» звернути увагу на новітні розробки компаній мобільного зв'язку. Наприклад, оператор мобільного зв'язку компанія «УМС» (Українські Мобільні Системи) ТМ «МТС-Україна» автоматизувала процес підбору і найму персоналу за допомогою web-додатка E-Recruitment. Подібні системи впроваджені у 35 % компаній з рейтингу Fortune 500, серед них міжнародні телекомунікаційні компанії, такі як O2, Vodafone, Orange. Система побудована за допомогою програмного забезпечення i-Grasp від компанії StepStone Solutions. E-Recruitment повністю охоплює основні процедури підбору персоналу – від повідомлень про вакантні посади до процедури оформлення співробітника на роботу і програми мотивації цінних співробітників. Така функціональність дозволяє групі підбору та найму персоналу компанії виявляти найбільш кваліфікованих кандидатів й ефективно взаємодіяти як з уже працюючими, так і з потенційними співробітниками. Основними функціями такої системи є:

- об'єднання в єдине ціле кожної частини процесу підбору персоналу, починаючи з процесу розміщення вакансії і закінчуючи створенням звіту з закритої позиції;
- забезпечення прозорого автоматизованого процесу взаємодії між кандидатом, HR-службою, лінійними менеджерами і кадровими агентствами;
- автоматизація розміщення вакансій на всіх спеціалізованих ресурсах; створення єдиної бази кандидатів як внутрішніх, так і зовнішніх;
- зручна система повідомлень про нові вакансії, заходи, призначену співбесіду та інше; підтримка всіх типів відгуків кандидатів.

2. Вважаємо за доцільне, для просування готельних послуг навчально-виробничим готелем «Гостинність» рекомендуємо використати такі Інтернет технології:

- Продаж готельних послуг через власний Інтернет-сайт. Перевагами такого способу продажу є:

- оперативність зв'язку - здійснюється з різними регіонами світу в режимі on-line за лічені секунди, переадресовуються замовлення у готельній мережі від одного до іншого готелю, що розташовані в одному місті;

- повнота інформації - набір послуг і візуальне їх сприйняття на моніторі комп'ютера;

- зручність формулювання замовлень на резервування, простота програмного забезпечення, доступність для клієнта;

- розмір оплати за користування інформаційними послугами;

- надійність технічного забезпечення та зв'язку.

Резервування із використанням системи Інтернет можна здійснювати декількома варіантами:

- готель володіє власною Інтернет-сторінкою;

- готель входить у систему Інтернет-бронювання (Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre, Nota Bene та ін.);

- готель співпрацює з Інтернет агенціями, що формують глобальні системи бронювання послуг, у тому числі готельних.

Використання будь якого Інтернет-ресурсу повинно ґрунтуватись на попередній розробці програми дій, направлених на завоювання прихильності споживачів готельних послуг (рис. 3.5) Реалізація на практиці запропонованої програми дій, направлених на завоювання прихильності споживачів готельних послуг, означає не тільки ознайомлення з послугами готелю, а і персональну комунікацію з готелем, одержання привілеїв або знижок з урахуванням індивідуальної взаємодії гостя з готелем, можливість автоматизації бронювання, впізнавання гостя під час здійснення ним дзвінка чи в процесі відвідування сайту, можливість передбачення специфічних побажань гостя до його заселення в номер тощо.

Ціль: утримання клієнта і збільшення доходності

1. Product

2. Promotion

Можливість залучити індивідуальних клієнтів на обслуговування. Превентивна діяльність з метою збереження клієнта

Динамічні сторінки сайту, об'єднані з CRM-системою, CRM-інформація в зоні доступу клієнта

Рис. 3.5. Програма дій, направлених на завоювання прихильності споживачів готельних послуг

Співпраця із глобальною системою бронювання дає підприємству готельного господарства можливість пропонувати споживачам широкий асортимент послуг - окрім послуг розміщення, низку додаткових послуг, що розширює можливості підвищення його доходу.

– Поряд з популярними системами бронювання вважаємо доцільним використання Інтернет систем вітчизняних розробників. Заслужовує на увагу менеджерський досвід перспективного Інтернет-ресурсу «Усі готелі України» (All hotels). Головна функція менеджменту — on-line бронювання номерів. Даний проект допомагає орієнтуватись у великій кількості пропозицій готельних послуг, вирішити проблему швидкого вибору найкращого варіанту.

Вже не потрібно нескінченно перегортати сторінки довідників, набирати номери телефонів у пошуках закладів розміщення. Особливо це стосується потенційних туристів, гостей, ділових осіб та службовців, що приїжджають у справах бізнесу, у відрядження, для участі у виставках.

Підбір необхідного готелю з банку даних полегшується завдяки використанню пошукової системи за такими критеріями: місто України, назва підприємства, тип і категорія, діапазон ціни за номер. Розкриваючи діалогове вікно "Міста України", можна побачити, у яких конкретно містах і скільки представлено готелів. Якщо зробити пошук на запит "Готелі Києва", то розгортається перелік закладів гостинності столиці. При бажанні робиться автоматичне сортування за ціною проживання, назвою і класом. Результати такого сортування дають можливість виявити у яких готелях найвища вартість розміщення, а у яких найнижча, одночасно порівнюючи це з представленим спектром сервісу.

Готельним закладам надається можливість безкоштовно розмістити інформацію про свої послуги. При on-line бронюванні готельного номера клієнту потрібно сплатити менше коштів завдяки дисконтним цінам порівняно з варіантом, якщо б він безпосередньо звернувся до готелю для поселення. Це досягається за рахунок того, що AU hotels здійснює менеджерське співробітництво з великими українськими туроператорами, маючи договори на спеціальні тарифи.

– Для активізації продажів шляхом прямого спілкування готелю з потенційними споживачами, вважаємо першочерговою задачею – розробку та використання власного сайту навчально-виробничого готелю «Гостинність». Таке використання Інтернет технологій надасть можливість збільшити споживчий сегмент ринку, підвищити рівень ефективності діяльності.

Економічна цінність кожного сегменту клієнтів є різною для підприємства, що обумовлює необхідність індивідуального підходу в розробці сайту, і повинна розміщувати інформацію про весь спектр послуг в готелі. Процес розробки сайту готелю повинен включати збір, обробку інформації та її

використання у впливі на споживача та переслідувати основні пункти формування інформації та її індивідуалізації (рис. 3.6).

