

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф.Доценка
Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

«До захисту в ЕК»

В.о. декана факультету

_____ Віта ЦИРУЛЬНІКОВА
(підпис) (ім'я та прізвище)

« ____ » _____ 2022 р.

«До захисту допущено»

В. о. завідувача кафедри

_____ Ірина МЕЛЬНИК
(підпис) (ім'я та прізвище)

« ____ » _____ 2022 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності _____ 242 «Туризм» _____
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Туризм» _____

на тему: «Інформаційні системи і технології як засоби інтенсифікації
управлінської діяльності підприємств туристичної сфери»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ТУ-4-9

_____ Рамізов Дмитро Володимирович _____
прізвище, ім'я, по батькові повністю) (підпис)

Керівник _____ Антоненко Ірина Ярославівна _____

(прізвище, ім'я та по батькові повністю) (підпис)

Рецензент _____ Парубець О.В. _____

(ім'я та прізвище) (підпис)

Я як здобувач(ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Здобувач _____
(підпис)

Київ – 2022 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет _____ готельного-ресторанного та туристичного бізнесу імені
проф. В.Ф.Доценка

Кафедра _____ туристичного та готельного бізнесу _____

Освітній ступінь _____ бакалавр _____

Спеціальність _____ 242 «Туризм» _____

(код і назва)

Освітньо-професійна програма _____ Туризм _____ (назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. завідувача кафедри _____

Ірина МЕЛЬНИК

“ _____ ” _____ 2022 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Рамізова Дмитро Володимировича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Інформаційні системи і технології як засоби інтенсифікації управлінської діяльності підприємств туристичної сфери»
керівник роботи Антоненко Ірина Ярославівна, д.е.н., доц. кафедри ТГБ
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом закладу вищої освіти від “ 31 ” березня 2022 року
№ 165-кс
2. Строк подання здобувачем роботи 06 червня 2022 р.
3. Вихідні дані до роботи наукова література, фахова література, статистична звітність готельного підприємства
4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Вступ
Розділ 1. Теоретичні основи використання інформаційних систем та технологій в діяльності підприємств туристичної сфери
Розділ 2. Аналітичне дослідження діяльності готелю «Немо»
Розділ 3. Удосконалення управлінської діяльності в готелі «Немо» на основі впровадження інформаційних систем та технологій

Висновки

5. Перелік графічного матеріалу рисунків - 26 таблиць - 23 додатків- 5

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Антоненко І.Я., доц. кафедри		
II	Антоненко І.Я., доц. кафедри		
III	Антоненко І.Я., доц. кафедри		
IV	Антоненко І.Я., доц. кафедри		

7. Дата видачі завдання 22 березня 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	01.02.2022-19.03.2022 рр.	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	20.03.2022-22.03.2022 рр.	виконано
3	Вступ РОЗДІЛ 1 (теоретичний)	23.03.2022-06.04.2022 рр.	виконано
4	РОЗДІЛ 2 (аналітичний)	07.04.2022-27.04.2022 рр.	виконано
5	РОЗДІЛ 3 (рекомендаційний)	28.04.2022-12.05.2022 рр.	виконано
6	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	13.05.2022-25.05.2022 рр.	виконано
7	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі та попередній захист у комісії	26.05.2022-29.05.2022 рр.	виконано
8	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	30.05.2022-03.06.2022 р.	виконано
9	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедрі	04-06.06.2022 р.	виконано
10	Захист кваліфікаційної роботи в ЕК	14, 15, 16.06.2022 р.	

Здобувач

_____ (підпис)

Рамізов Д.В.

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Антоненко І.Я.

_____ (прізвище та ініціали)

РЕЗЮМЕ

на кваліфікаційну роботу

Рамізова Дмитро Володимировича

на тему:

«Інформаційні системи і технології як засоби інтенсифікації управлінської діяльності підприємств туристичної сфери»

Кваліфікаційна робота складається 73 сторінок. Кількість розділів – 3, рисунків – 26, таблиць – 23, додатків – 5.

Об'єктом дослідження є інформаційні системи та технології, які впроваджені в готелі «Немо».

Предметом кваліфікаційної роботи є теоретичні та практичні засади впровадження інформаційних систем та технологій в діяльність підприємств туристичної сфери.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження інформаційних систем та технологій, як засобу інтенсифікації управлінської діяльності підприємства туристичної сфери готелю «Немо».

У I розділі розглянуто теоретичні основ використання інформаційних систем та технологій в діяльності підприємств туристичної сфери, їх місце, роль та класифікація, світовий досвід та сучасний стан використання інформаційних систем та технологій в управлінській діяльності підприємств туристичної сфери.

У II розділі проведено аналітичне дослідження діяльності готелю «Немо», наданого його загальну організаційну характеристику, здійснено аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища готелю «Немо».

У III розділі запропоновано удосконалення управлінської діяльності на основі використання інформаційних систем та технологій ґрунтуючись на проведеному аналізі їх використання в готелі «Немо».

Ключові слова: підприємства туристичної сфери, інформаційні системи та технології, автоматизовані системи управління готелями.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ.....	9
1.1. Місце, роль та класифікація інформаційних систем та технологій в управлінській діяльності підприємств туристичної сфери...	9
1.2. Світовий досвід використання інформаційних систем та технологій в управлінській діяльності підприємств туристичної сфери..	16
1.3. Сучасний стан використання інформаційних систем та технологій на підприємствах туристичної сфери в Україні.....	23
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «НЕМО».....	32
2.1. Загальна організаційна характеристика готелю «Немо».....	32
2.2. Аналіз внутрішнього середовища готелю «Немо».....	39
2.3. Дослідження зовнішнього середовища готелю «Немо».....	51
Висновки до розділу 2.....	55
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛІ «НЕМО» НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА ТЕХНОЛОГІЙ.....	57
3.1. Аналіз використання інформаційних систем та технологій готелі «Немо».....	57
3.2. Впровадження інформаційних систем та технологій з метою удосконалення управлінської діяльності в готелі «Немо».....	63
Висновки до розділу 3.....	74
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	79
ДОДАТКИ.....	83

ВСТУП

Актуальність теми роботи. Діяльність підприємств сфери туризму та їх ефективність значною мірою залежать від використання ними інформаційних систем та технологій. Туристична сфера – одна з найбільш динамічних галузей та дуже насичена інформацією.

Сучасні підприємства туристичної сфери надають своїм клієнтам широкий спектр різних послуг, формують та пропонують туристичний або готельний продукт завдяки використанню в своїй роботі інформаційних систем та технологій.

Для покращення роботи готельного підприємства, інтенсифікації його управлінської діяльності використовуються різні автоматизовані системи управління (АСУ), і це вже стало невід’ємною частиною в роботі готельних підприємств всього світу. Використання автоматизованих систем управління дозволяє підвищити ефективність роботи готелю, оптимізувати роботу персоналу, мінімізувати витрати тощо. Впровадження в роботу підприємств туристичної сфери сучасних інформаційних систем та технологій дозволяє підвищити якість продукту та послуги, пришвидшити процес збору та обробки інформації, автоматизувати процеси ведення документообігу, бухгалтерського обліку, звітності, розширити асортимент послуг та забезпечити взаємодію з потенційними клієнтами в режимі он-лайн. Таким чином, тема інтенсифікації управлінської діяльності підприємств туристичної сфери на основі використання інформаційних систем та технологій досі актуальною на сьогодні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій показав, що темі впровадження інформаційних систем та технологій в діяльність підприємств туристичної сфери присвячені роботи різних авторів, серед яких варто відмітити: Аракеян К.Р., Атанасова М., Жукову М.А., Кізіма А.В., Морозову Н.С., Оганджян О.П., Сайбель Я.В., Шостак М.А., Яковлеву М.А.

та інших. Не дивлячись на начну кількість праць даної сфери дослідження його питання залишається відкритим та потребує подальшого розвитку.

Мета роботи полягає у дослідженні інформаційних систем та технологій, як засобу інтенсифікації управлінської діяльності підприємства туристичної сфери готелю «Немо».

Для досягнення зазначеної мети в роботі визначені наступні **завдання**:

- визначити місце, роль та класифікацію інформаційних систем та технологій управлінської діяльності підприємств туристичної сфери;
- вивчити світовий досвід використання інформаційних систем та технологій в управлінській діяльності підприємств туристичної сфери;
- дослідити сучасний стан використання інформаційних систем та технологій на підприємствах туристичної сфери в Україні;
- надати загальну організаційну характеристику готелю «Немо»;
- проаналізувати внутрішнє середовище готелю «Немо»;
- дослідити зовнішнє середовище готелю «Немо»;
- провести аналіз використання інформаційних систем та технологій в готелі «Немо»;
- розробити заходи впровадження інформаційних систем та технологій з метою удосконалення управлінської діяльності в готелі «Немо».

Об'єктом роботи є інформаційні системи та технологій, які впроваджені в готелі «Немо».

Предметом роботи є теоретичні та практичні засади впровадження інформаційних систем та технологій в діяльність підприємств туристичної сфери.

У першому розділі роботи розглянуто теоретичні основ використання інформаційних систем та технологій в діяльності підприємств туристичної сфери, їх місце, роль та класифікація, світовий досвід та сучасний стан використання інформаційних систем та технологій в управлінській діяльності підприємств туристичної сфери.

У другому розділі роботи проведено аналітичне дослідження діяльності готелю «Немо», наданого його загальну організаційну характеристику, здійснено аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища готелю «Немо».

У третьому розділі роботи запропоновано удосконалення управлінської діяльності на основі використання інформаційних систем та технологій ґрунтуючись на проведеному аналізі їх використання в готелі «Немо».

Інформаційна база дослідження. При написанні роботи виступили підручники, посібники, статті, фінансова звітність готелю «Немо» та його внутрішні документи, статистичні матеріали з різних джерел, ресурси мережі Інтернет де висвітлюється тема, яка розглядається в роботі.

Методи роботи. В ході написання роботи було використано метод пошуку та збору інформації, математичний метод, статистичний метод, економічний метод, метод порівняння, метод абсолютних та відносних величини, графічний та табличний методи, метод узагальнення.

Практичне значення роботи полягає у розробці заходів щодо інтенсифікації управлінської діяльності готелю «Немо» на основі використання інформаційних систем та технологій.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Основні результати досліджень кваліфікаційної роботи були викладені у публікації автора:

Рамізов Д. «Інформаційні системи і технології як засоби інтенсифікації управлінської діяльності готелів». Міжнародна наукова конференція молодих вчених, аспірантів і студентів «Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у ХХІ столітті» (7-8 квітня 2022 р.) – Київ (Додаток А).

Структура роботи. Робота складається із вступу, основної частини – 3 розділи, висновків, списку використаних джерел, додатків. Обсяг основної частини роботи становить 73 сторінки. Робота містить 23 таблиці, 26 рисунків, 2 формули, 5 додатків. Список використаних джерел становить 41 джерело, якій розміщується на 4 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

1.1. Місце, роль та класифікація інформаційних систем та технологій в управлінській діяльності підприємств туристичної сфери

За останні роки, успішному розвитку економіки країн у всьому світі сприяв розвиток різноманітних технологічних інновацій. Використання інформаційних систем та технологій дозволяє покращувати роботу підприємств. Наразі важко уявити, як би могли функціонувати готелі, мотелі, санаторії, туристичні фірми та інші компанії без використання інформаційних технологій.

Сучасна індустрія туризму суттєво змінилася внаслідок впровадження та використання інформаційних систем та технологій в своїй роботі. Наразі, успішне функціонування будь-якого підприємства туристичної сфери неможливо уявити без використання сучасних інформаційних систем.

Інформаційна система – це сукупність взаємопов'язаних програмно-апаратних засобів, методів та персоналу, яка використовується для збору, обробки, зберігання та видачі інформації, необхідної в процесі рішення завдань із будь-якої предметної галузі [25, с. 9].

Специфіка розробки та реалізації туристичного продукту потребує використання систем, які в короткі терміни надають актуальні дані щодо можливості замовлення квитків на транспорт, бронювання місць в готелях, а також автоматизації рішення другорядних завдань при наданні туристичних послуг (оформлення документів, забезпечення розрахункової та довідкової інформацією та т.п.).

На рис. 1.1 подано функціональні групи інформаційних систем, які використовуються в сфері туризму.

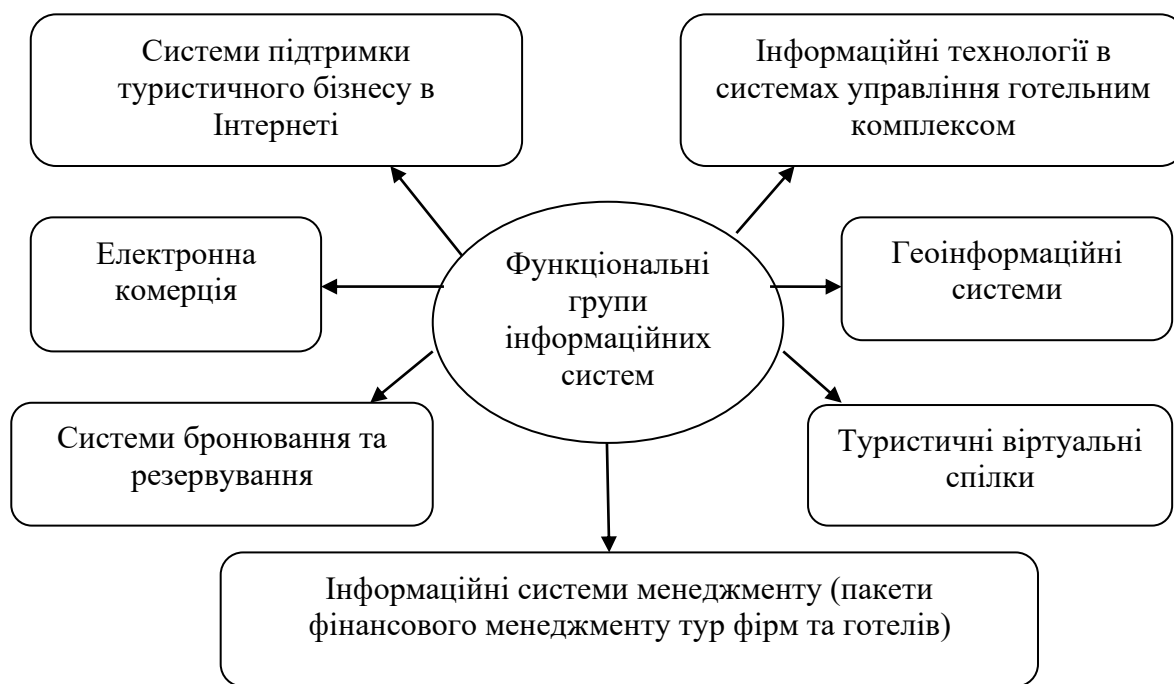


Рис. 1.1. Функціональні групи інформаційних систем, які використовуються в туризмі

Джерело: складено автором на основі [16, с. 16]

В сфері туристичної галузі – збір, обробка, застосування та передавання інформації є важливою складовою в повсякденній діяльності. Основні напрями використання інформаційних технологій в туризмі подані на рис. 1.2.

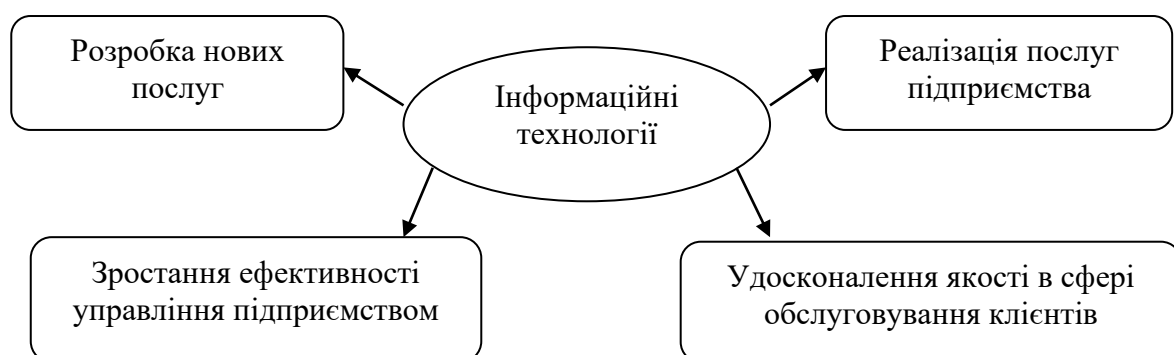


Рис. 1.2. Напрями використання інформаційних технологій в туризмі

Джерело: складено автором на основі [11, с. 54]

Послуги туристичної галузі не можна виставити в пункті продажу, як інші виробничі та споживчі товари. Послуги туристичної галузі, купують

заздалегідь та далеко від місця споживання. Таким чином, підприємства туристичної галузі на ринку є повністю залежними від фотозображень, комунікації та передачі інформації. На рис. 1.3 подано інформаційні потоки між учасниками туристичної індустрії.

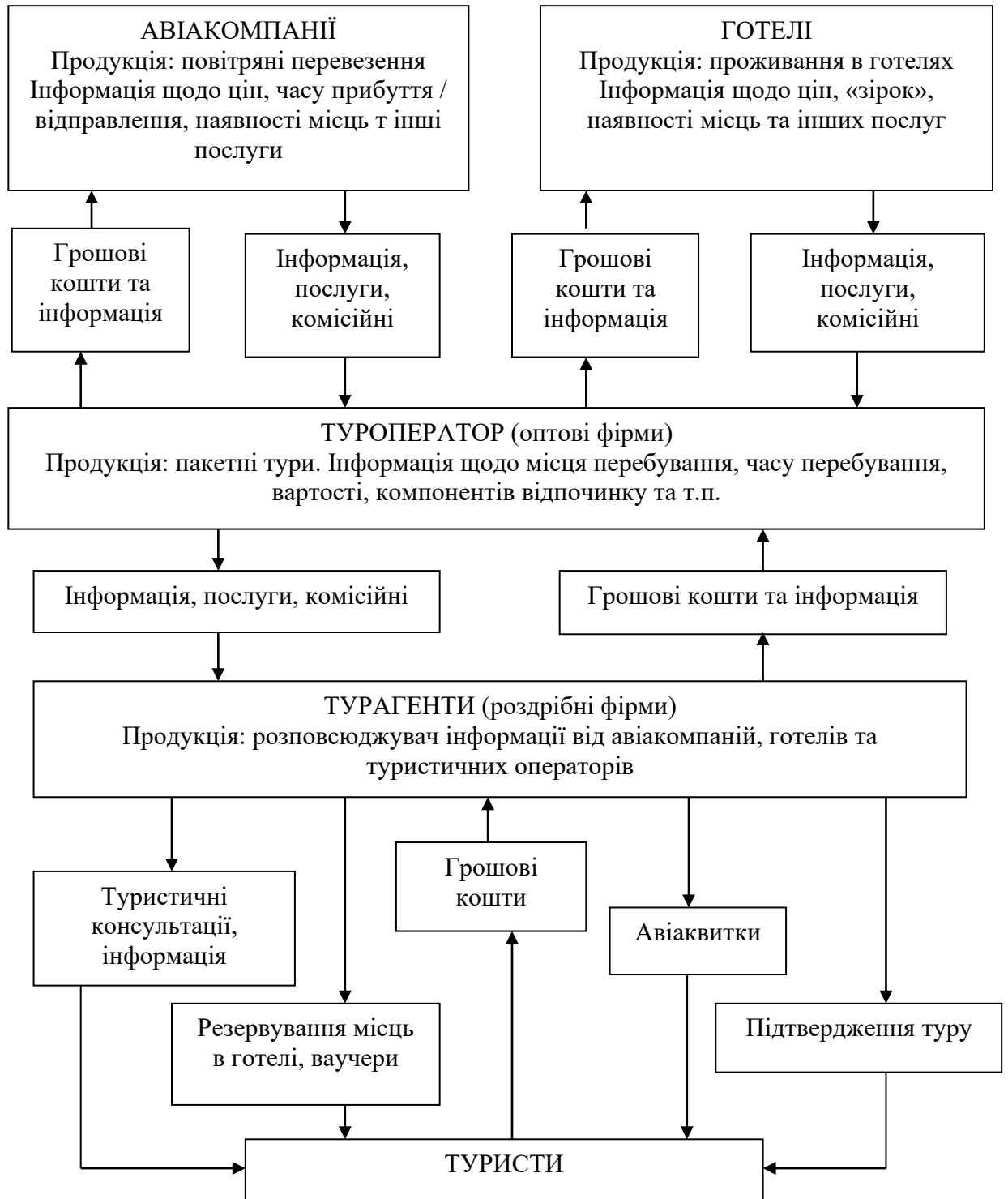


Рис. 1.3 Інформаційні потоки між учасниками туристичної індустрії

Джерело: складено автором на основі [27]

Інформаційні системи та технології в туристичній сфері – це центр зв'язку, який утримує різних виробників послуг у межах туристичної індустрії. Саме інформація, а не товари забезпечують зв'язок між виробниками туристичних послуг.

Різноманітність інформаційних систем та технологій у туристичній індустрії дозволила їх класифікувати за певними ознаками (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація інформаційних систем та технологій, які використовуються в діяльності туристичної індустрії

Класифікаційна ознака	Вид	Коротка характеристика
1	2	3
Системи туристичного призначення	Автоматизовані системи управління в туризмі	Системи управління виробничо-обслуговуючим процесом на туристичних підприємствах. Функціональні можливості цих систем повинні забезпечувати ввід, редагування та зберігання інформації про тури, готелі, клієнтів, стан замовлень та т.п.
	Комп'ютерні системи бронювання	Міжнародні системи бронювання. Найбільш відомі з них глобальні дистриб'юторські системи: Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan. Передбачають бронювання не лише авіаквитків, але і номерів готелів, круїзів, прокат авто та т.п.
Глобальні системи загального призначення	Глобальна комп'ютерна мережа Інтернет	Всесвітня система зберігання та передачі інформації, з'єднує комп'ютерні мережі різних рівнів
	Супутникова системи навігації	Комплексна електронно-технічна система, яка складається із сукупності наземного та космічного обладнання, призначені для визначення місцезнаходження (GPS, ГЛОНАСС)
	Телефонна мережа	Система комунікаційних вузлів, телефонних станцій, ліній та каналів телефонної мережі
	Електронні платіжні системи	Системи розрахунку між фінансовими організаціями, бізнес-організаціями та Інтернет-користувачами при купівлі-продажу товарів та різних послуг через Інтернет
Системи управління загального призначення	Системи управління взаємовідносинами з клієнтами	CRM – призначені для автоматизації бізнес-процесів підприємства, які пов'язані із обслуговуванням клієнтів
	Системи електронного документообігу	Організаційно-технічні системи, які забезпечують процес створення, управління доступом та розповсюдженням електронних документів в комп'ютерних мережах

Продовження табл. 1.1

1	2	3
	Системи електронного бізнесу	Системи для здійснення основних бізнес-процесів на основі сучасних Інтернет-технологій, які інтегровані з інформаційними системами підприємства
Допоміжні системи	Системи офісного призначення	Програмні продукти для виконання загальних завдань користувачів, які не мають предметного орієнтування, але дозволяють частково автоматизувати повсякденну роботу туристичного підприємства
	Інформаційно-правові системи	Системи зберігання достовірної правової інформації з ефективними пошуковими та аналітичними можливостями для широкого кола спеціалістів. Вони забезпечують швидкий доступ до правової інформації та надають можливість оперативної роботи
	Системи мультимедіа	Інтерактивні комп'ютерні розробки, до складу яких можуть входити музикальне супроводження, відеокліпи, анімація, галереї картин та слайдів, різні бази даних. Серед основних напрямів використання цих систем в сфері туризму є створення електронних довідників, каталогів, туристичних путівників, рекламних роликів тощо
	Геопросторові системи	Системи надання узгоджень просторової та атрибутивної інформації, яка має відношення до об'єктів. Їх використання відноситься до перспективних напрямків в туристично-рекреаційному проектуванні та освоєнні територій

Джерело: складено автором на основі [13, с. 14-18]

Туризм сьогодні – це глобальний комп'ютеризований бізнес, в якому приймають участь великі транс-перевізники, готельні мережі, туристичні корпорації з усього світу. Завдяки використанню інформаційних систем та технологій сучасні туристичні послуги стають більш гнучкими та індивідуальними, більш привабливими та доступними для широкого кола споживачів.

Сучасні комп'ютерні технології активно впроваджуються в діяльність та сферу управління туристичних підприємств, а їх використання стає невід'ємною умовою підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства. Інформаційні системи та технологій використовуються з різним

ступенем активності та мають неоднакове розповсюдження, а їх вплив відчувається на різних стадіях створення та просування туристичного продукту. На рис. 1.4 зображено основні напрямки впливу сучасних інформаційних систем та технологій на туристичну галузь.



Рис. 1.4. Вплив інформаційних систем та технологій на розвиток підприємств туристичної галузі

Джерело: складено автором на основі 2[5, с. 14]

Отже, найбільший вплив використання інформаційних систем та технологій здійснюється на просування туристичного продукту, а саме його розповсюдження та продаж.

Важливим елементом в діяльності туристичних підприємств на сьогодні є наявність інформації про них та їх послуги у глобальній мережі Інтернет, який пропонує їм наступні інформаційні туристичні ресурси (рис.1.5).

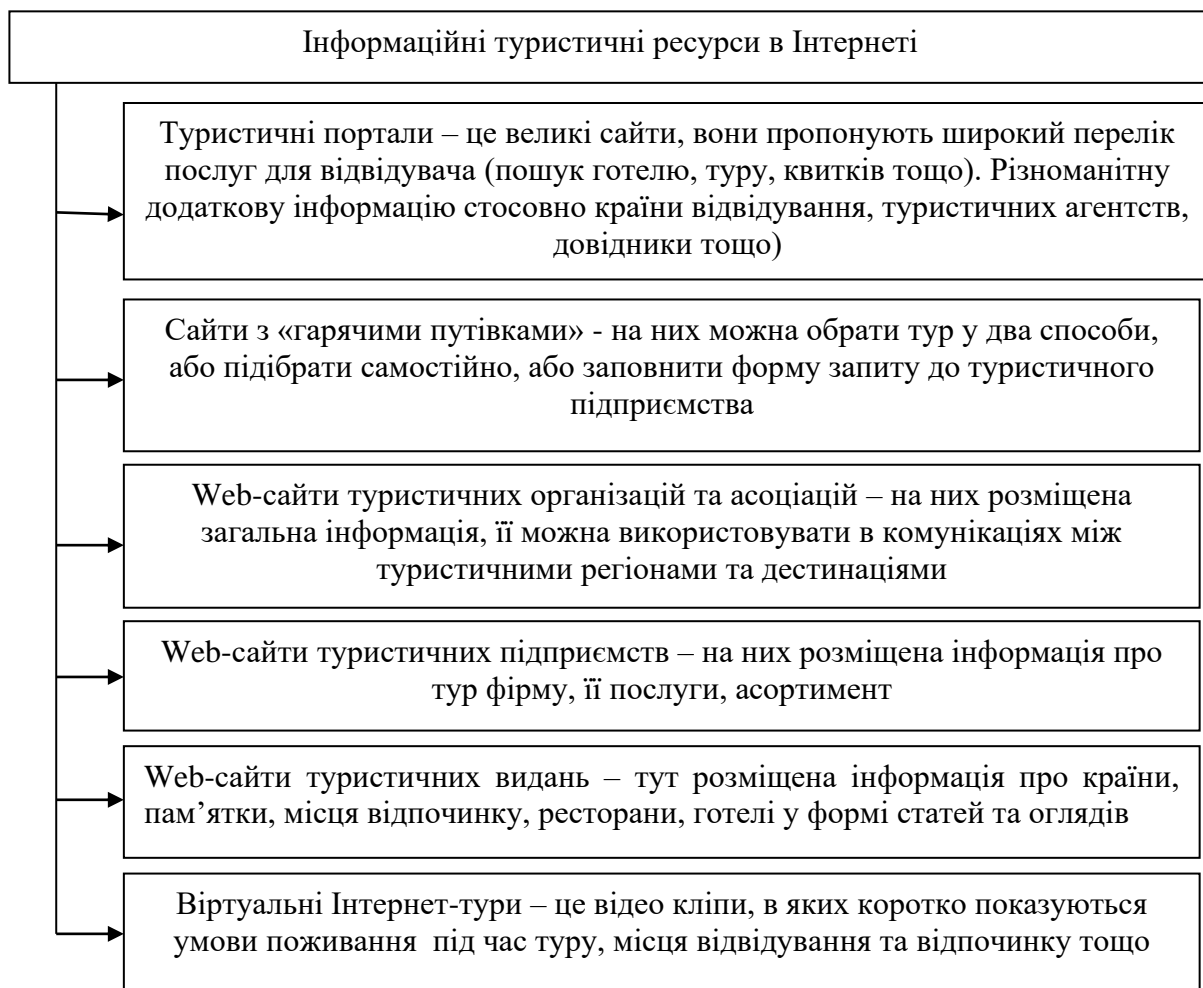


Рис. 1.5. Види туристичних ресурсів в мережі Інтернет

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Туристична галузь більше ніж інші галузі має зв'язок з інформацією, щодо даних про тури, які пропонуються, туроператорів, послугах, умовах проживання, переміщенні, оздоровлення та т.п. Таким чином розвиток інформаційних технологій в туризмі є першочерговим завданням підприємств туристичної галузі.

1.2. Світовий досвід використання інформаційних систем та технологій в управлінській діяльності підприємств туристичної сфери

Процес комп'ютеризації індустрії гостинності, почався пізніше ніж у інших сферах економіки. Багато галузей використовували інформаційні технології та системи у своїй діяльності вже у 60-х роках ХХ ст., готельне господарство широко не використовувало можливості автоматизації до початку 70-х років ХХ ст. [1]. Впровадження інформаційних систем та технологій в туристичну індустрію проходило в декілька етапів (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Етапи впровадження інформаційних систем та технологій в туристичній індустрії

Джерело: складено автором на основі [27]

Комп'ютерні системи резервування CRS (Computer Reservation System) з'явилися в середині 60-х років XX ст., дозволили скоротити процес резервування авіаквитків та здійснювати це в режимі реального часу. Завдяки їх використанню підвищилась якість сервісних послуг за рахунок зменшення часу обслуговування клієнтів, збільшенню об'ємів та різноманітності пропонованих послуг, також це дозволило забезпечити оптимізацію завантаження авіалайнерів, реалізації стратегії гнучкого ціноутворення, застосування управлінських методів та т.п. [16, с. 18].