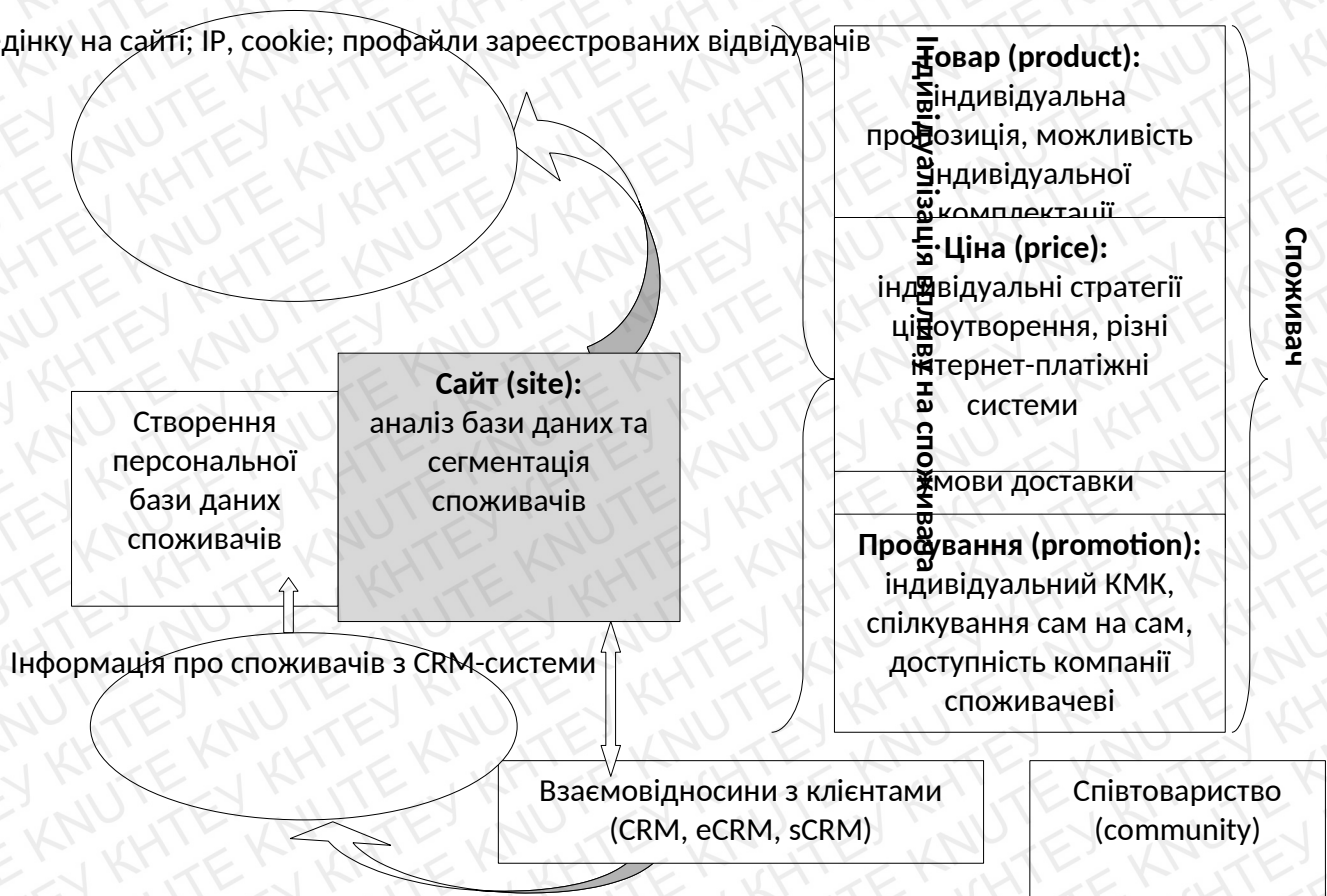


Рис. 3.6. Формування інформації для створення сайту навчально-виробничого готелю «Гостинність»

Сайт готелю виступає центральним елементом Інтернет технологій і виступає інструментом, з одного боку, засобом створення персональної бази даних споживачів, а з іншого – засобом аналізу та впливу на споживача.

За основу візуалізації сайту навчально-виробничого готелю «Гостинність» можна взяти сайт найближчого конкурента, готелю «Лама» (Дод. Д), однак пропонуємо деякі заходи його удосконалення.

Важливо, щоб на сайті навчально-виробничого готелю «Гостинність» була можливість зворотного зв'язку з гостями готелю, де вони можуть залиши свої відгуки про якість обслуговування та роботу готелю в цілому.

Завдяки грамотному укладанні вмісту сайту, його підлаштування під пошукові системи, покращенню навігації сайту і постійному аналізу запитів

користувачів - сайт стає більш відвідуваним, цікавим і зручним для користувача. В природній оптимізації ключову роль грає розвиток функціональності ресурсу, тобто збільшення можливостей системи і зручність використання для відвідувачів (юзабіліті). Способи внутрішньої білої оптимізації є наступними [27]. Підбір і розміщення в кодї сайту мета-тегів: короткого опису. Робиться це з врахуванням слів і словосполучень, за якими сайт повинен знаходитися в пошукових системах. Сторінки сайту повинні мати зрозумілу адресу - це є зручним і для людей, і для пошукових машин, які враховують тему сторінки.

Оптимізація текстів сайту, тобто забезпечення відповідності текстів до мета-тегів. В тексті повинні зустрічатися слова, що позначені в мета-тегах, як ключові. Можна збільшити «вагу» слова в тексті за рахунок позначення його як заголовку або виділення його грубішим шрифтом. Проте, не варто забувати, що надлишок ключових слів в тексті може нашкодити, так як тоді текст буде гірше сприйматися, пошукові системи можуть розцінити його як спам.

Важливою частиною внутрішньої оптимізації є оптимізація файлів robots.txt і .htaccess. Це дозволяє вказати пошуковим машинам, які сторінки не потрібно індексувати, вказати правильну адресу (з www або без) тощо.

Способи зовнішньої білої оптимізації є наступними.

- додавання сайту до бази пошукових систем;
- реєстрація сайту в авторитетних каталогах сайтів (Google, Каталог, Ukr.net, Meta.ua);
- розміщення прес-релізів в Інтернеті з посиланням на даний сайт.

Отже, в умовах глобалізації бізнес-процесів та розвитку Інтернету, навчально-виробничий готель «Гостинність» набуває все більших можливостей оптимізувати діяльність шляхом використання новітніх Інтернет технологій в управлінні внутрішніми господарськими процесами та завоювання нових ринкових позицій.

3.3. Обґрунтування ефективності застосування Інтернет технологій в управлінні готелем

Створення дієвої інноваційної системи управління підприємством можливе тільки при комплексному підході, об'єднанні системи збалансованих показників з останніми інноваційними досягненнями в сфері Інтернет технологій. Завдяки впровадженню в життя запропонованих заходів у Р. 3, п. 3.2. можливим є вибір Інтернет-ресурсів управління навчально-виробничим готелем «Гостинність».

Враховуючи той факт, що даний час готель є збитковим і не має фінансових ресурсів для реалізації дороговартісних проектів використання Інтернет технологій в управлінні готелем. Запропоновані нами заходи не потребують великих інвестицій, за винятком створення та підтримки сайту підприємства, більшість з них є взагалі безкоштовними.

Таблиця 3.7

Цінові пропозиції компаній-розробників сайтів підприємств у 2018 р.

№	Компанія	Вартість розробки та підтримки роботи сайту протягом року, тис. грн.
1.	«ARTJOKER», м. Київ, пл. Арсенальна, 1Б https://artjoker.ua/ua/	20,0
2.	ТОВ Спеціалізований Центр «Балі» м. Київ, пр-кт Повітрофлотський, 92 https://www.ua-region.com.ua/33052422	18,0
3.	«Pro100site», м. Київ, вул. Садова, 34 http://pro100site.com.ua/about.html	16,0
4.	«Webkitchen», м. Київ, вул. Братська, 6, оф. 23 http://webkitchen.kiev.ua/ua/services/tekh-podderzhka	22,0
5.	«Webmaestro», м. Луцьк, пр. Перемоги 1, 302 https://webmaestro.com.ua/ua/about/	22,0
6.	«Бітрікс24», м. Київ, вул. Сковороди, 21/16 https://www.bitrix24.ua/whatisthis/	19,0
7.	«КОМР Systems», м. Івано-Франківськ, вул. Південний Бульвар, 76 https://websait.if.ua/contact/	22,0
	Середня ціна послуги	19,8

Серед запропонованих заходів використання Інтернет технологій в навчально-виробничим готелем «Гостинність» є створення та обслуговування сайту підприємства. Для визначення середньої вартості послуги розробки сайту та його підтримки протягом року було вивчено пропозиції перших семи підприємств, посилення на які висвітлились першими. Дослідження ринку пропозиції послуг створення та обслуговування сайтів протягом року, дозволили визначити середню її вартість (див. табл. 3.7).

Середня ціна послуг створення сайту + підтримка протягом року складає 19,8 тис. грн.

Припускаємо, що в результаті розширення спектру використання Інтернет технологій у 2018 р., обсяг реалізації готельних місць зросте на 25%, відповідно чистий дохід підприємства зросте на 25%, при збільшенні собівартості на 18%. В наступні роки прогнозуємо зростання чистого доходу на 25% щорічно за рахунок сталого удосконалення управління підприємством шляхом більшого використання Інтернет технологій.