На початку 90-х років XX ст. почалось стрімке входження інформаційних систем та технологій в готельне господарство, дещо пізніше вони почали впроваджуватися у діяльність туристичних підприємств. На сьогодні, майже 98% закордонних підприємств туристичної галузі використовують глобальні системи бронювання. За прогнозами експертів, глобальний ринок систем онлайн-бронювання буде зростати на 5,5% у рік протягом наступних 5-ти років. Очікується, що світовий ринок глобальних систем розподілу сягне 14,5 \$ млрд. у 2027 році [39].

Наразі формування туристичного продукту передбачає використання глобальних розподільчих систем GDS (Global Distribution System) – ці системи дозволяють забезпечити швидке та зручне бронювання квитків на транспорті, резервування місць в готелях, взяти на прокат авто, обміняти валюту, замовити квитки на розважальні та спортивні заходи тощо. До основних глобальних систем належать наступні (рис. 1.7).

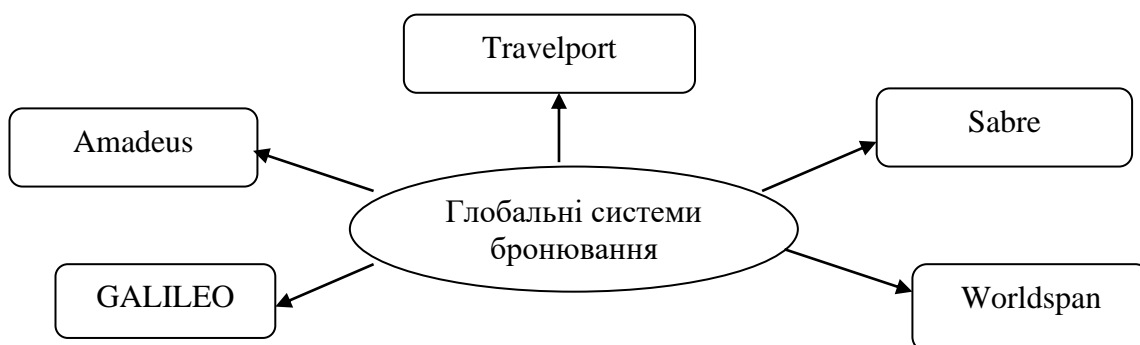


Рис. 1.7. Основні глобальні системи бронювання в світі

Джерело: складено автором

Amadeus – є наймолодшою, але найбільш популярною комп'ютерною системою бронювання авіаперевезень у світі. Розроблена система була у 1987 році, повноцінно функціонувати почала із 1992 р. На сьогодні, завдяки використанню Amadeus можна забронювати не лише квиток на літак, але і замовити тур, круїз, номер в готелі, орендувати авто. Наразі систему Amadeus використовують:

- більше 104,0 тис. туристичних агентств;
- 36,0 тис. представників різних авіакомпаній для бронювання та продажу квитків;
- 134 авіакомпанії – для зберігання та управління ресурсами (розклад, тарифи, рейси);
- 488 авіакомпаній для бронювання квитків;
- 784 авіакомпанії надають доступ, щодо інформації про рейси та квитки;
- 85715 готелів пропонують бронювання номерів;
- 26 компаній пропонують прокат авто;
- 20 компаній пропонують бронювання круїзів у всьому світі.

Кожного дня в центрі компанії проходить більше мільярду транзакцій та відбувається до трьох мільйонів бронювань. Штаб квартира компанії знаходиться в Мадриді, Іспанія. Також, компанія має центр по розвитку систем у Франції, та технологічний центр по обробці всієї інформації у Німеччині [26].

GALILEO – це цілий комплекс підсистем, кожна з яких призначена для виконання завдання отримання повної інформації та забезпечення простого доступу до ресурсів. Компанія була заснована у 1987 р., штаб-квартира знаходиться у Великобританії. Зараз компанія входить в групу компаній Travelport – одну з найбільших американських корпорацій, яка має представництва в усьому світі. Система надає доступ до бронювання авіаквитків в онлайн-режимі туристичним агентствам та компаніям, що спеціалізуються на бізнес-перевезеннях та подорожах.

Система GALILEO встановлена більше ніж у 50,0 тис. агентств з реалізації авіаперевезень та туристичних послуг у 170 країнах світу.

На сьогодні, система GALILEO надає можливість бронювання:

- авіаквитків 43 світових авіакомпаній;
- розміщення в більш ніж 50,0 тис. готелів у всьому світі;
- авто 28 світових компаній;
- послуг 431 туристичної компанії;
- круїзів та паромних переправ 9 круїзних мереж.

Через систему GALILEO здійснюється близько 22% світових операцій щодо продажу квитків [32].

Worldspan – система бронювання з'явилася внаслідок поєднання комп'ютерної системи бронювання PARS європейського відділення американської авіакомпанії TWA та американського авіаперевізника Delta Airlines. Це одна з найпоширеніших систем бронювання в Америці, яка посідає третє місце за популярністю в Європі після Amadeus та Galileo. На сьогодні, системою користуються більше 25,0 тис. туристичних фірм по всьому світу.

Worldspan – це інформаційна систем, яка дозволяє здійснювати резервування на:

- 487 авіакомпаніях;
- у 39,0 тис. готелів;
- у 216 готельних мережах;
- 45 основних фірм прокату.

Також в системі можна забронювати квитки до театру, екскурсійних бюро, та інших підприємств культури [34].

Sabre – це система автоматизованого бронювання, є однією з найбільш у світі. Належить американському холдингу Sabre Travel Network, який спеціалізується на перевезеннях пасажирів та туристичному бізнесі. Виникла система наприкінці 1970-х років. Окрім США 16,0 тис. терміналів Sabre були встановлені в більше ніж 2000 туристичних агентств у 45 країнах світу. Наразі система Sabre об'єднує:

- 350,0 тис. туристичних агентств;
- 400 авіакомпаній;

- 100,0 готелів;
- 25 компаній прокату авто;
- 50 залізничних перевізників;
- 13 круїзних компаній та інші підприємства туристичної індустрії [33].

Travelport Worldwide Ltd – компанія заснована у 2001 році. Вона пропонує використання платформи для торгівлі подорожами, що забезпечує розподіл, технології, платежі, мобільні та інші рішення для глобальної туристичної індустрії. У 2018 році компанія отримала 2454 \$ млн. доходу від платформи туристичної торгівлі, з регіональною часткою 23,0% з Азіатсько-Тихоокеанського регіону, 35,0% з Європи, 5,0% з Латинської Америки та Канади, 13,0% з Близького Сходу та Африки, і 24,0% зі США [30].

Варто також згадати систему Інтернет-бронювання готелів – Booking.com, яка заснована у 1996 р. в Нідерландах. Компанія пропонує мільйонам гостей варіанти дозвілля, транспорті послуги, житло, починаючи від домів та закінчуючи готелями. Це найбільша в світі туристична платформа, яка допомагає власникам об'єктів розміщення залучати гостей з усього світу. Зараз платформа доступна на 43 мовах, а для бронювання доступно більше ніж 28,0 млн. різних засобів розміщення [29].

TripAdvisor – заснований у 2000 році, американський веб-сайт. Користуватися сайтом дуже легко, достатньо набрати назву міста, готелю, пам'ятки або ресторану, щоб отримати пов'язану з ним інформацію. Наразі на сайті можна ознайомитись з інформацією щодо 6,2 млн. закладів та більше ніж 626,0 тис. атракцій. Даний ресурс орієнтований не лише на туристів, але і на підприємців та власників готелів. Послуги надаються користувачам у 45 країнах. Інтерфейс сайту представлений на 51 мові. Щомісяця сайтом користується понад 315,0 млн. користувачів [14].

Загалом, в сучасних умовах різноманітність туристичних Інтернет-сервісів характеризується високим ступенем динамічності, що з одного боку зумовлено цифровими трансформаційними процесами, а з іншого боку групою факторів, які пов'язані із попитом на послуги в сфер туризму. В Додатку Б

подано аналіз відвідування та відгуку клієнтів, та конверсія найбільш популярних Інтернет-сервісів в туризмі.

Автоматизовані системи в готелях – це ще один із напрямів використання інформаційних систем та технологій в сфері туристичної індустрії. Сучасний готель – це складний комплекс функціональних ланок, від злагодженої роботи яких залежить успішність підприємства на ринку.

Автоматизовані системи управління (АСУ) готелем – це спеціальний пакет програм, завдяки яким забезпечується робота персоналу готелю та оперативне прийняття рішень на всіх етапах роботи готелю, від бронювання місць до складання звіту про діяльність готелю [37, с. 89].

На рис. 1.8 подані основні елементи автоматизованої системи управління готелем.

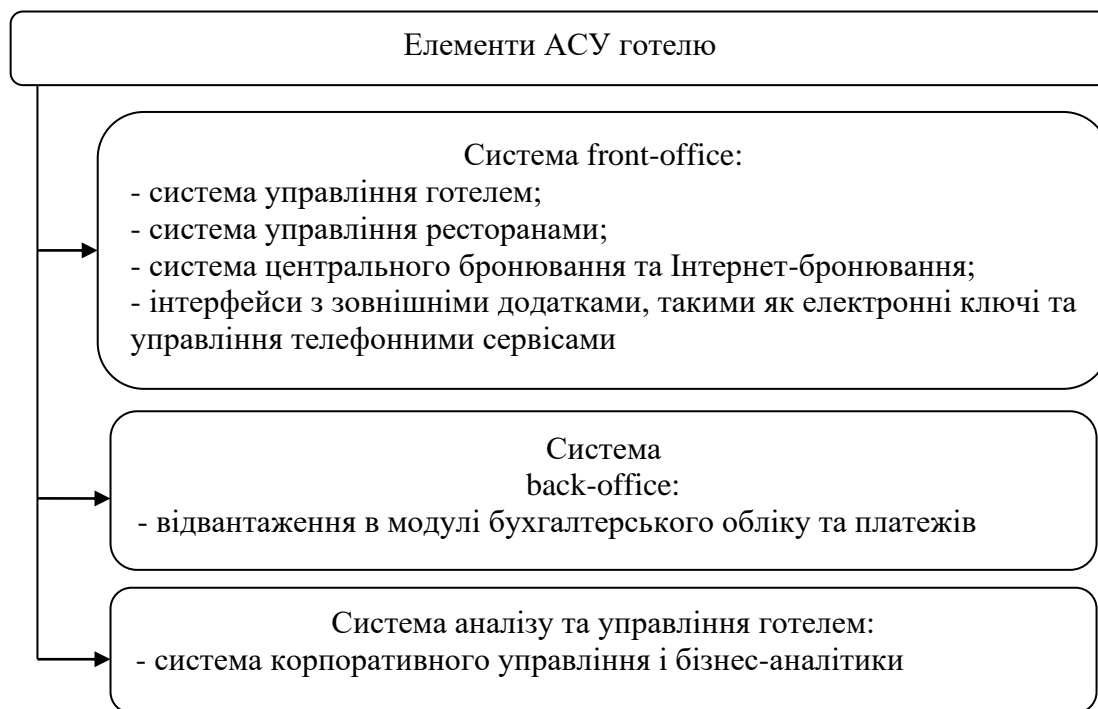


Рис. 1.8. Основні елементи автоматизованої системи управління готелем

Джерело: складено автором на основі [15, с. 129]

За кордоном перші автоматизовані системи управління готелями з'явилися більше 30 років тому. Як відомо родоначальником автоматизації готелів в світі є США. Так, у 1960 р. три великі готельні мережі: Hilton,

InterContinental та Sheraton разом з корпорацією IBM профінансували створення першої системи управління готелем, яка мала назву HIS. Варто зауважити, що даний програмний продукт і досі функціонує в готелях США.

Зараз найбільш популярними системами на ринку є західні системи: «Micros Fidelio», «Lodging Touch LIBICA», Hospitality Enterprise Resource Planning «Senium», Epitome PMS, Amadeus PMS, OPERA; модулі корпоративних систем Галактика и Парус [2, с. 78].

Корпорація «MAI/Hotel Information Systems» (США) - розробник системи «Lodging Touch». Головний офіс компанії розташований в м. Ірвіні, штат Каліфорнія (США), регіональні офіси знаходяться в Канаді, Великобританії, Гонконгу, Сінгапурі та Мексиці. У компанії досить розгалужена дистриб'юторська мережа по всьому світу. Система «Lodging Touch LIBICA» пропонує оптимальне вирішення задач автоматизації готелю, готельного комплексу чи групи готелів. Система є простою у використанні. Гнучко налаштовується відповідно до технології роботи, яка прийнята в готелі. Працівники компанії є досвідченими фахівцями, які допомагають у впровадженні програми та супроводі, під час роботи. Програма має зручний та зрозумілий інтерфейс [36].

На сьогодні, система «Lodging Touch LIBICA» використовується в сотнях готелів по всьому світу, включаючи такі відомі мережі, як «Choice Hotels», «Holiday Inn», «Orbital Express», «Gruppo Sol» та ін. [36].

Ще однією досить популярною програмою автоматизації системи управління готелями є система «Fidelio» від компанії «Micros-Fidelio».

Компанія пропонує різні програмні продукти управління готелем: системи управління готельним комплексом; система управління комерційним відділом; система управління інженерними службами; система управління складами; система звукового та відео контролю; система безготівкових платежів та клубного обліку; система автоматизованих міні-барів; система управління фінансово-господарської діяльністю. Всі програми працюють, як єдина система, яка інтегрується в роботу готелю [18].

Наразі автоматизована система управління «Fidelio» від компанії «Microsoft-Fidelio» є корпоративним стандартом для 70 найбільших міжнародних ланцюгів, що охоплюють 8500 готелів у 107 країнах [18].

Згідно проведених компанією Microsoft досліджень, в найближчі п'ять років приблизно 60-70% готелів на Заході придбають та впровадять нову систему управління не дивлячись на її значну ціну [2, с. 79].

Отже, більшість підприємств в туристичній галузі в світі, на сьогодні в своїй роботі використовують інформаційні системи та технології, які дозволяють спростити, пришвидшити, удосконалити та зробити більш ефективною роботу підприємства.

1.3. Сучасний стан використання інформаційних систем та технологій на підприємствах туристичної сфери в Україні

Використання інформаційних систем та технологій на підприємствах туристичної галузі в Україні почалося із 90-х років ХХ ст. Саме тоді Інтернет почав перетворюватися на глобальний інформаційний простір. Серед програм, які використовуються вітчизняними підприємствами туристичної галузі в першу чергу є програми, які пропонують спеціалізовані програмні продукти та спрямовані на вирішення завдань управління.

В готельній сфері наразі існує більше десятка продуктів автоматизованої системи управління готелями від різних компаній, більшість з яких є зарубіжними (OPERA, Fidelio, Epitome Servio, R-Keeper, InStyle, Інтероль, Едельвейс), проте є і українські розробки (ProHotel, SuperHotel, B52 та інші).

Більшість зарубіжних компаній, мають своїх дистриб'юторів в Україні, які в свою чергу є і інсталяторами програми в готелях. Варто зауважити, що в основному всі програми забезпечують ведення обліку у відповідності до вітчизняного законодавства – що реалізується завдяки інтеграції із бухгалтерською системою, зазвичай це програми сімейства «1С». Наступна

відмінність від західних готелів – автоматизована система управління в українських готелях має дозволяти заселення гостей не лише за номерами, а і за ліжко-місцями. Варто також зауважити, що західні системи дають більшу свободу в роботі своїм співробітникам в прийнятті рішень, що не скажеш про українські програмні продукти, до яких висуваються вимоги в обмеженні свободи дій персоналу. В табл. 1.2 подано аналіз автоматизованих систем управління готелями в Україні.

Таблиця 1.2

Автоматизовані системи управління готелями, які використовуються в Україні

Продукт	Виробник	Інсталювальники та дистриб'ютори в Україні	Приклади клієнтів в Україні	Основні споживачі
1	2	3	4	5
Fidelio	MICROS-Fidelio (США)	HRS	Апарат-готель «Шале-Рояль» (Трускавець)	Готелі від трьох до п'яти зірок
OPERA	MICROS-Fidelio (США)	HRS	«Вілла Амбасадор» (Трускавець), «Інтерконтінентал ь Київ» (Київ)	Мережеві готелі
Epitome PMS	SoftBrand (США)	Libra Hospitality	«Прем'єр-Палас» (Київ)	Готелі від трьох до п'яти зірок, мережеві готелі
Готель-2.3	Інтеротель (РФ)	Інтеротель	Дані відсутні	Готелі від двох до п'яти зірок
Едельвейс	Рексофт (РФ)	UCL	Готель «Спорт» (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок
B52 Отель	Студія ПЛЮС (Україна)	Аль-ТАБ (Київ) Ректа (Мукачеве)	«Бізнес-готель «Контіненталь» (Одеса), Примор'є (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок
Servio HMS	НКТ (РФ)	Експерт Солюшен	«Джоконда» (Одеса), «Опера» (Львів)	Готелі від двох до чотирьох зірок
ProHotel, SimpleHotel	Топ Поінт АйТи (Україна)	Топ Поінт АйТи і партнери-інтегратори	«Сезони СПА» (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок
Shelter	UCS (РФ)	UCL	Дані відсутні	Готелі від двох до чотирьох зірок
SuperHotel	Альтінет (Україна)	Альтінет	Пансіонат «Рута»(Затока)	Готелі від двох до чотирьох зірок

Продовження табл. 1.2

1	2	3	4	5
Intellect Style	ККС	Hello!, Юніком, Ютіс та ін.	Готель «Київ» (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок
GS:Управління готелем	Глобал Софт	Глобал Софт	Готель «Дружба» (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок
1С: Підприємство 8. Готель	1С	Компанії 1С: Франчайзи	Дані відсутні	Готелі від двох до чотирьох зірок
1С-Parus	1С-Parus	Глобал Софт, Центр бізнес-технологій та ін.	Дані відсутні	Готелі від двох до чотирьох зірок
SmartHotel	Смарт Лаб	Смарт Лаб	Готель «Казацький» (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок

Джерело: [22, с. 50]

На рис. 1.9 подана структура автоматизованих систем управління готелями, які використовуються в Україні, станом на 2017 рік.

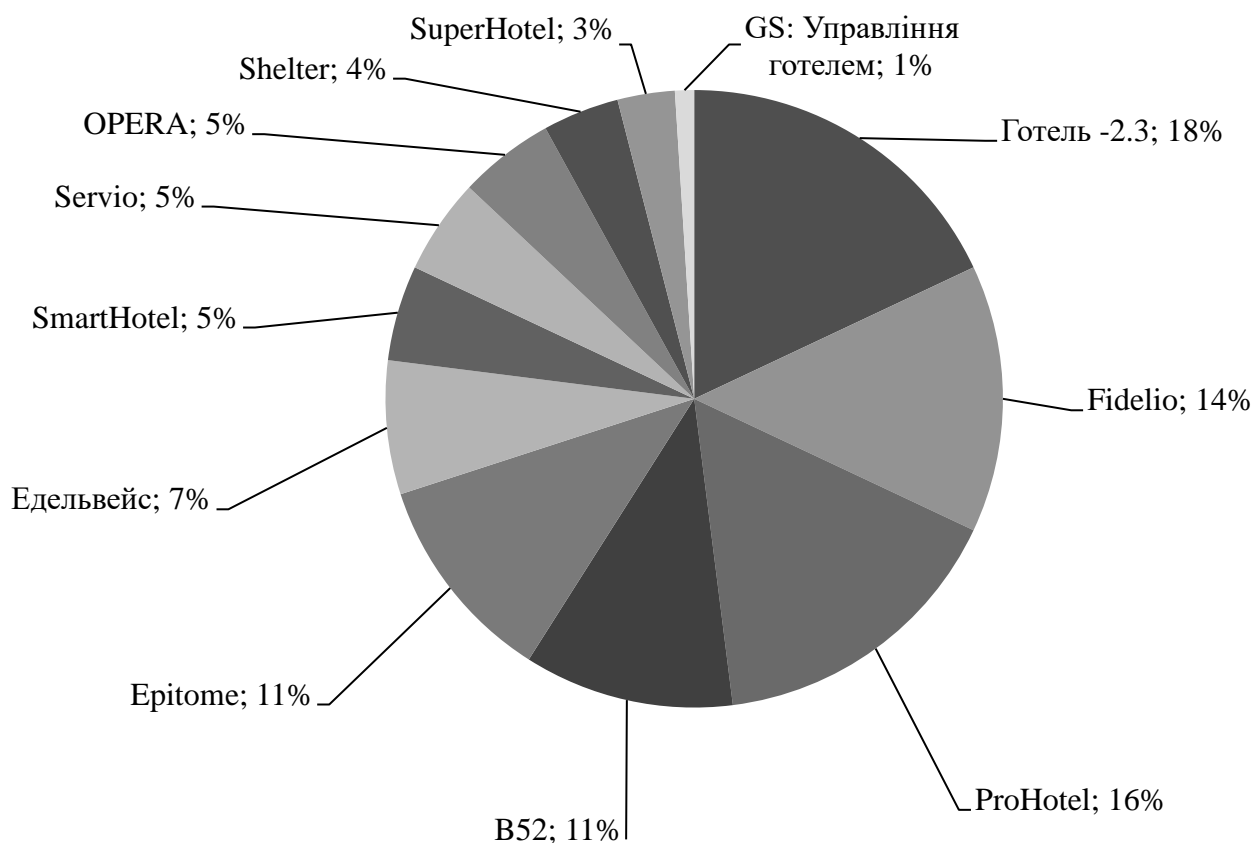


Рис. 1.9. Структура встановлених автоматизованих систем управління готелем в Україні, (%)

Джерело: [22, с. 50]

Як видно з рис. 1.9, найбільшу популярність серед готелів має система Отель-2.3, її використовують 18% готелів в Україні.

Огляд торгових марок, що присутні в Україні, варто почати з готельних систем OPERA та Fidelio від компанії «MICROS-Fidelio». Впровадженням цих програмних продуктів в Україні займається регіональне представництво компанії HRS – її офіс у Києві було відкрито у 2004 році [22, с. 51].

Система Fidelio позиціонується як рішення для всіх типів готелів: мережових та незалежних, замських клубів, мотелів та бізнес-готелів. Fidelio v8 призначена для вирішення різних завдань: від продажів, бронювання, розміщення гостей та організації конференцій та банкетів до надання даних для фінансового контролю та управлінського обліку діяльності підприємства [22, с. 51].

OPERA PMS v5 дозволяє спостити управління мережевими готелями. Система централізованого бронювання дає змогу контролювати доступність номерів усіх готелів, що входять в мережу, і здійснювати замовлення одразу в декількох з них. Варто згадати і модуль оптимізації доходів, що відповідає за управління тарифами, та інтелектуальний модуль OPERA Business Intelligence System, який забезпечує аналіз та візуальне представлення основних показників роботи готелю. Завдяки системі управління якістю обслуговування контролюється стан номерів. Наразі система OPERA підтримує більше 950 інтерфейсів з різними зовнішніми системами [22, с. 52].

Система управління готелем Eritome PMS є продуктом компанії SoftBrands. Впровадженням системи в Україні займається міжнародна компанія Libra Hospitality. Система Eritome PMS побудована за модульним принципом і позиціонується як продукт для готелів будь-якого типу, категорії та розміру – від невеликих готелів до великих готельних комплексів та мереж.

Зараз в Україні системою користуються незалежні готелі, санаторії, курорти, а також готельні мережі. Система Eritome PMS введено приблизно в 30 українських готелях і курортних комплексах – серед яких готелі «Прем'єр

Палас» та «Дніпро» (Київ), «Дністер» (Львів), бізнес-готель «Аврора» (Харків), курортний комплекс «Ріксос-Прикарпаття» (Трускавець) тощо [22, с. 52].

Система «Інтеротель» - представництво в Україні відкрилося у 2000 році. Готельна система від компанії називається «Готель-2.3», розрахована вона на готелі від двох до п'яти зірок. Вона має стандартний набір модулів («Портъє», «Каса», «Бронь», «Господарські служби», «Звіти» та ін.) [22, с. 53].

Програма «Едельвейс» від компанії «Рексофт». Представником в Україні є ТОВ «Альфа-ЮСіЕль» (UCL), яке здійснює інсталяції. Система «Едельвейс» підтримує близько 50 інтерфейсів із суміжними системами. В Україні система впроваджується в основному у три- і чотиризіркові готелі [22, с. 53].

Система Servio HMS розроблена російською компанією «НКТ», система спочатку вона була написана на замовлення мережі готелів «Рей-Карц». Партнер в Україні компанія «Експерт Солюшен». В Україні система використовується у тризіркових та чотиризіркових готелях, та в мережевих готелях [22, с. 54].

Система Shelter від компанії UCS. В Україні оцінюється приблизно десятком об'єктів; встановлюють її на додаток до R-Keeper [22, с. 54].

Система Intellect Style (InStyle) – розробка компанії «ККС». В Україні перший проект було реалізовано у 2010 році. На українському ринку компанію із 2011 року представляють партнери-інтегратори [22, с. 54].

Українська система ProHotel – розроблена у 2002 році компанією «Топ Поїнт АйТі». На сьогодні, це сімейство продуктів для готелів, фітнес-залів, саун, салонів краси і т.д. Але відсутнє рішення для ресторану [22, с. 54].

Існує також спрощена версія SimpleHotel, призначена для готелів до 15 номерів. У ній не передбачені автоматизація ресторану (у таких маленьких готелях взагалі може бути точки харчування) і групове бронювання. В Україні системи ProHotel і SimpleHotel встановлюються у трьох та чотирьох зіркових готелях і пансіонатах [22, с. 54].

Ще одна українська розробка система B52 – від одеської компанії «Студія ПЛЮС». Встановлена приблизно в 30 готелях, готелях та туристичних

комплексах. Можливості програми в частині бронювання, поселення, господарської служби і т.д. в основному такі ж, що й у інших подібних продуктів [22, с. 55].

Система автоматизації готельно-ресторанного господарства SuperHotel, була розроблена під «Євро-2012» компанією «Альтінет». HMS інтегрована із системою контролю доступу, призначеною для керування послугами автостоянки та харчування [22, с. 55].

Українська компанія «Глобал Софт», що має статус «1С:Франчайзі» на основі «1С:Підприємство 7.7» розробила власну програму «GS :Управління готелем». До складу програми входить модуль управління рестораном.

У 2010 році з'явилися два нових продукти на базі восьмої версії програми «1С:Підприємство»: «1С:Підприємство 8. Готель» («1С: Готель») та «1С-Парус:Управління готелем».

Українські розробник «Смарт Лаб» розробив на основі «1С» - систему «SmartHotel» у двох варіаціях, одна яких інтегрована з ресторанною системою [22, с. 57].

Отже, українські готелі мають достатній досвід та широкий вибір автоматизованих систем управління готелем.

Українські туристичні підприємства мають теж, широкий вибір програмних продуктів для управління підприємством. Одним з найбільш використовуваних в роботі туристичними підприємствами спеціалізованим продуктом є CRM (Customer Relationship Management) – системи. Завдяки системі відбувається збір та обробка інформації про клієнтів, для подальшого його обслуговування на основі його вимог та вподобань, що підвищує ймовірність придбання туристичних послуг. Серед переваг даної системи є:

- утримання клієнтів та формування у них лояльного відношення до туристичного підприємства та його послуг;
- збільшення кількості замовлень та залучення нових клієнтів, що в свою чергу сприяє зростанню прибутку та зменшенню витрат туристичного підприємства.

Основні програмні продукти, які наразі використовують туристичні підприємства в Україні подані в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Автоматизовані системи управління, що використовуються українськими туристичними підприємствами

Назва продукту	Коротка характеристика
«Парус-туристичне підприємство»	Автоматизуються бізнес-процесів туристичного підприємства. Дозволяє систематизувати ведення продажів, ефективного маркетингу, якісного обслуговування клієнтів та управління роботою персоналу.
«ТітБіт»	Спеціальний комплекс програмних продуктів для туристичного бізнесу. Пропонує базові програми та системи онлайн-бронювання Базові програми: - Titbit Full «Бек-офіс» - має набір функцій для автоматизації всіх технологічних процесів діяльності туристичного підприємства. До програми може бути підключена будь-яка система бронювання від компанії; - Titbit Prices «Розрахунок цін» - це бюджетна версія програми «Бек-офіс», вона автоматизує розрахунок цін туристичних пакетів. Системи онлайн-бронювання: - My Online – полегшена версія системи бронювання; - Tibet – повнофункціональна система бронювання туристичного оператора
«Само-тур»	Комплексна система автоматизації туристичного оператора. Програма є єдиною платформою для рішення абсолютно всіх завдань компанії: - створення та управління продуктом; - управління замовленнями; - оптимізація онлайн-продажів. Додаткові модуля програми: - система онлайн-бронювання для САМО-тур (B2B); - система для онлайн-бронювання для САМО-тур (B2C)
«САМ СЕБЕ ТУР»	Програма для автоматизації туристичних агентств, туристичних фірм, тур бюро, туркомпаній та представників туристичних операторів. Допомогає впорядкувати роботу підприємства, оптимізувати процеси оформлення документів, спрощує здійснення розрахунків з клієнтами.

Джерело: складено автором на основі [1; 19; 31; 35;]

Всі зазначені програми в табл. 1.3 мають, як свої переваги, так і недоліки та обираються кожним туристичним підприємством в залежності від необхідних в роботі функцій.

Сучасні комп'ютерні технології активно впроваджуються в роботу туристичних підприємств в Україні, їх використання стає невід'ємною умовою для підвищення конкурентоспроможності будь-якого туристичного

підприємства. У табл. 1.4 подано напрями впливу інформаційних систем та технологій на конкурентоспроможність українських підприємств туристичної галузі.