Прогнозні показники майбутніх періодів представлені у таблиці 3.8, рис. 3.7.

Таблиця 3.8

Прогнозні показники господарської діяльності навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ на 2018 рр., тис. грн.

Показники	2017	2018	2018 - 2017
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	2440,7	2928,84	488,14
Собівартість реалізованої продукції	750,5	885,59	135,09
Валовий прибуток	1690,2	2043,25	353,05
Адміністративні витрати	1290,2	1522,436	232,236
Витрати на збут	130,3	153,754	23,454
Інші операційні витрати	200,8	236,944	36,144
Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування	59,0	70,8	11,8
Чистий прибуток	44,0	52,8	8,8

Отже, у результаті розширення спектру застосування Інтернет технологій у навчально-виробничому готелі «Гостинність», підприємство компенсує витрати на створення та підтримку Інтернет-сайту, та отримує чистий прибуток у розмірі 52,8 тис. грн.

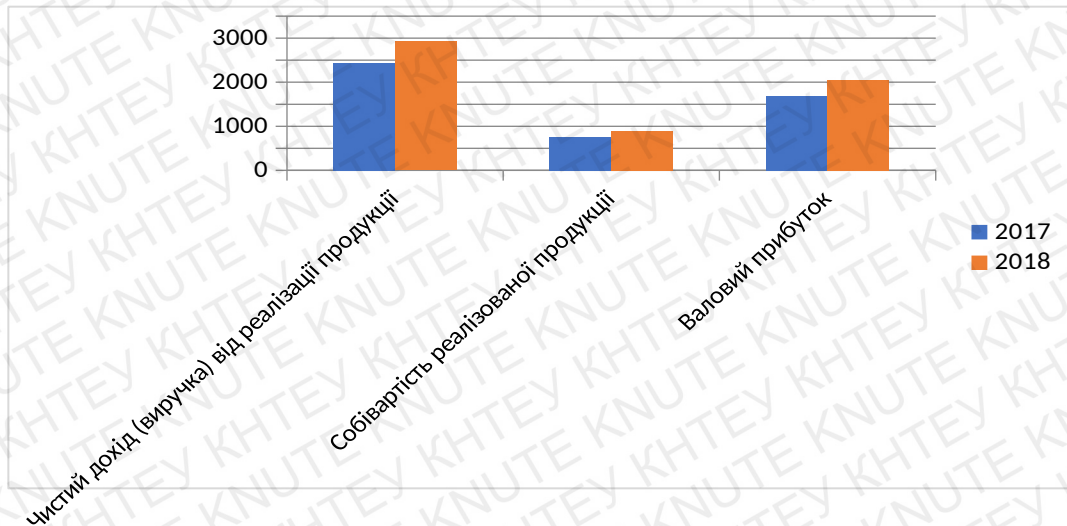


Рис. 3.7. Динаміка прогнозного показники господарської діяльності навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ на 2018 рр. відносно 2017 р., тис. грн.

Розрахунки показників отриманих від господарської діяльності навчально-виробничого готелю «Гостинність», на наступних 5 років представлені у таблиці 3.9.

Таблиця 3. 9

Прогноз показників результату господарської діяльності навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ на 2018-2023 рр.

Показники	Роки						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	2440,7	2928,84	3661,05	4576,31	5720,39	7150,49	8938,11
Собівартість реалізованої продукції	750,5	885,59	1106,99	1383,73	1729,67	2162,09	2702,60

Продовження таблиці 3.9

Показники	Роки						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Валовий прибуток	1690,2	2043,25	2554,06	3192,58	3990,72	4988,43	6235,50
Адміністративні витрати	1290,2	1522,43	1796,47	1106,99	1306,25	1541,37	1818,82
Витрати на збут	130,3	153,75	181,43	2554,06	3013,79	3556,28	4196,41
Інші операційні витрати	200,8	236,94	279,59	329,92	389,31	459,382	542,07
Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування	59	70,8	88,5	110,63	138,28	172,85	216,06
Прибуток від звичайної діяльності	15	18	22,5	28,13	35,16	43,95	54,93
Чистий прибуток	44	52,8	66	82,5	103,125	128,91	161,13

Отже, в умовах зростаючої конкуренції та динамічного розвитку Інтернет технологій, є логічним, що у подальшому навчально-виробничий готель «Гостинність» буде активно використовувати різні Інтернет-інструменти для удосконалення управління підприємством та просування своєї послуг на ринку.

Висновки до розділу 3

Грунтуючись на результатах дослідження теоретичних засад та прикладних основ використання Інтернет технологій підприємствами готельного господарства, та у 3 розділі випускної кваліфікаційної роботи запропоновано напрями та заходи удосконалення цього процесу у навчально-виробничому готелі «Гостинність», а саме:

1. Обґрунтовано, що впровадження комп'ютерної техніки та Інтернету у повсякденні процеси підприємств готельного господарства стало необхідністю в умовах поширення та обробки великих масивів інформації, її миттєвої передачі на великі відстані. Впровадження в роботу підприємства змінили методи

ведення готельного бізнесу, переформатували управлінську структуру підприємства, і генерували унікальні конкурентні переваги для підприємства.

2. Враховуючи той факт, що основною метою використання Інтернет технологій в управлінні навчально-виробничим готелем «Гостинність» є досягнення позитивних показників його діяльності та лідерства на ринку у майбутніх періодах, визначено напрями використання Інтернет технологій для досягнення поставленої мети, а саме: виробництво послуг, внутрішня логістика, реалізація послуг, продаж готельних послуг на ринку, управління персоналом.

3. Враховуючи специфіку діяльності навчально-виробничого готелю «Гостинність», запропоновано алгоритм вибору Інтернет технологій для використання в управлінні підприємством, який включає етапи визначення критеріїв вибору Інтернет технологій для готелю, аналіз пропозицій ринку Інтернет технологій, процес безпосереднього їх вибору, використання та оцінку результатів їх використання, що забезпечить раціональність зусиль щодо їх впровадження в діяльність та досягнення намічених цілей.

4. Запропоновано перелік Інтернет-інструментів для використання в управлінні навчально-виробничого готелю «Гостинність», які можна віднести до групи новітніх, що забезпечать інтегроване інформаційне середовище діяльності підприємства, є сукупністю розподілених баз даних, в якій діють єдині, стандартні правила зберігання, оновлення, пошуку і передачі інформації у без паперовий спосіб інформаційної взаємодії між підприємством і споживачами.

5. Враховуючи збитковість діяльності навчально-виробничого готелю «Гостинність», надано характеристики Інтернет технологіям, які не потребують фінансових вкладень у їх використання (крім створення власного сайту підприємства) та забезпечують ефективне функціонування підприємствам: мобільні додатки для удосконалення внутрішньої організації роботи підприємства, підвищення оперативності та якості управління; технологію HANA, яка дозволяє обробляти та аналізувати великі масиви інформації; web-додаток E-Recruitment компанії «МТС-Україна», що дозволяє швидко і

ефективно підібрати висококваліфікований персонал. Для просування готельних послуг навчально-виробничим готелем «Гостинність» рекомендуємо створити власного Інтернет сайту; використання Інтернет-ресурсу «Усі готелі України» для on-line бронювання готельних послуг.