Таблиця 1.4

Напрями впливу інформаційних систем та технологій на конкурентоспроможність українських підприємств туристичної сфери

Сфера впливу	Напрямок впливу	Технологія, яка використовується
Створення туристичного продукту	Прискорення процедури створення нового туристичного продукту	GDS та інші системи бронювання, Інтернет
Просування туристичного продукту	Поява принципово нових способів та технологій просування в туризмі	Інтернет, вебінари, мультимедійні технології, соціальні мережі, таргетована реклама GDS
Маркетинг	Формування нових маркетингових каналів збуту туристичного продукту	Інтернет, системи бронювання, електронна комерція, соціальні мережі
Менеджмент	Удосконалення технологій управління підприємствами туристичної індустрії	Спеціалізовані програмні продукти менеджменту підприємств індустрії

Джерело: складено автором на основі [12, с. 249]

У підсумку, можна сказати, що підприємства туристичної галузі в Україні, активно використовують інформаційні системи та технології для покращення діяльності своєї роботи. На Українському ринку представлений широкий спектр автоматизованих систем управління діяльністю підприємств туристичної галузі.

Висновки до розділу 1

На сьогодні, ефективність роботи будь-якого підприємства туристичної галузі залежить від використанням ним інформаційних систем та технологій.

Виокремлюють наступні функціональні групи інформаційних систем та технологій в сфері туризму: системи підтримки туристичного бізнесу в Інтернеті; електронна комерція; системи бронювання та резервування;

інформаційні системи менеджменту; інформаційні технології в системах управління готельним комплексом; геоінформаційні системи; туристичні віртуальні спілки. Завдяки використанню інформаційних систем та технологій в сфері туризму утворюється можливість розробити нові послуги, збільшити ефективність управління підприємством, удосконалити якість в сфері обслуговування клієнтів та реалізовувати послуги підприємства.

Всі інформаційні системи та технології класифікують за такими ознаками: системи туристичного призначення; глобальні системи; системи управління загального призначення та допоміжні системи.

В світі впровадження інформаційних систем та технологій в роботу підприємств туристичної галузі проходило в чотири етапи. На сьогодні, майже 98% туристичних підприємств світу використовують глобальні системи бронювання, серед яких основними є: Amadeus, TravelPort, Galileo, Worldspan, Sabre. Перші автоматизовані системи управління в готелях в світі почали впроваджувати більше ніж 30 років тому. Наразі майже всі готелі від двох до п'яти зірок використовують будь-яку автоматизовану систему управління готелем. Найбільш популярними в світі є: «Micros Fidelio», «Lodging Touch LIBICA», Hospitality Enterprise Resource Planning «Cenium», Epitome PMS, Amadeus PMS, OPERA; модулі корпоративних систем Галактика и Парус.

В Україні впровадження інформаційних систем та технологій в сфері туристичного бізнесу почалося на початку 90-х років ХХ ст. Наразі для автоматизації своєї роботи готелі можуть обрати автоматизовану систему управління серед десятків представлених на ринку. Найбільшого використання серед вітчизняних готелів набула система «Готель-2.3».

Туристичні оператори та туристичні фірми мають теж широкий вибір програмних продуктів для покращення своєї роботи, найбільш популярними серед вітчизняних туристичних підприємств є такі програмні продукти, як: «Парус-туристичне підприємство»; «ТітБіт»; «Само-тур» та «САМ СЕБЕ ТУР».

РОЗДІЛ 2

АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «НЕМО»

2.1. Загальна організаційна характеристика готелю «Немо»

Готель «Немо» входить у склад підприємств, що належать компанії ТОВ «Дельфінарії «Немо».

ТОВ «Дельфінарії «Немо» зареєстровано 13.10.2011 року.

Юридична адреса: 65027, Одеська область, м. Одеса, вул. Катеринська, будинок 78.

Керівник ТОВ «Дельфінарії «Немо» - Оберемок Сергій Петрович.

Розмір власного капіталу: 1000,00 грн.

Повна назва компанії: Товариство з обмеженою відповідальністю «Дельфінарії «Немо».

Форма власності: недержавна власність.

Види діяльності ТОВ «Дельфінарії «Немо» за КВЕД подані в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Види діяльності ТОВ «Дельфінарії «Немо» за КВЕД

Вид діяльності	Вид діяльності за КВЕД
Основний вид	55.10. Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування
Інші види	86.90. Інша діяльність у сфері охорони здоров'я
	90.01. Театральна та концертна діяльність
	90.04. Функціонування театральних і концертних залів
	93.29. Організування інших видів відпочинку та розваг
	68.10. Купівля та продаж власного нерухомого майна
	47.11. Роздрібна торгівля неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами
	56.10. Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування
	68.20. надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна
	73.20. Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки
	79.90. Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність
	82.30. Організування конгресів і торговельних виставок
	93.12. Діяльність спортивних клубів
	93.13. Діяльність фітнес-центрів
	96.04. Діяльність із забезпечення фізичного комфорту

Джерело: складено автором на основі [41]

Готель «Немо» - 5-ти зірковий готель, розташований в історичному центрі міста Одеса, поряд з парком культури та відпочинку, біля пляжу Ланжерон. Вдале місце розташування та високій рівень обслуговування роблять готель «Немо» одним з найпопулярніших готелів в Одесі.

Номерної фонд готелю становить 180 комфортабельних номерів різних категорій (рис. 2.1).

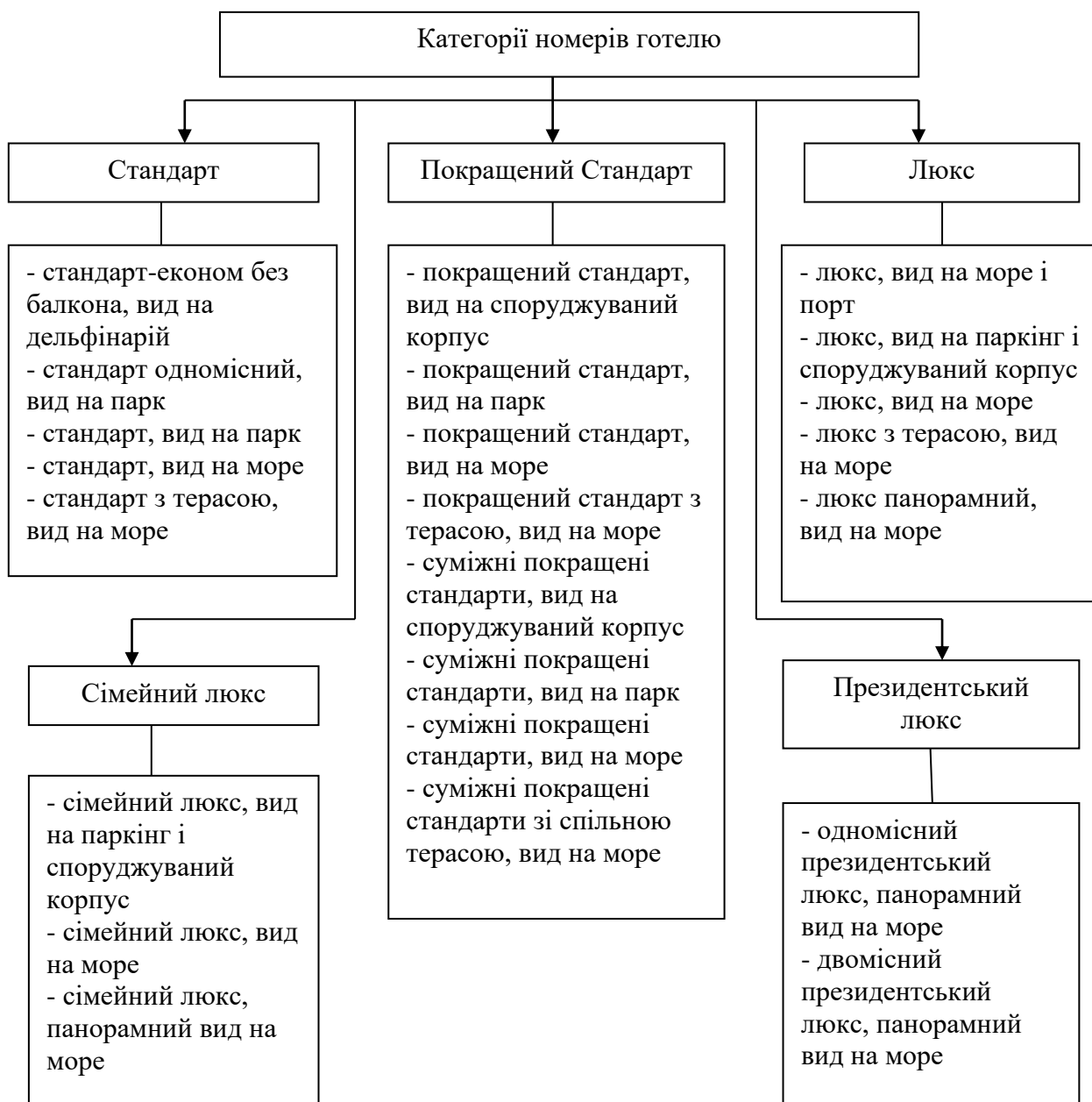


Рис. 2.1. Категорії номерів готелю «Немо»

Джерело: складено автором на основі [8]

Як видно з рис. 2.1 готель «Немо» пропонує широкий вибір номерів, різних категорій. У табл. 2.2. подано площі номерів готелю та вартість проживання на 1 гостя.

Таблиця 2.2

Площа та вартість номерів готелю «Немо»

Категорія	Площа, м ²	Ціна, грн. (із 01.05.2022 до 31.08.2022)
Стандарт-економ без балкона, вид на дельфінарій	17,0	від 3700 до 7700
Стандарт одномісний, вид на парк	16,0	від 4200 до 7500
Стандарт, вид на парк	20,0	від 5200 до 8500
Стандарт, вид на море	17,0	від 6400 до 10900
Стандарт з терасою, вид на море	17,0	від 7550 до 12600
Покращений стандарт, вид на споруджуваний корпус	25,0	від 5700 до 9350
Покращений стандарт, вид на парк	25,0	від 5700 до 9350
Покращений стандарт, вид на море	25,0	від 7050 до 12000
Покращений стандарт з терасою, вид на море	17,0	від 8050 до 13200
Суміжні покращені стандарти, вид на споруджуваний корпус	25,0 x 2	від 10300 до 16800
Суміжні покращені стандарти, вид на парк	25,0 x 2	від 10300 до 16800
Суміжні покращені стандарти, вид на море	25,0 x 2	від 12700 до 21600
Суміжні покращені стандарти зі спільною терасою, вид на море	25,0 x 2	від 12700 до 21600
Люкс, вид на море і порт	40,0	від 9600 до 16200
Люкс, вид на паркінг і споруджуваний корпус	35,0	від 7000 до 12500
Люкс, вид на море	40,0	від 8600 до 15000
Люкс з терасою, вид на море	40,0	від 9600 до 16200
Люкс панорамний, вид на море	40,0	від 10100 до 17000
Сімейний люкс, вид на паркінг і споруджуваний корпус	60,0	від 8600 до 15000
Сімейний люкс, вид на море	45,0	від 9600 до 16200
Сімейний люкс, панорамний вид на море	60,0	від 11600 до 19200
Президентський люкс, панорамний вид на море, одномісний / двомісний	80,0	від 15000 до 24000

Джерело: складено автором на основі [8]

Варто зауважити, що вартість номерів в готелі «Немо» залежить від дати розміщення. Розглянемо більш детально категорії номерів готелю «Немо» (рис. 2.2). В якості компліменту від готелю у всіх номерах: кавовий та чайний набори, мінеральна вода. Всім гостям видається набір міні-парфумерії, капці, рушники та халати. Наочне зображення номерів готелю «Немо» подано у Додатку В.

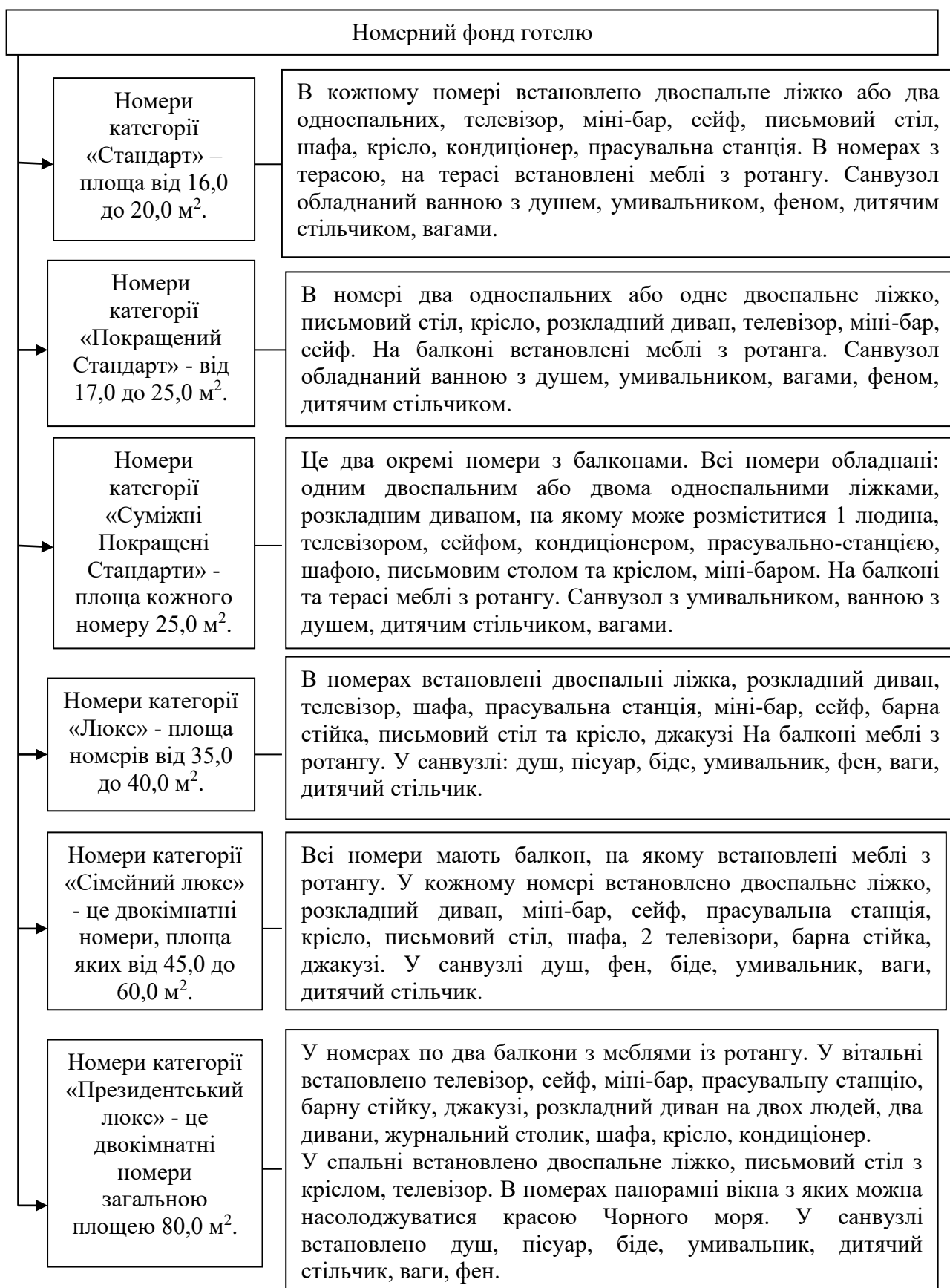


Рис. 2.2. Номерний фонд готелю «Немо»

Джерело: [8]

Варто зауважити, що при заїзді в готель необхідно залишити сек'юрити депозит у розмірі 200 євро за кожен номер. Кожному гостю готелю на рецепції видають браслет на руку, завдяки якому для гостя будуть доступні всі включені в проживання в готелі послуги. Якщо гість втрачає браслет – штраф становить 10 євро. В готелі можна проживати із собаками, але вага яких не перевищує 5 кг., за це нараховується додаткова плата за прибирання номеру у розмірі 100 євро. Палити суворо заборонено в номерах та на території готелю, для цього відведені спеціальні приміщення.

На рис. 2.3 подані додаткові послуги, які входять у вартість проживання в готелі «Немо».



Рис. 2.3. Послуги, які включені у вартість проживання в готелі «Немо»

Джерело: складено автором на основі [8]

Також гостям готелю «Немо» пропонуються ексклюзивні платні послуги у дельфінарії «Немо»:

- шоу «Єдина планета» - за участю дельфінів, морських котиків та морського лева;
- індивідуальне купання з дельфінами;
- романтичне нічне шоу «Love» - яскраве шоу дельфінів та артистів;
- сеанс індивідуального дайвінгу з дельфінами;
- програма для всієї сім'ї «Знайомство з дельфінами»;
- фото з морським левом.

На території готельного комплексу діє також безліч безкоштовних розваг, різні шоу та музичні вечори. Також можна відвідати заняття йогою, бодістрейчингом, аква аеробікою тощо.

Центр масажу та косметології пропонує цілий комплекс послуг унікальних косметологічних та релаксаційних процедур (рис. 2.4).

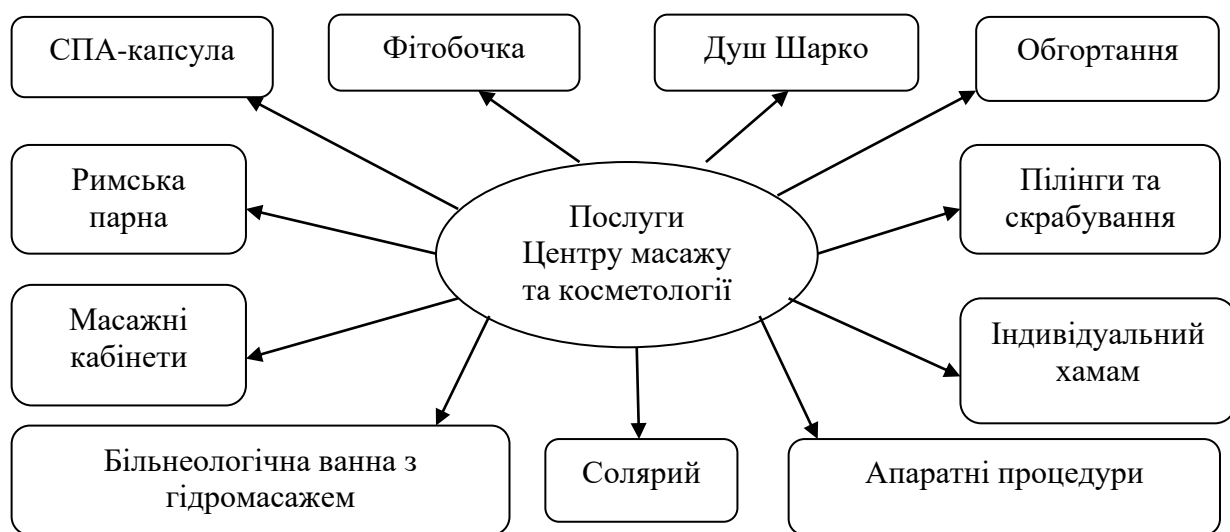


Рис. 2.4. Послуги Центру масажу та косметології на території готельного комплексу «Немо»

Джерело: складено автором на основі [8]

Отже, гості готелю можуть розслабитися у хамамі під «зоряним небом», зануритися у прохолодну купіль, відпочити у величезному джакузі або оздоровчої фіто бочці. До послуг гостей готелю пропонується конференц-зал,

який може одночасно вмістити до 50 осіб. Зал оснащений всім необхідним для проведення зустрічей конференцій, тренінгів, переговорів, семінарів. Фітнес-клуб, який знаходиться на території готельного комплексу оснащений сучасними тренажерами, в клубі працюють першокласні тренери. В кінозалі щодня із 21:00 проходять сеанси шедеврів світового кіно, а із 17:00 до 19:00 в кінозалі показують мультфільми для маленьких гостей готелю. Для дітей працює «Немо Кідс Клуб» - де проходять анімаційні програми та різні розваги, ігри та конкурси. За додаткову плату можна замовити трансфер з аеропорту або залізничного вокзалу. Доставка здійснюється на фірмових автомобілях: Mercedes-Benz S350 (бізнес-клас) та Mercedes-Benz Vito.

На території готельного комплексу працює чотири ресторани:

1. «Фуд-корт» - це не зовсім ресторан, це своєрідний майданчик, який розташований на набережній Ланжерон, на якому розташовані три точки із стріт-фудом: «ПанАзія», «Піца Італія» та «Burger Club». Відвідувачі можуть скоштувати нагетси, локшину, піцу, суші, салати, бургери, супи, блюда із картоплі, різні булочки та запашну каву.

2. «Nautilus Lounge Cafe» - це кафе на набережній Ланжерон. Кафе у стилі лофт з панорамними вікнами з видом на море. Відвідувачі можуть скоштувати суші, піцу, рисову лапшу з різними добавками, устриці, гьодзе, гарячі закуски, закуски до вина та пива, салати, супи, м'ясо, яке приготовано на відкритому вогні, рибу, гарніри, сніданки, різні десерти, різні безалкогольні та алкогольні напої, коктейлі. Також відвідувачам пропонується кальян та сигарети.

3. Ресторан «Дельфін» - саме в цьому ресторані гостям готелю подають сніданок, який входить у вартість проживання. На сніданок тут подають різні страви європейської та японської кухні, домашню випічку, десерти, свіжі овочі та фрукти, прохолодні та гарячі напої. Ресторан оформлено у світлих тонах сучасного екостилю з чудовим видом на море (Додаток Г).

В ресторані відвідувачі можуть замовити: сашимі сети, суші-сашимі сети, поке боули, супи, сашимі, гун кані, нігірі, роли, вок, сирні, рибні, овочеві та ковбасні плато, морепродукти, салати, різні холодні та гарячі закуски, основні

страви, рибу, м'ясо на відкритому вогні, гарніри, сніданки, десерти. Широкий вибір безалкогольних та алкогольних напоїв. Для вегетаріанців діє спеціальне вегетаріанське меню.

4. Ресторан «Panorama & Piano Bar» - розташований на 6-му та 7-му поверхах готельного комплексу. Жива музика, білий рояль, чудовий вид з тераси ресторану. В ресторані подаються блюда європейської та японської кухні, є фітнес-меню та вегетаріанське меню (Додаток Д).

Отже, гостям готелю «Немо» пропонуються різноманітні категорії номерів, багато додаткових послуг, різні розважальні програми, смачна їжа та якісне обслуговування.

2.2. Аналіз внутрішнього середовища готелю «Немо»

Для визначення ефективності діяльності готелю «Немо» варто розглянути його внутрішнє та зовнішнє середовища. Розгляд внутрішнього середовища готелю «Немо» варто розпочати із дослідження структури номерного фонду готелю (рис. 2.5).

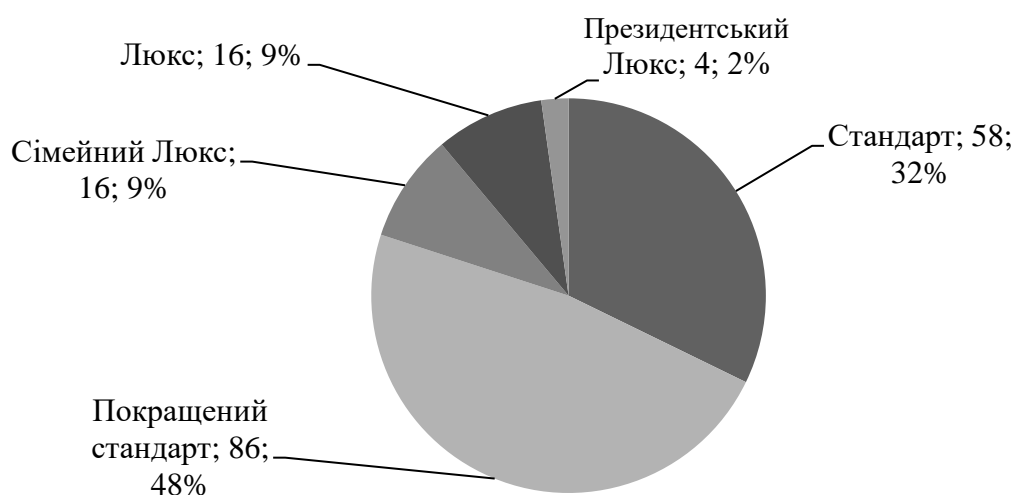


Рис. 2.5. Структура номерного фонду готелю «Немо»

Джерело: складено автором на основі даних готелю

Отже, у структурі номерного фонду готелю «Немо» переважають номери категорії «Покращений Стандарт», в готелі таких 86 номерів. У загальній структурі номерного фонду вони становлять – 48%.

Номери категорії «Стандарт» у загальній структурі номерного фонду готелю займають – 32%, номерів даної категорії в готелі 58. Номери категорії «Сімейний Люкс» - 9%, їх в готелі 16 номерів, категорія «Люкс» - 9% - 16 номерів. Номери категорії «Президентський Люкс» займають в структурі номерного фонду готелю 2%, таких номерів 4 в готелі.

Далі розглянемо дохід отриманий від кожній категорії номерів готелю «Немо» у період 2019-2021 рр. (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Дохід готелю «Немо» від здачі номерів за категоріями
у 2019-2021 рр., тис. грн.**

Категорія номеру	2019	2020	2021	Відхилення 2020 від 2019		Відхилення 2021 від 2020	
				+/-	%	+/-	%
Стандарт	26674,2	1856,0	12365,0	-24818,2	-93,0	10509,0	В 5,6 р
Покращений стандарт	33398,5	2850,0	14765,0	-30548,5	-91,5	11915,0	В 4,8 р
Люкс	6230,6	1296,4	3248,1	-4934,2	-79,2	1951,7	150,5
Сімейний Люкс	5956,8	1008,1	1486,2	-4948,7	-83,1	478,1	47,4
Президентський Люкс	2920,0	264,0	867,4	-2656,0	-90,9	603,4	В 2,3 р
Разом	75180,1	7274,5	32731,7	-67905,9	-90,3	25457,2	В 3,5 р

Джерело: розраховано автором на основі внутрішніх даних підприємства

Отже, за результатами з табл. 2.3 бачимо, що загальний дохід від здачі номерного фонду в готелі «Немо» у 2020 р. порівняно із 2019 р. характеризується значним зменшенням. Так, у 2020 р. порівняно із 2019 р. дохід від здачі номерного фонду готелю знизився на 90,3% або на 67905,9 тис. грн. та дорівнював 7274,5 тис. грн. Таке значне зниження є наслідком пандемії COVID-19 та введених в результаті пандемічних обмежень.

У 2021 р. порівняно із 2020 р. загальний дохід від здачі номерного фонду готелю зріс в 3,5 рази або на 25457,2 тис. грн. та дорівнював 32731,7 тис. грн. (рис. 2.6).

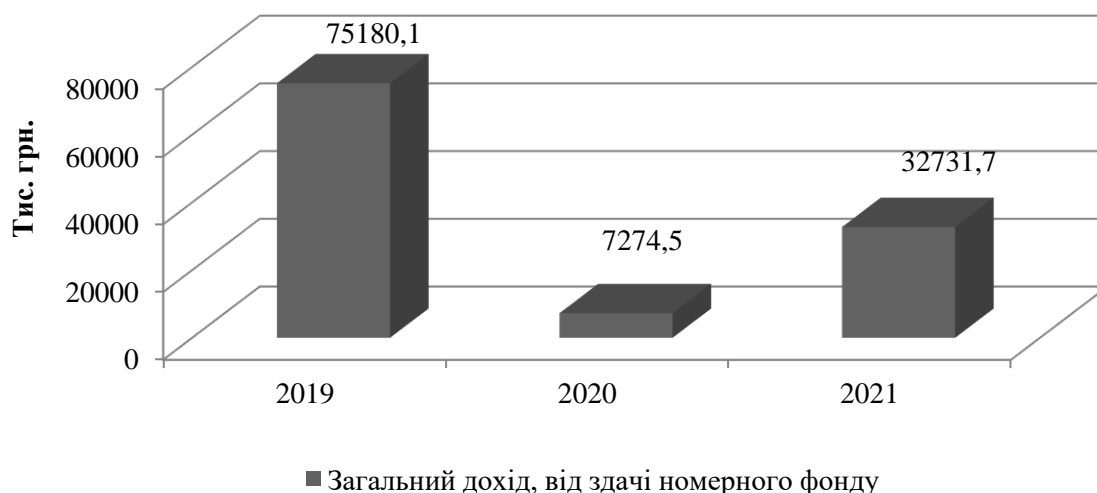


Рис. 2.6. Загальний дохід готелю «Немо» від здачі номерного фонду у 2019-2021 рр., тис. грн.

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

На рис. 2.7 подано структуру загального доходу від здачі номерного фонду готелю у 2021 р. за категоріями номерів.

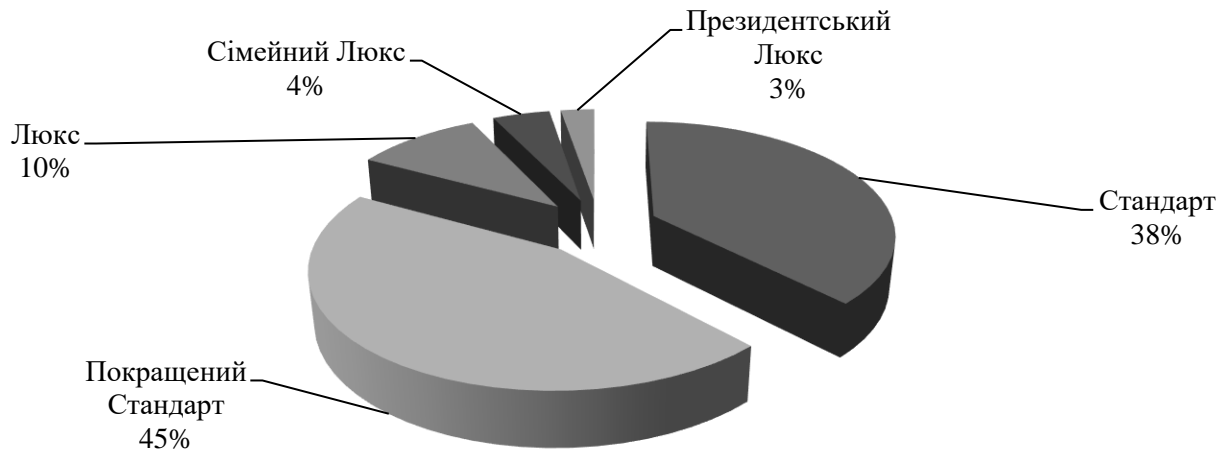


Рис. 2.7. Структура доходу готелю «Немо» за категоріями номерів, у 2021 р., %

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

Найбільшу суму доходу від здачі номерного фонду готель «Немо» отримує від номерів категорії «Покращений Стандарт», так у 2019 р. було отримано 33398,5 тис. грн., у 2020 р. – 2850,0 тис. грн., у 2021 р. – 14765,0 тис.