6. Здійснено обґрунтування ефективності застосування Інтернет технологій в управлінні навчально-виробничим готелем «Гостинність», доведено, що ефективне використання Інтернет технологій в готельному бізнесі можливе при систематичному моніторингу світових тенденцій їх розвитку та напрямів використання підприємствами готельного господарства. Обґрунтовано, що при постійному використанні Інтернет технологій та впровадження в управління нових розробок, готель подолає межу збитковості та у наступні 5 років буде спостерігатись тенденція зростання показників його господарської діяльності.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Результати дослідження теоретичних засад та прикладних основ використання Інтернет технологій в управлінні підприємством готельного господарства дозволяють зробити наступні висновки:

1. Досліджено, що використання Інтернет технологій в управління підприємством відбувалось на різних етапах розвитку наукової думки розробників Інтернет-ідей. В умовах сьогодення, вже традиційним стало використання таких Інтернет-інструментів, як електронна пошта, доступ до файлів віддалених комп'ютерів; сеанси зв'язку з іншими комп'ютерами, під'єднаними до Інтернет; пошук інформації в базі даних в оперативному режимі; спілкування з іншими користувачами шляхом використання сервісу Internet Relay Chart; доступ до інформаційної системи World Wide Web (WWW). Розвиток Інтернет технологій спонукає підприємства пристосовуватись до глобальних економічних змін, створює важливі передумови динамічного їх розвитку, відкриває нові можливості ефективного ведення бізнесу, а саме працювати в онлайн-режимі у системах бронювання, розповсюджувати свою рекламу, покращити комунікації між організаційними підрозділами, аналізувати ринкові позиції свої та конкуренти, вивчати інновації у готельному бізнесі, визначати стратегічні цілі та розробляти стратегію розвитку тощо.

2. Визначено, що глобальні мережні системи бронювання (CRS - computer reservation systems) на підприємствах готельного господарства використовуються як засіб зв'язку між базами даних та користувачами Інтернет; інструмент просування готельних послуг; налагодження партнерських відносин, забезпечення умов швидкого реагування на глобальні зміни в ринковому середовищі та глобалізації бізнесу. Завдяки застосуванню Інтернет технологій підприємство готельного господарства набуває таких переваг, як: швидкість пошуку та отримання інформації, впровадження іноваційних технологій формування та реалізації готельних послуг, ефективний підбір висококваліфікованого персоналу, автоматизація внутрішніх організаційно-управлінських процесів, підвищення продуктивності праці, глобалізація бізнесу.

3. Обґрунтовано, що досягнення очікуваної ефективності використання Інтернет технологій на підприємстві готельного господарства, можливе при відповідній оснащеності підприємства обладнанням, устаткуванням, належним програмним забезпеченням. Рівень витрат, передбачених для введення Інтернет технологій; наявність і відповідність висококваліфікованого персоналу вимогам сучасних Інтернет технологій; організація заходів впровадження інструментів та методів Інтернет-маркетингу, дозволить визначити напрями використання Інтернет технологій у майбутньому. Оцінку ефективності використання Інтернет технологій в підприємстві готельного господарства необхідно здійснювати по окремих впроваджених Інтернет технологіях і результативності загальної діяльності в мережі Інтернет, враховуючи особливості їх використання і залежить від поставлених цілей та задач управління, що забезпечить умови для подальшого їх використання у завоюванні нових конкурентних позицій.

4. Досліджено, що особливе місце розташування готелю (у будівлі гуртожитку Київського технікуму готельного господарства), мала місткість - 22 номери, та обмежена кількість додаткових послуг визначає його відповідність категорії 1*. Крім виконання функції готелю, підприємство забезпечує базову практичну підготовку студентів відповідно до ОКХ та ОПП, навчальних планів та програм; сприяє професійному становленню студентів, формування у них культури поведінки, естетичного смаку до обраної професії. Оцінка результатів продажу готельних місць та додаткових послуг за 2015-2017 рр. показала, що навчально-виробничий готель «Гостинність» знизило темпи їх реалізації, що негативно вплинуло на результати господарської діяльності підприємства, Це є підґрунтям для активізації роботи готелю у напрямі розширення спектру використання Інтернет технологій в управлінні підприємством.

5. Досліджено, що керівництво навчально-виробничого готелю «Гостинність» веде постійний пошук ефективних Інтернет технологій необхідних для вдалої декомпозиції задач, що потребують постійного вирішення та таких, що не потребують фінансових витрат. На даний час готель

використовує Інтернет-сервіс WWW, Інтернет-сервіс email, систему «Nimeta», здійснюючи основні функції підприємства: планування, організацію, мотивацію і контроль. Для реалізації готельних послуг, підприємство розміщує інформацію у системах Інтернет-бронювання та на інформаційних сайтах.

6. Визначено, що негативним фактором розвитку підприємства є відсутність у власного сайту готелю. Потенційні споживачі готельних послуг досліджуваного підприємства використовуючи Інтернет-ресурси, здійснюють «псевдоонлайн-бронювання» («бронювання за запитом»), заповнюючи форму заявки, операційна система сайту відправляє її адміністратору як електронний лист. Протягом деякого часу турист чекає дзвінка або СМС від співробітника служби бронювання для підтвердження броні, що значно подовжує період оформлення бронювання послуг та створює незручності контактування готелю зі споживачами. Ускладнює цей процес той факт, що інформація про навчально-виробничий готель «Гостинність» у Інтернет-системах та інформаційних сайтах є різною і не завжди достовірною, що створює негативний імідж підприємства.

7. Досліджено конкурентне середовище навчально-виробничого готелю «Гостинність» та визначено, що його формують підприємства, що географічно знаходяться у радіусі 5 км і орієнтуються на ідентичний сегмент споживчого ринку. За результатами оцінки визначених характеристик конкурентів і досліджуваного підприємства, їх активності у використанні Інтернет технологій, можна констатувати, що навчально-виробничий готель «Гостинність» займає найризикованішу конкурентну позицію.

8. Обґрунтовано, що використання Інтернет технологій в готельному бізнесі є економічно доцільними та ефективними за умови, якщо вони приносять готелю додаткові доходи, забезпечують конкурентні переваги на ринку, підвищують частку ринку, вдосконалюють процес обслуговування, підвищують ефективність роботи окремих підрозділів та готелю в цілому. Основною метою використання Інтернет технологій в управлінні навчально-виробничим готелем «Гостинність» є досягнення позитивних показників його діяльності та лідерства на ринку у майбутніх періодах, визначено напрями

використання Інтернет технологій для досягнення поставленої мети, а саме: виробництво послуг, внутрішня логістика, реалізація послуг, продаж готельних послуг на ринку, управління персоналом. Запропоновано алгоритм вибору Інтернет технологій для використання в управлінні підприємством, який включає етапи визначення критеріїв вибору Інтернет технологій для готелю, аналіз пропозицій ринку Інтернет технологій, процес безпосереднього їх вибору, використання та оцінку результатів їх використання, що забезпечить раціональність зусиль щодо їх впровадження в діяльність та досягнення намічених цілей.

9. Враховуючи збитковість діяльності навчально-виробничого готелю «Гостинність», запропоновано Інтернет технології, які не потребують фінансових вкладень у їх використання (крім створення власного сайту підприємства) та забезпечують ефективне функціонування підприємствам: мобільні додатки для удосконалення внутрішньої організації роботи підприємства, підвищення оперативності та якості управління; технологію HANA, яка дозволяє обробляти та аналізувати великі масиви інформації; web-додаток E-Recruitment компанії «МТС-Україна», що дозволяє швидко і ефективно підібрати висококваліфікований персонал. Для просування готельних послуг навчально-виробничим готелем «Гостинність» рекомендуємо створити власного Інтернет сайту. Визначено, що при постійному використанні Інтернет технологій та впровадження в управління нових розробок, готель подолає межу збитковості та у наступні 5 років буде спостерігатись тенденція зростання показників його господарської діяльності. Обґрунтовано ефективність застосування Інтернет технологій в управлінні навчально-виробничим готелем «Гостинність», та доведено, що ефективне використання Інтернет технологій в готельному бізнесі можливе при систематичному моніторингу світових тенденцій їх розвитку та напрямів використання підприємствами готельного господарства.

Список використаних джерел

1. Алексеев С. Б. Проблемы впровадження інформаційних технологій у процес управління стратегічним потенціалом торговельного підприємства / С.Б. Алексеев // Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку: зб. наук. пр. Інституту економіки промисловості НАН України. – Донецьк, 2012. – С. 99–112.
2. Бібік Г. Ю. Інформаційні технології в управлінні підприємствами / Г.Ю. Бібік // Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Економіка. – 2013. – Т. 21, вип. 7(2). – С. 69-75.
3. Беркій Т.М. Соціальні мережі: різні аспекти впливу на людину. URL: [Електронний ресурс] Режим доступу http://ukrainepravo.com/legal_publications/essay-on-it-law/it_1aw_berkiy_Social_networks_and_there
4. Бихова О.М. Адаптація соціального медіа маркетингу до ринку послуг в Україні / О.М. Бихова // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. – 2016. – №2 (97). – С. 87–95.
5. Бойчук І.В. Інноваційні підходи до застосування Інтернету в маркетинговій діяльності підприємств [Текст]: монографія / І.В. Бойчук // Маркетинг. Менеджмент. Інновації [за ред. д.е.н., професора С. М. Ілляшенка]. – Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2010. – С. 553-562.
6. Босак А.О. Управління бізнес-процесами / А.О. Босак // Вісник КНТЕУ. – 2018. – № 1 (117). – С.81-84.
7. Бурлаков О.С. ІТ-аутсортинг як інструмент оптимізації діяльності підприємств / О.С. Бурлаков // Сталий розвиток економіки. – 2013. – №4. – С. 90-93.
8. Ващекин Н. О. Про систему Інтернет технологій / Н. О. Ващекин // Маркетинг. – 2016. – № 1. – С. 27–34.
9. Векшинский А.А. Интернет-маркетинг как новое направление в современной концепции маркетинга взаимодействия / А.А. Векшинский, Л.Ф. Тывин // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2012. – №2. – С. 102-108.
10. Вплив Інтернет-технологій на розвиток маркетингових комунікацій :

Соціум. Наука. Культура: Матеріали шостої всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції [Сер. «Економіка»] (2010) / Кожухівська Р.Б., 2010. – Ч. 1. – С. 43–45.

11. Валінкевич Н.В. Репутаційний менеджмент – активний компонент стратегії розвитку підприємства / Н.В. Валінкевич // Вісник ЖДТЕУ, 2017. - №2. - [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/32-2.pdf>

12. Гавловський В.Д. Щодо використання соціальних мереж для виявлення, розкриття та попередження злочинів. Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика). 2012. № 2 (28). С. 271–282.

13. Ганза І., та ін. Маркетингові стратегії та фактори впливу при просуванні продукції на ринку / І. Ганза // Економіка, 2016. - №1. - [Електронний ресурс] - режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64/

14. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 2013. – № 16. – С. 144.

15. Грабар О.І. Сучасні напрями вдосконалення рекламної діяльності підприємства на основі використання Інтернет-технологій / О.І. Грабар, О.М. Кушніренко // Вісник ЖДТУ. – 2012. – № 1(59).

16. Денисенко М. П. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством / М. П. Денисенко, І. В. Колосся // Економіка та держава. – 2010. – № 7. – С. 19–25.

17. Ефективність системи управління підприємством: теоретико-методологічні аспекти та механізми реалізації [Текст] : монографія / Харків. ін-т фінансів ; за заг. ред. Г. О. Дорошенка. - Харків: НТМТ, 2014. - 424 с.

18. Єременко Ю. О. Сегментація клієнтської бази даних на основі факторів поведінкової лояльності / Ю. О. Єременко // Фінансові механізми розвитку України в умовах економічної нестабільності : тези доповідей I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. 27–29 березня, 2014 р. – Луганськ : вид-во СНУ ім. В. Даля, 2014. – С. 125

19. Зозульов О.В. Основні економічні логіки маркетингових дій. / О.В. Зозульов // Вісник Національного університету «Львівська Політехніка» Логістика – 2012 – № 735

20. Ілляшенко, С.М. Сучасні тенденції застосування Інтернет–технологій у маркетингу [Текст] / С.М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. – Т. II. – С. 64 – 74.

21. Історія мережі Інтернет. URL [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<https://sites.google.com/site/istoriamereziinternet/home/istoria-rozvitku-merezi-internet>.

22. Калинич Г. Ефективність маркетингової діяльності підприємства в Інтернеті / Г. Калинич // Економічний аналіз. – 2011. – Випуск 8. – Ч. 2. – С. 185-189.

23. Кінаш І.А. Інтернет-маркетинг – стратегія розвитку сучасних машинобудівних підприємств / І.А. Кінаш // Сталий розвиток економіки. – 2013. – № 3. – С. 331-334.

24. Клепікова О.А. Сучасний стан і місце інформаційних технологій в управлінні підприємством / О.А. Клепікова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2013. – Випуск 5. – С. 74–83.

25. Клочан В.В. Система інформаційно-консультаційного забезпечення аграрної сфери : монографія / В.В. Клочан. – Миколаїв : МДАУ. – 2012. – 371 с.

26. Комеліна О.В. Логістичне управління збутовою діяльністю підприємства: концептуальний підхід / О.В. Комеліна, Р.С. Гаманко // Економіка і суспільство, 2017. - №13. – С. 518-524

27. Кривов'язюк І. В. Проблеми запровадження інформаційних технологій в управлінні логістичною системою підприємства / І. В. Кривов'язюк, Ю. М. Кулик // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 12. – С. 83–90.

28. Кучерук В.Ю., Головащенко І. О., Глушко М.В. Як Big Data (великі дані) впливають на буття людини. URL: [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/17811/2555.pdf?sequence>.

29. Литовченко І.Л. Нові форми комунікації промислових підприємств в Інтернет-середовищі // І.Л. Литовченко // Маркетинг інновацій і інновації в

маркетингу : Зб. тез доповідей Четвертої міжнар. наук.-практ. конф. – Суми : СумДУ, 2015. – С. 273-275.

30. Лутай А.П. Використання сучасних інформаційних технологій у туристичній галузі / А.П. Лутай // Торгівля і ринок України. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2014. – Вип. 30, т. 1. – С. 143-148

31. Лутай А.П. Інформаційні технології і системи правління в готельно-ресторанному бізнесі України / А.П. Лутай [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Tiru/2014_31_2/Lutay.pdf

32. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія / С.В. Мельниченко. – К.: Київ. нац. торг.-економ. Ун-т, 2007. – 493 с.

33. Мельниченко С. В., Кудлай Т. П. Міжнародні готельні мережі на національному ринку. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2016. - №2. – С. 42-53.

34. Нестеренко Л.В. Інтернет-реклама – ефективний інструмент маркетингової комунікаційної політики / Л.В. Нестеренко, Л.М. Тарасюк // Міжвузівський збірник «Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво». – 2011. – № 5.

35. Новаківський, І.І. Вплив процесів інформатизації на організаційну структуру підприємств [Текст] / І.І. Новаківський // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2014. – № 425. – С. 285-286.

36. Офіційний сайт глобальної системи бронювання Booking [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.booking.com>

37. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.2.unwto.org/en>

38. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму та курортів [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.tourism.gov.ua/>

39. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

40. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави :

міжнародний, національний, регіональний досвід : монографія / кол. авт., за ред. А. Ю. Парфіненка. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 280 с.

41. Питуляк Н.С. Практичні аспекти застосування інноваційних маркетингових стратегій / Питуляк Н.С. // Науковий вісник Херсонського державного університету, 2017. - №10. – Ч1. – С. 32-35

42. Півень О. П. Лояльність клієнтів до підприємства: основні поняття і методи оцінки / О. П. Півень, І. В. Софронова, І. В. Ткаченко // Фармаком. – 2017. – № 1. – С. 51–57.

43. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань: Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T030755.html

44. Равікович І.Є. Оцінка ефективності впровадження інструментів інтернет-маркетингу в діяльності торгового підприємства [Електронний ресурс] : / І. Є. Равікович // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 5 (21). – С. 161-166. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n5.html>

45. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 512 с.