грн. У загальній структурі доходу від здачі номерів у 2021 р. номери категорії «Покращений Стандарт» займають – 45%, номери категорії «Стандарт» - 38%, номери категорії «Люкс» - 10%, номери категорії «Сімейний Люкс» - 4%, номери категорії «Президентський Люкс» - 3%.

Далі проведемо аналіз виробничої програми готелю «Немо» у період 2019-2021 рр. (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Аналіз виробничої програми готелю «Немо» у 2019-2021 рр.

Показник	2019	2020	2021	Відхилення 2020 від 2019		Відхилення 2021 від 2020	
				+/-	%	+/-	%
Одночасна місткість, місць	624	624	624	0	0	0	0
Кількість днів в періоді	365	276	365	-89	-24,9	89	32,2
Максимальна пропускна здатність, номеро-ночей	227760	172224	227760	-55536	-24,4	55536	32,2
Кількість простоїв, номеро-ночей	110	254	96	144	130,9	-158	-62,2
Можлива пропускна здатність, номеро-ночей	227650	171970	227664	-55680	-24,4	55694	32,4
Кількість оплачених номеро-ночей	141143	4235	20102	-136908	-97,0	15867	В 3,7 р
Кількість оплачених номерів	15662	1940	6282	-13722	-87,6	4342	В 2,2 р
Кількість гостей	19680	864	3295	-18816	-95,6	2431	В 2,8 р
Середній час проживання гостя, днів	5,8	4,9	6,1	-0,9	-15,5	1,2	24,5
Коефіцієнт завантаження, %	62%	2,46	8,83%	-59,54	x	6,37	x
Виручка від експлуатації номерного фонду, тис. грн.	75180,1	7274,5	32731,7	-67905,9	-90,3	25457,2	В 3,5 р
Середня вартість номеру, грн.	4800,0	3750,0	5210,0	-1050,0	-21,9	1460,0	38,9
Витрати готелю, тис. грн.	55633,4	5674,1	23566,8	-49959,3	-89,8	17892,7	В 3,1 р
Середні витрати на 1 номеро-ніч, грн.	3552,1	2924,8	3751,5	-627,3	-17,6	826,7	28,2

Джерело: розраховано автором на основі даних підприємства

* у 2020 р. готель не працював під час карантину (із 12.03.2022 по 10.06.2022)

Проведений аналіз виробничої програми готелю «Немо» у період 2019-2021 рр. показав, що одночасна місткість готелю становить 624 міста.

Максимальна пропускна здатність дорівнює 227760 номеро-ночей у 2021 р. Кількість простоїв у 2021 р. дорівнювало 96 номеро-ночей, що пов'язано з капітальним ремонтом в номерах. Можлива пропускна здатність готелю у 2021р. становила 171970 номер-ночі.

Кількість оплачених номеро-ночей у 2020 р. порівно із 2019 р. скоротилась на 87,61%, що пов'язано з карантинними обмеженнями. У 2021 р. порівняно із 2020 р. ситуація покращилась, так кількість оплачених номеро-ночей зросла у 2021 р. порівняно із 2020 р. в 3,7 рази та становить 20102 номеро-ночі. Кількість оплачених номерів у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшилась на 87,6%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вона характеризується зростанням в 2,2 рази та становить 6828 номери. Кількість гостей готелю «Немо» у 2020 р. порівняно із 2019 р. скоротилась на 95,6%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вона зросла в 2,8 рази. Так, у 2021 р. кількість гостей готелю дорівнювала 3295 осіб. Середній час проживання в готелі у 2019 р. становив – 5,8 днів, у 2020 р. – 4,9 днів, а у 2021 р. – 6,1 дні.

Коефіцієнт завантаження у 2020 р. порівняно із 2019 р. характеризується значним падінням, а саме на 59,54 п., у 2020 р. коефіцієнт завантаження готелю становив лише 2,46%. У 2021 р. коефіцієнт завантаження характеризується незначним зростанням, і дорівнює 8,83%.

Виручка від номерного фонду у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшилась на 90,3%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вона зросла в 3,5 рази. Витрати готелю у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшились а 89,8%, у 2021 р. порівняно із 2020р. вони зросли в 3,1 рази. Середня вартість номеру у 2021 р. становила 5210,0 грн. Середні витрати на 1 номеро-ніч у 2021 р. становили 3751,5 грн.

Загалом, готель зазнав значного падіння доходу у 2020 р. внаслідок пандемії. У 2021р. після ослаблення обмежень робота готелю почала поступово відновлюватися, проте рівня 2019 р. ще не досягнуто.

Далі розглянемо організаційну структуру управління готелю «Немо» (рис. 2.8).

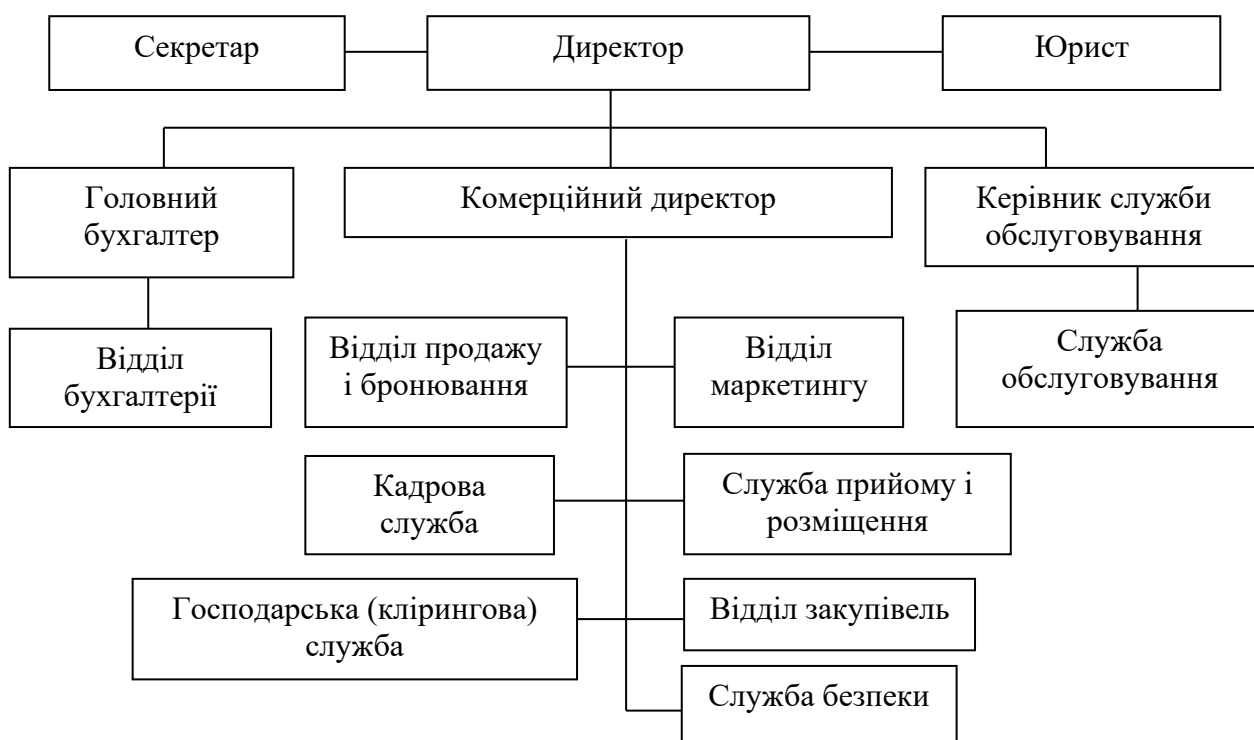


Рис. 2.8. Організаційна структура управління готелю «Немо»

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Отже, організаційна служба управління готелю «Немо» є лінійно-функціональною. Очолює готель директор, безпосередньо йому підпорядковується секретар, юрист, головний бухгалтер, комерційний директор та керівник служби обслуговування. В обов'язки директора входить управління готелем, підписання наказів, здійснення оперативного управління готелем. Він відповідає за розробку та виконання довгострокових та короткострокових планів роботи, розробляє стратегію діяльності готелю. Головний бухгалтер очолює бухгалтерський відділ до складу якого входять бухгалтери та касир. До основних завдань головного бухгалтера входить ведення обліку та фінансової звітності готелю, проведення аудиту та всіх фінансових розрахунків тощо.

У підпорядкуванні комерційного директора знаходяться: відділ продажу та бронювання, відділ маркетингу, кадрова служба, служба прийому та розміщення, господарська (клірингова) служба, відділ закупівель та служба

безпеки. Безпосередніми обов'язками комерційного директора є контроль за роботою всіх підлеглих підрозділів, розробка планів.

Службу прийому та розміщення очолює керівник, у його підпорядкуванні знаходяться: черговий адміністратор, касир, портьє. Основними функціями служби прийому і розміщення є прийом та реєстрація гостей, розрахунок гостей, ведення первісної документації, контроль бази гостей, вирішення конфліктних ситуацій тощо.

Відділ маркетингу займається розробкою маркетингової стратегії готелю, рекламними заходами, просуванням готелю в соціальних мережах тощо.

Відділ продажу та бронювання. Співробітники відділу напряду спілкуються із покупцями, продають послуги готелю, приймають дзвінки від клієнтів та консультують їх по телефону, займаються пошуком нових клієнтів тощо.

Господарська (клірингова) служба забезпечує обслуговування гостей готелю в номерах, підтримує санітарний стан номерів та всього готелю, надає побутові послуги. До її складу входять покоївки, головна покоївка, прибиральники приміщень готелю, робітники пральні та хімчистки, няня.

Служба безпеки – головна функція служби забезпечення безпеки гостей, забезпечення безпеки майна (готелю та гостей). Також служба займається впровадженням заходів та контролем заходів попередження в разі пожежі, грабування, теракту тощо. До складу входять: охоронці, технічний спеціаліст.

Відділ закупівель здійснює закупівлю необхідних товарів для потреб готелю.

Кадрова служба займається пошуком, прийомом та звільненням працівників готелю. Проводить аналіз плинності кадрів, розробляє системи мотивації, займається перепідготовкою працівників готелю тощо.

До складу служби обслуговування входять консьєрж, ліфтер, швейцари, коридорні, які допомагають нести багаж гостя, водії. Також в службу обслуговування входять головний інженер, сантехнік, електрик та газовик.

Проаналізуємо використання трудових ресурсів готелю «Немо» у 2019-2021 рр. (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

**Аналіз використання трудових ресурсів готелю «Немо»
у 2019-2021 рр.**

Показник	2019	2020	2021	Відхилення 2020 від 2019		Відхилення 2021 від 2020	
				+/-	%	+/-	%
Середня чисельність персоналу, осіб	84	76	78	-8	-9,5	2	2,63
Дохід від реалізації послуг, тис. грн.	75180,1	7274,5	32731,7	-67905,9	-90,3	25457,2	В 3,5 р
Кількість обслугованих клієнтів, осіб	19680	864	3295	-18816	-95,6	2431	В 2,8 р
Продуктивність праці у вартісному виразі, тис. грн. / ос.	885,0	95,71	419,64	-790,29	-89,3	323,93	В 3,4 р
Продуктивність праці у натуральному виразі, клієнтів / ос.	243	11	42	-232	-95,5	31	В 2,8 р

Джерело: розраховано автором на основі внутрішніх даних підприємства

Аналіз використання трудових ресурсів готелю «Немо» показав, що у 2020 р. порівняно із 2019 р. середня чисельність працівників готелю зменшилась на 8 працівників, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вона зросла на 2 працівники та дорівнювала 78 працівників готелю.

Показник продуктивності праці у вартісному виразі у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 89,3% або на 790,29 тис. грн. / особу. У 2021 р. порівняно із 2020 р. він зріс в 3,4 рази та становить 419,64 тис. грн. / особу.

Показник продуктивності праці у натуральному виразі, що вказує скільки клієнтів припадає на кожного працівника готелю у 2019 р. дорівнював 243 клієнти на 1 працівника, у 2020 р. – 11 клієнтів на 1 працівника, у 2021 р. – 42 клієнти на 1 працівника. Отже, в наслідок пандемічних обмежень у 2020 р. відбулось значне падіння показників продуктивності праці, як у вартісному, так і у натуральному вираженнях. У 2021 р. показники характеризуються покращенням, проте рівня 2019 р. не досягнуто.

Варто також розглянути структуру доходу готелю «Немо» за видами послуг у період 2019-2021 рр. (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Дохід готелю «Немо» за видами послуг у 2019-2021 рр., тис. грн.

Вид послуг	2019	2020	2021	Відхилення 2020 від 2019		Відхилення 2021 від 2020	
				+/-	%	+/-	%
Основні послуги	75180,1	7274,5	32731,7	-67905,9	-90,3	25457,2	В 3,5 р
Додаткові послуги	1258,6	87,6	451,3	-1171,0	-93,0	363,7	В 4,1 р
Разом	76438,7	7362,1	33183,0	-69076,6	-90,3	25820,9	В 3,5 р

Джерело: розраховано автором на основі внутрішніх даних підприємства

За даними табл. 2.5 бачимо, що загальний дохід готелю «Немо» у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 90,3% або на 69076,6 тис. грн. У 2021 р. порівняно із 2020 р. він характеризується зростанням в 3,5 разів та становить 33183,0 тис. грн. Дохід від основних послуг у 2021 р. становить 32731,7 тис. грн., дохід від додаткових послуг дорівнює 451,3 тис. грн. Структура загального доходу готелю у 2021 р. подана на рис. 2.9.

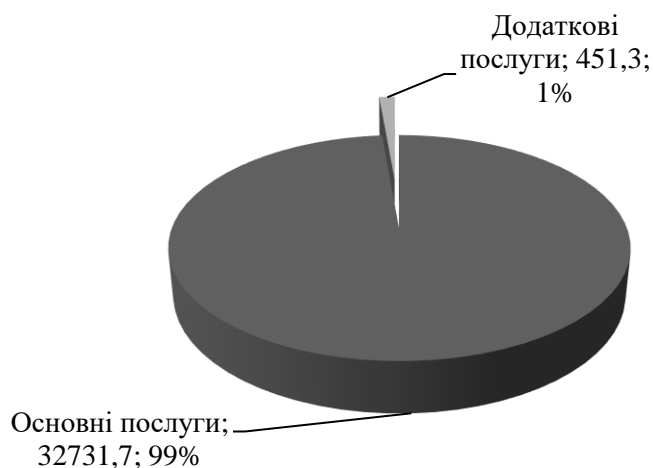


Рис. 2.9. Структура доходу готелю «Немо» за видами послуг у 2021 р., тис. грн., %

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

Отже, у 2021 р. додаткові послуги займають лише 1% у структурі загального доходу готелю «Немо».