46. Решетнікова І. Л. Використання інтернет-технологій в маркетингу сфери послуг / І. Л. Решетнікова, Ю. О. Єременко // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 5. – С. 47–58.

47. Самуйлов К. Е. Основы формальных методов описания бизнес-процессов: учеб. пособ. / К. Е. Самуйлов, А. В. Чукарин, С. Ю. Быков. – М. : РУДН, 2011. – 123 с.

48. Самуйлов, К. Е. Основы формальных методов описания бизнес-процессов [Текст] : учеб. пособ. / К. Е. Самуйлов, А. В. Чукарин, С. Ю. Быков. – М. : РУДН, 2011. – 123 с.

49. Сологуб О.П. Оцінка ефективності Інтернет-реклами / О.П. Сологуб, Л.В. Капінус // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2010. – № 2(10).

50. Стрій Л.О. Маркетинг ХХІ століття. Концептуальні зміни та тенденції

розвитку: монографія [Текст] / Л.О. Стрій; за наук. ред. проф. А.К. Голубева. – Одеса: ВМВ, 2010. – 320 с.

51. Тараненко І.В. Інноваційні маркетингові методи просування ІТ-продуктів у соціальних медіа / І.В. Тараненко, К.В. Назаренко, Г.Г. Білогорцева // Європейський вектор економічного розвитку. – 2012. – № 1 (12). – С. 171-181.

52. Технічні характеристики мобільних додатків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=org.thoughtcrime.securesms&hl=uk>

53. Технічні характеристики програмного продукту Microsoft Project [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://images/search?p=2&text=Microsoft%20Project&img_url

54. Успенский И. В. Интернет как инструмент маркетинга. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.insofres.com.ua>

55. Успенський І.В. Інтернет-маркетинг [Електронний ресурс] / І.В. Успенський. – Режим доступу: <http://www.imanbooks.com/book>.

56. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства / О.М. Шаповалова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2013. – № 16. – С. 224–228.

57. Федосова К.С. Сучасні інформаційні технології в готельному й ресторанному бізнесі / К.С. Федосова, Л.М. Тележенко. – О.: ТЕС, 2010. – 264 с.

58. Янчук Т. В. Алгоритм впровадження інформаційних технологій в сучасний бізнес / Т. В. Янчук // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія “Економічні науки”. – 2014. – Випуск 5. Частина 3. – С. 128–130.

59. Янчук, Т. В. Сучасні парадигми інформатизації малого бізнесу [Текст] / Т. В. Янчук // Вісник Хмельницького національного університету. Т.2 Економічні науки. – 2009. – № 5. – С. 81-82.

60. Michael C. Sturman, Jack B. Corgel, Rohit Verma The Cornell School of

Hotel Administration on Hospitality: Kindle Edition, 2017. – 517 p.

61. Porter M.E. Strategy and the Internet/ M.E Porter // Harvard Business Review – March 2001 –P. 62–78

62. Rayport J. F. Exploiting the Virtual Value Chain / Rayport, Jeffrey F. and Sviokla, John J. // Harvard Business Review, – November/December 1995,73:6, – 75-86 p.

63. Byrne J., Marx G. Technological Innovations in Crime Prevention and Policing. A Review of the Research on Implementation and Impact. Cahiers Politiestudies Jaargang 2011-3, nr. 20. p. 17-40. URL: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ncjrs.gov/pdffiles1/nij/238011.pdf>

64. Maltz, Michael D., Andrew C. Gordon, Warren Friedman. Mapping Crime in Its Community Setting: Event Geography Analysis/ by Springer-Verlag. New York. Inc. 173 p. URL: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1...>

65. *Nick Couldry.* Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice. – London : Polity Press, 2012. – P. 2.

66. *Martin Hilbert and Priscila López.* The World's Technological Capacity to Store, Communicate, and Compute Information // Science. – 2011. – Т. 332. – № 6025. – С. 60–65.

Стаття

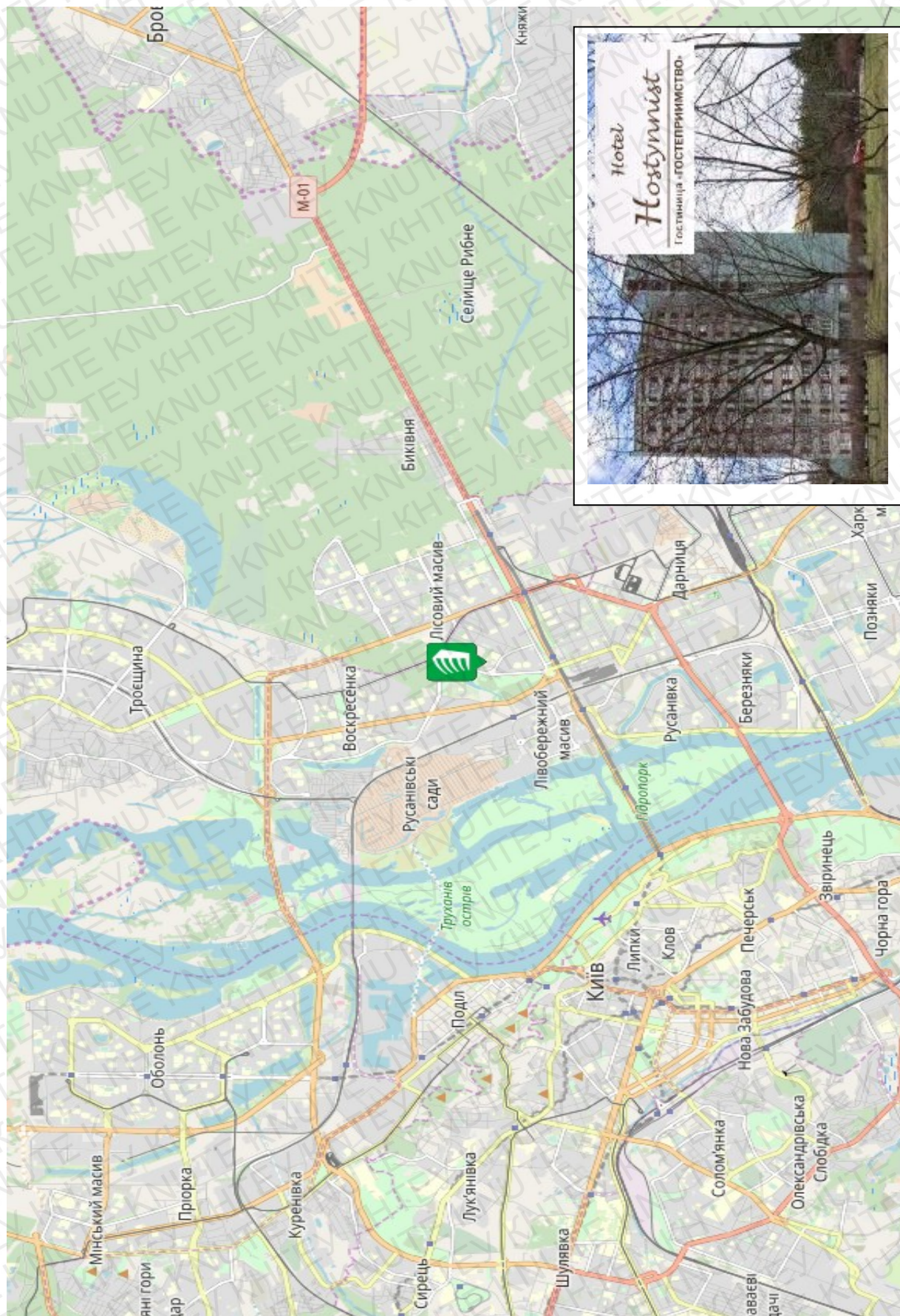


Рис. 1. Місце розташування готелю «Гостинність» на карті

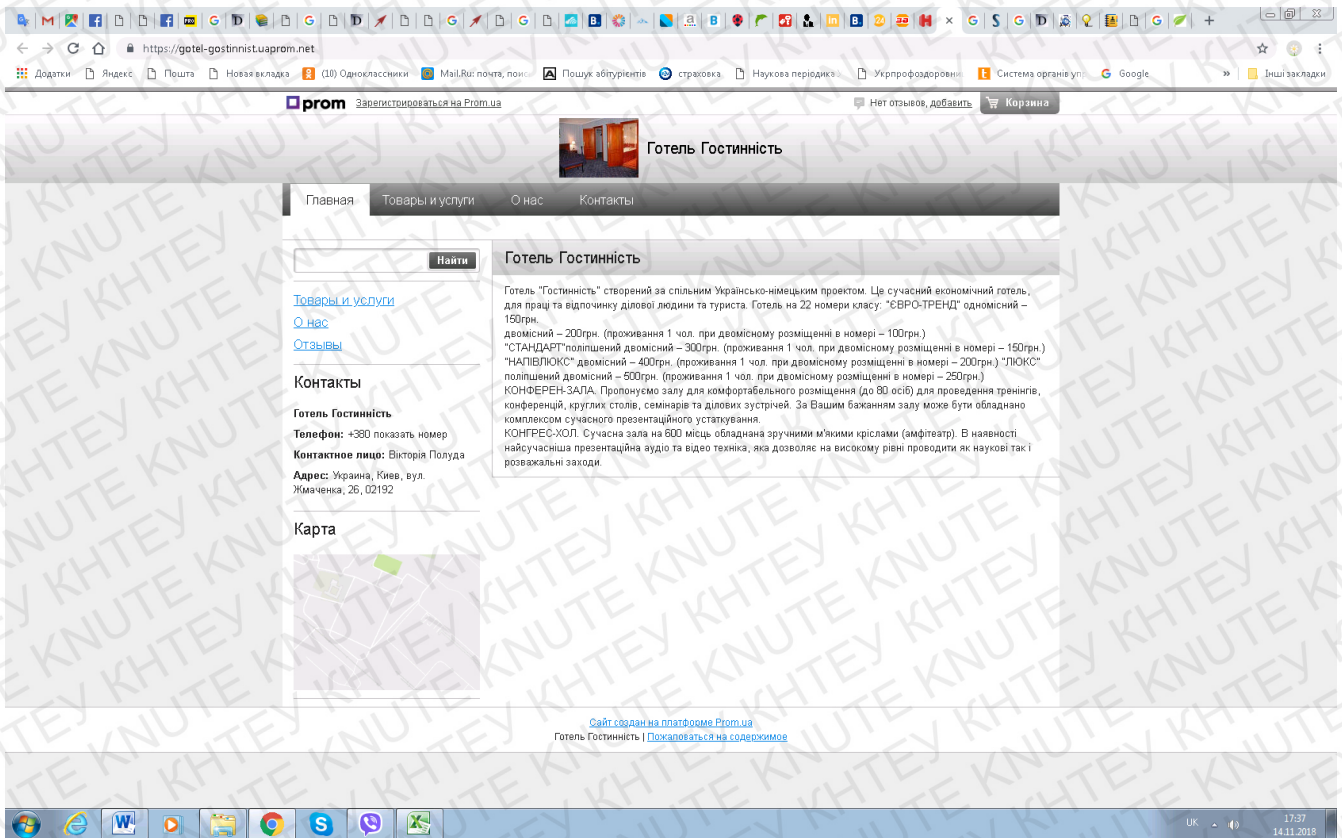


Рис. В1. Сторінка навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ у
Інтернет системі «Prom»

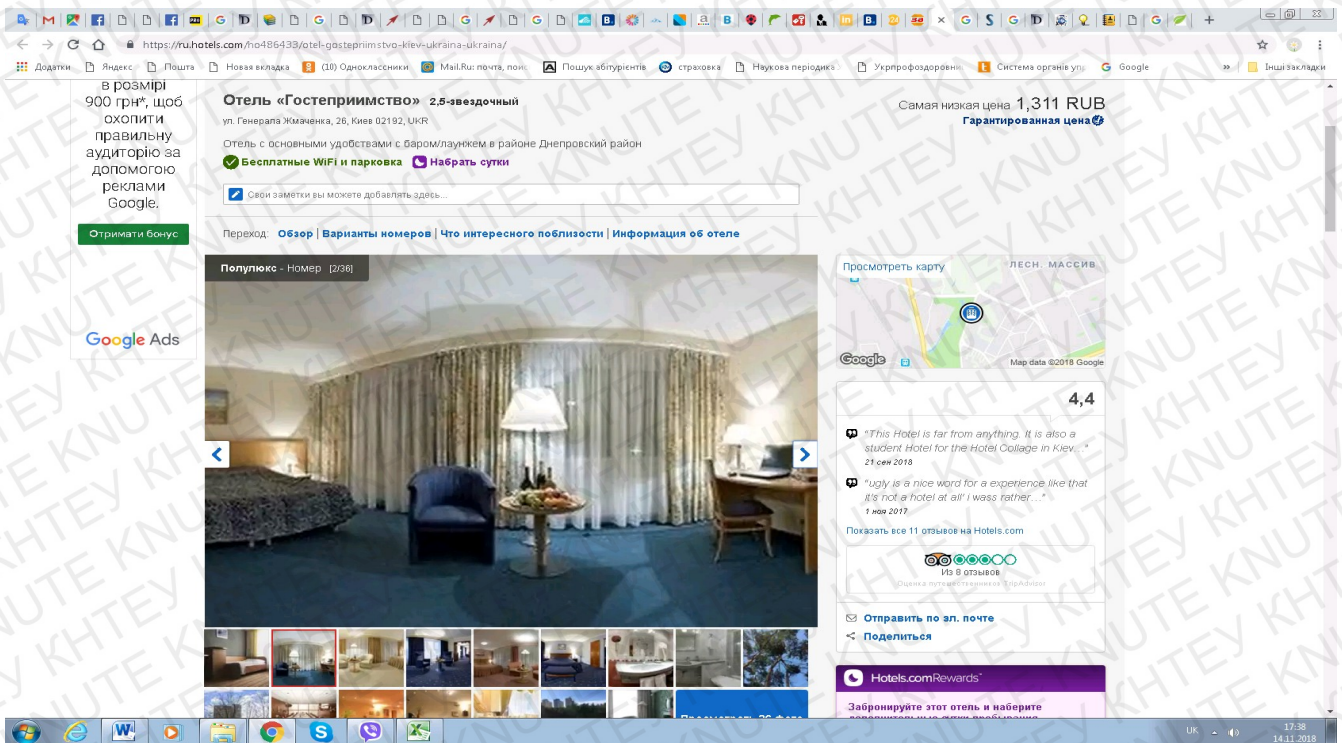


Рис. В2. Сторінка навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ
на сайті hotels.com

Немаєбаром | kyiv.nezabarom.ua/hotels/gostepriimstv/

Немаєбаром → Україна → Київська область → Київ → Готелі → Гостинність

Готель Гостинність / Київ

Перейти к: [Номери і ціни](#) [Правила бронювання](#) [Відгуки](#)

Нормально, 3.2 из 5
оценка по 13 отзывам

Від 500 грн./добу

Вибрати номер

Переказуйте та знімайте з мобільного рахунку 0% КОМІСІЇ

Схожі готелі

Голосівський
Від 420 грн./добу

Київ, м. Київ, пр-т 40-річчя Жовтня, 93

[Опис](#) [Номери \(15\)](#) [Відгуки](#)

Центр бронювання BookIt.ua:

+38 (057) 728-51-14 - для України
+7 (499) 918-67-41 - для Росії

М. Київ, вул. Генерала Жмаченка, д. 26

[Показати на карті](#) [BookIt](#)

Опис

Розташування: Готель «Гостинність» розташований у мальовничій частині міста Києва, біля ст. метро «Дарниця». Недалеко знаходиться Мжнародний Виставковий Центр, поруч парк Перемоги, де є річка і озеро. Розміщення: Готель «Гостинність» готовий прийняти мандрівників і мешканців міста, забезпечити їм комфортне проживання в затишних номерах. У кожному номері є необхідні меблі, телевізор (кабельне ТБ), косметичні набори, Wi-Fi-доступ. Обладнана...

[Читати повністю](#)

Рис. В3. Сторінка навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ на сайті hotels.com.ua

Hotels24.ua [рус](#) [Отели мира](#) [Туры](#) [Бизнес клиентам](#) 067 510 1504

Гостинність (6442) > г. Київ і область (811) > Київ (749) > Отель Гостеприимство

Показать карту

БРОНИРУЙТЕ ОТЕЛИ ВСЕГО МИРА НА HOTELS24.UA

ПОИСК

Отель Гостеприимство [Оценка: 6,8](#)
Оценка по 121 отзыву

Київ, ул. Генерала Жмаченка, 26 067 510-15-04

Фото 1 из 1

Отели возле объектов

Вокзалы
Железнодорожный вокзал Киевский Центральный Автовокзал Железнодорожный вокзал «Дарниця»

Аэропорты
Аэропорт Киев (Жуляны)

Районы города
Правый берег Голосеевский район

Сервисы **Порядок проживания** **Расположение** **Проезд**

Гостиница «Гостеприимство» расположена в живописной части города Киева, недалеко от станции метро «Дарниця». Отель имеет статус гостиницы евро класса, и в то же время является доступной по цене. Номерной фонд отеля «Гостеприимство» представлен 20 комфортабельными номерами класса

ЗАКАЗАТЬ ЗВОНОК

Рис. В4. Сторінка навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ на сайті hotels24.ua

Готель "Гостинність"

Київ

Рейтинг: 0,0

Про це місце

Невеликий готель на лівому березі Дніпра за крок від МВЦ і Парку Перемоги пропонує відпочити бюджетно. Номерний фонд має 22 номери, різні за ступенем комфорту, – блоковий одно- і двоімисний евро-ренд стандарт, навіглюкс і двоімисний

Рис. В5. Сторінка навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ на сайті Zruchno.travel

Royal Congress Hotel

Забронювати

Booking.com

Гостинність від 200 грн

м. Київ, вул. Генерала Жаганченка, 26
+38 (097) 237-99-70, (044) 599-39-93, (050) 416-92-02

СЕРВІСИ

- паркінг
- ресторан
- Wi-Fi

Рис. В6. Сторінка навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ на сайті stejka.com

The screenshot shows the Booking.com search results page for Kyiv. The search criteria are: "Киев", "Заезд - Отъезд", and "2 взрослых · 0 детей". The page displays a list of hotels with filters on the left and search results on the right. The search results include:

- Гостиница Гостеприимство**: 2.29 отзывов, 6,5 оценка по отзывам. Адрес: Днепровский, Киев. Расстояние от центра города: 6 км.
- Отель Верховина**: 5.629 отзывов, 7,9 оценка по отзывам. Адрес: Киев. Расстояние от центра города: 11 км.

Рис. В7. Сторінка навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ в системі booking.com

The screenshot shows the bookit.com.ua website page for the Gostepriimstvo hotel in Kyiv. The page includes a photo of the hotel room, contact information, and a list of similar hotels. The main details are:

- Отель Гостеприимство / Киев**: от 500 грн./сутки. Выберите номер.
- Центр бронирования Bookit: +38 (057) 728-51-12 - для Украины, +7 (499) 918-67-42 - для России.
- Адрес отеля: г. Киев, ул. Генерала Жмаченка, д. 26. Подорожуйте.

The page also features a list of similar hotels, including:

- Голосевская (Голосівський)**: от 420 грн./сутки.
- На Електротехнічній, 18**: от 500 грн./сутки.
- ЮА-ОТЕЛ (ЮА-ОТЕЛ)**: от 500 грн./сутки.

Рис. В8. Сторінка навчально-виробничого готелю «Гостинність», м. Київ в системі bookit.com/ua

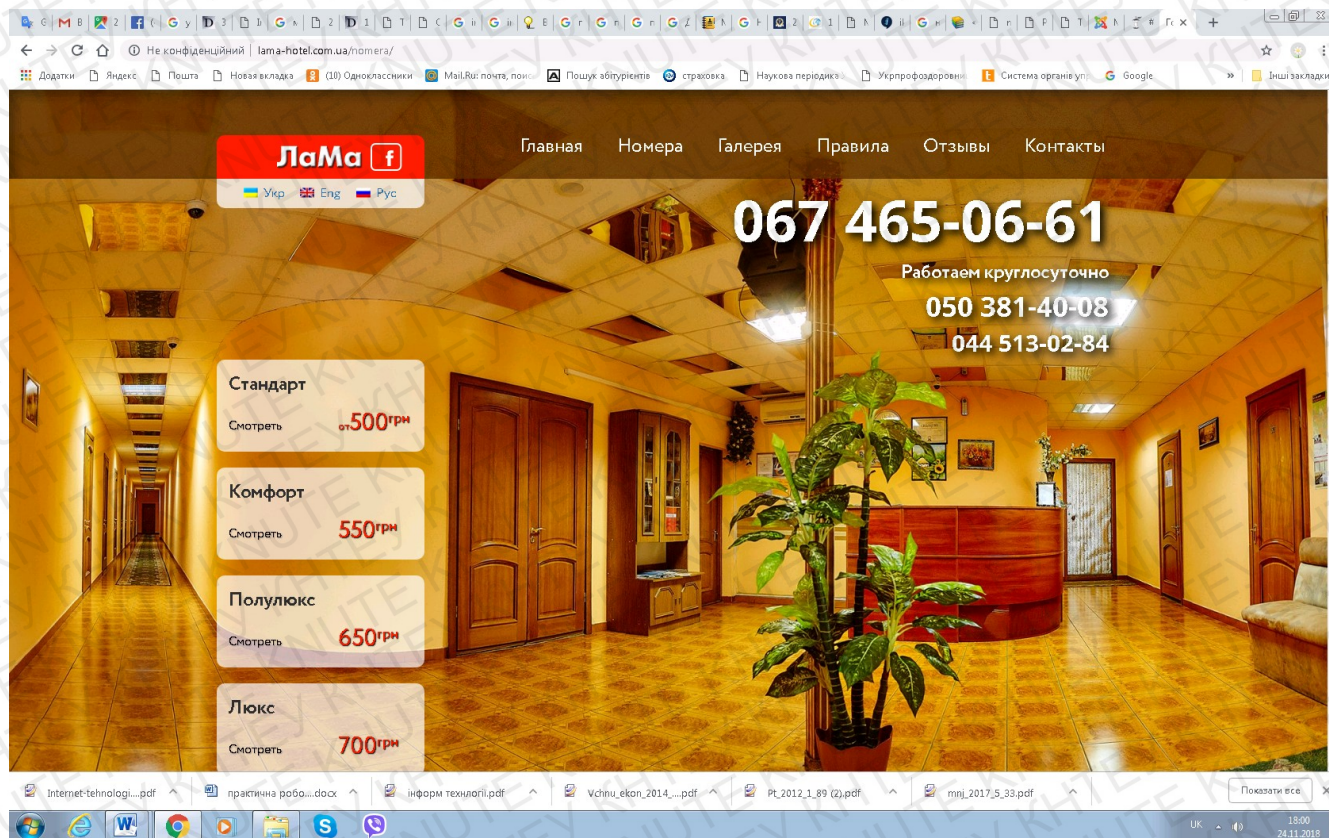


Рис. Д1. Головна сторінка сайту готелю «Лама», м. Київ