Для кращого розуміння ефективності діяльності готелю «Немо» проаналізуємо його основні економічні показники (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

**Аналіз основних економічних показників діяльності готелю «Немо»
у 2019-2021 рр.**

Показники	2019	2020	2021	Відхилення 2020 від 2019		Відхилення 2021 від 2020	
				+/-	%	+/-	%
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	76438,7	7362,1	33183,0	-69076,6	-90,3	25820,9	В 3,5 р
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	55800,2	5812,3	25612,9	-49987,9	-89,6	19800,6	В 3,4 р
Собівартість у відсотках до виручки, %	73,0	78,9	77,2	5,9	х	-1,7	х
Валовий прибуток, тис. грн.	20638,5	1549,8	7570,1	-19088,7	-92,5	6020,3	В 3,9 р
Інші операційні доходи, тис. грн.	213,5	104,2	296,3	-109,3	-51,2	192,1	184,3
Адміністративні витрати, тис. грн.	6178,3	1236,9	4889,6	-4941,4	-80,0	3652,7	В 2,9 р
Витрати на збут, тис. грн.	651,3	89,6	348,6	-561,7	-86,2	259,0	В 2,9 р
Інші операційні витрати, тис. грн.	247,3	141,3	121,8	-106,0	-42,8	-19,5	-13,8
Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток / збиток, тис. грн.	13775,1	186,2	2506,4	-13588,9	-98,6	2320,2	В 12,4 р
Інші доходи	124,9	29,3	44,6	-95,6	-76,5	15,3	52,2
Інші витрати	247,4	45,9	112,7	-201,5	-81,4	66,8	145,5
Фінансовий результат до оподаткування прибуток / збиток, тис. грн.	13652,5	169,9	2438,3	-13482,6	-98,7	2268,4	В 13,3 р
Податок на прибуток, тис. грн.	2462,8	31,2	439,5	-2431,6	-98,7	408,3	В 13,1 р
Чистий прибуток / збиток, тис. грн.	11189,7	138,7	1998,8	-11051,0	-98,7	1860,1	В 13,4 р

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства

За проведеним аналізом основних економічних показників діяльності готелю «Немо» бачимо, що чистий дохід готелю у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 90,3%. У 2021 р. порівняно із 2020 р. чистий дохід готелю характеризується зростанням у 3,5 разів та становить 33183,0 тис. грн.

Собівартість наданих послуг у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшилась на 89,6%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вона зросла в 3,4 рази. У структурі чистого доходу собівартість становить у 2019 р. – 73%, у 2020 р. – 78,9%, у 2021 р. – 77,2%. Валовий прибуток у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 92,5%, у 2021 р. порівняно у 2020 р. він зріс в 3,9 рази та становить 7570,1 тис. грн. Інші операційні доходи у 2021 р. порівняно із 2020 р. зросли на 184,3% та становлять у 2021 р. 296,3 тис. грн. Адміністративні витрати у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшились на 80,0%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вони зросли в 2,9 разів та становлять 4889,6 тис. грн. Витрати на збуту у 2021 р. порівняно із 2020 р. зросли в 2,9 разів та становлять 348,6 тис. грн. Інші операційні витрати готелю протягом всього досліджуваного періоду характеризуються зменшенням, так у 2021 р. вони дорівнювали 121,8 тис. грн. Прибуток від операційної діяльності у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 98,6%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. він зріс в 12,4 рази та становив 2506,4 тис. грн. Інші доходи готелю у 2021 р. порівняно із 2020 р. зросли на 15,3% та становлять у 2021 р. 44,6 тис. грн. Інші витрати у 2021 р. порівняно із 2020 р. зросли на 66,8%, та становлять 112,7 тис. грн. Прибуток до оподаткування у 2020 р. порівняно із 2019 р. знизився на 98,7%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. він зріс в 13,3 рази. Чистий прибуток готелю у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 98,7%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. він зріс в 13,4 рази та становить у 2021 р. 1998,8 тис. грн. (рис. 2.10).

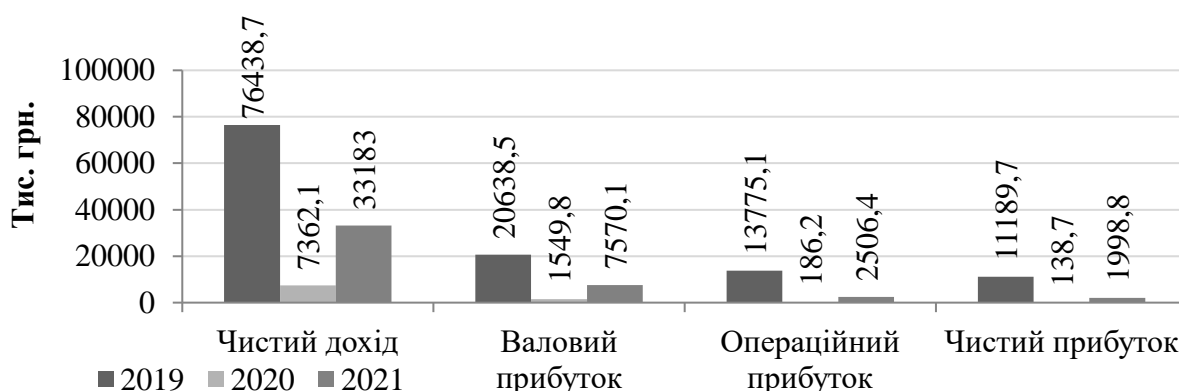


Рис. 2.10. Формування основних економічних показників готелю «Немо» у 2019-2021 рр., тис. грн.

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності підприємства

Далі проаналізуємо показники рентабельності готелю «Немо» у 2019-2021 рр. (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

**Аналіз показників рентабельності готелю «Немо»
у 2019-2021 рр.**

Показник	2019	2020	2021	Відхилення (+/-)	
				2020 від 2019	2021 від 2020
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	76438,7	7362,1	33183,0	-69076,6	25820,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	55800,2	5812,3	25612,9	-49987,9	19800,6
Чистий прибуток / збиток, тис. грн.	11189,7	138,7	1998,8	-11051,0	1860,1
Власний капітал, тис. грн.	73421,4	73860,2	73895,4	438,8	35,2
Активи, тис. грн.	112716,2	116325,8	117821,4	3609,6	1495,6
Рентабельність продажу, %	14,64	1,88	6,02	-12,76	4,14
Рентабельність послуг, %	20,05	2,39	7,8	-17,66	5,41
Рентабельність активів, %	9,93	0,12	1,69	-9,81	1,57
Рентабельність власного капіталу, %	15,24	0,19	2,7	-15,05	2,51

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства

Аналіз показників рентабельності готелю «Немо» у 2019-2021 рр. показав наступне, у 2020 р. всі аналізовані показники рентабельності характеризуються падінням, що є наслідком значного зниження суми чистого прибутку готелю, що сталося в результаті пандемічних обмежень. У 2021 р. показник рентабельності продажу становить 6,02%, отже одна гривня чистого доходу принесла 0,0602 грн. чистого прибутку готелю. Показник рентабельності послуг у 2021 р. дорівнює 7,8%, тобто кожна гривня собівартості принесла 0,078 грн. чистого доходу. Рентабельність власного капіталу готелю у 2021 р. становить 2,7%, тобто на кожен гривню власного капіталу припадає 0,027 грн. чистого прибутку. Рентабельність активів 2021 р. дорівнює 1,69%, тобто на кожен гривню активів припадає 0,0169 грн. чистого прибутку. Не дивлячись на те, що у 2021 р. порівняно із 2020 р. показники рентабельності готелю «Немо» характеризуються покращенням, вони є значно меншими за показники

рентабельності у 2019 р. Отже, необхідно вживати заходи, щодо підвищення прибутковості та рентабельності готелю.

2.3. Дослідження зовнішнього середовища готелю «Немо»

Для дослідження зовнішнього середовища готелю «Немо» спочатку проведемо аналіз факторів макросередовища та визначимо їх вплив на діяльність готелю (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Аналіз факторів макросередовища готелю «Немо»

Фактори	Вага фактору	Значення за 10-ю шкалою	Вплив негативний (-) / позитивний (+)	Оцінка
1	2	3	4	5
Політичні				
1. Сприятливі політичні відношення між країнами	0,05	6,0	+	+0,3
2. Сприятлива податкова політика держави в сфері готельного бізнесу	0,05	7,0	+	+0,35
3. Стабільність державної влади	0,04	6,0	+	+0,24
Разом	0,14	x	x	+0,89
Економічні				
1. Нестабільність курсу національної валюти	0,06	8,0	-	-0,48
2. Зниження доходів населення	0,07	9,0	-	-0,63
3. Зростання рівня інфляції	0,06	8,0	-	-0,48
Разом	0,19	x	x	-1,59
Соціально-демографічні				
1. Зростання безробіття	0,06	7,0	-	-0,42
2. Зниження рівня життя населення	0,07	8,0	-	-0,56
3. Підвищення народжуваності	0,03	5,0	+	+0,15
Разом	0,16	x	x	-0,83
Технологічні				
1. Інтенсифікація розвитку новітніх технологій	0,04	6,0	+	+0,24

Продовження табл. 2.9

1	2	3	4	5
2. Впровадження нових систем управління готелями	0,06	7,0	+	+0,42
3. Перевага он-лайн бронювання серед клієнтів	0,07	5,0	+	+0,35
Разом	0,17	x	x	+1,01
Екологічні				
1. Екологічність надаваних послуг	0,06	8,0	+	+0,48
2. Впровадження ресурсозберігаючих технологій	0,06	9,0	+	+0,54
3. Підвищення забруднення повітря	0,06	9,0	-	-0,54
Разом	0,18			+0,48
Міжнародні				
1. Зменшення візових обмежень	0,04	5,0	+	+0,2
2. Конфліктні ситуації в країні або регіонах	0,07	10,0	-	-0,7
3. Зростання популярності країни на міжнародному туристичному ринку	0,05	7,0	+	+0,35
Разом	0,16	x	x	-0,15
Всього	1,0	x	x	-0,19

Джерело: складено автором на основі власного аналізу

За проведеним аналізом впливу факторів макросередовища на діяльність готелю «Немо» визначено, що вони більшою мірою здійснюють на нього негативний вплив, загальна сума балів яка отримана (-0,19). Це було підтверджено у 2020 р. коли готель отримав найнижчий дохід в результаті пандемічних обмежень.

Також визначено що найбільший негативний вплив на діяльність готелю здійснюють економічні фактори (-1,59). Тобто погіршення економічно ситуації в країні має негативний вплив на діяльність готелю «Немо». Негативний вплив здійснюють також соціально-демографічні фактори (-0,83) та міжнародні фактори (-0,15).

Позитивний вплив на діяльність готелю «Немо» здійснюють такі фактори макросередовища, як: технологічні (+1,01), політичні (+0,89) та

екологічні (+0,48). Загалом діяльність готелю «Немо» залежна від впливу факторів макросередовища, отже необхідно розробляти заходи щодо зниження їх негативного впливу на діяльність готелю

Далі проведемо аналіз рівня конкурентоспроможності готелю «Немо» серед його основних конкурентів в м. Одеса. Аналіз проведемо на основі 10 критеріїв на основі 10-ти бальної оцінки (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Аналіз рівня конкурентоспроможності готелю «Немо» серед його основних конкурентів в м. Одеса

Критерії	Немо	Premier Hotel	Гранд Отрада	Гранд Марин
Місце розташування	10	9	9	9
Відомість на ринку готельних послуг регіону	9	8	9	7
Середній рівень завантаженості	4	5	4	5
Популярність на ринку готельних послуг	8	7	9	8
Якість роботи персоналу	8	7	7	8
Широта асортименту основних послуг	9	8	7	7
Широта безкоштовних додаткових послуг	8	9	6	7
Асортимент додаткових платних послуг	9	7	8	8
Якість рекламних засобів	7	6	6	5
Цінова політика	6	7	6	9
Загальна оцінка	78	73	71	73

Джерело: складено автором на основі проведеного аналізу

Проведена оцінка рівня конкурентоспроможності готелю «Немо» серед його основних конкурентів в м. Одеса, показала, що готель є лідером. Він посідає перше місце з загальною кількістю балів 78. На другому місці два готелі – Premier Hotel та Гранд Марин з кількістю балів 73. На третьому місці готель Гранд Отрада із 71 балом. Варто зазначити, що за такими критеріями, як: широта безкоштовних послуг та цінова політика готель «Немо» поступається готелю Premier Hotel. Отже, для утримання конкурентної переваги на ринку готельних послуг в м. Одеса, керівництву готелю варто звернути на це увагу.

Далі проведемо SWOT- аналіз для готелю «Немо» з допомогою якого визначимо його слабкі сторони та загрози та на основі визначення сильних сторін та можливостей готелю запропонуємо заходи їх усунення (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

SWOT – аналіз готелю «Немо»

	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
	1. Наявність фінансових ресурсів 2. Значний досвід роботи на ринку 3. Кваліфікований персонал 4. Сучасні номери 5. Значна кількість додаткових безкоштовних послуг 6. Якість надаваних послуг 7. Вдале місце розташування	1. Залежність від сезону 2. Залежність від економічної ситуації в країні 3. Високий ціновий сегмент 4. Зниження рівня завантаженості готелю 5. Недосконала рекламна компанія
Можливості (O)	SO	WO
1. Розширення комплексу послуг для клієнтів 2. Впровадження новітніх технологій в управління готелем 3. Розвиток рекламної діяльності 4. Надання додаткових знижок гостям	1. Розробка та надання нових додаткових послуг для гостей готелю 2. Впровадження новітніх інформаційних технологій в діяльність готелю	1. Розвиток служби маркетингу та розробка нових маркетингових заходів для збільшення кількості гостей готелю 2. Розробка системи знижок для постійних клієнтів 3. Перегляд цінової політики готелю 4. Впровадження бонусних програм та програм лояльності
Загрози (T)	ST	WT
1. Поява нових конкурентів 2. Зростання вартості енергоносіїв 3. Зниження доходів населення 4. Зростання рівня інфляції	1. Застосування ресурсозберігаючих технологій 2. Впровадження еко-заходів для підвищення екологічності готелю	1. Розробка рекламної компанії для міжнародного ринку 2. Укладання договорів із закордонними туристичними операторами, які пропонують тури в Одесу

Джерело: складено автором на основі проведеного аналізу

Отже, проведений SWOT – аналіз готелю «Немо» дозволив визначити основні напрямки для усунення його слабких сторін та загроз:

- розробка та надання нових додаткових послуг для гостей готелю;
- розробка бонусних програм, карток лояльності та системи знижок;

- впровадження новітніх інформаційних технологій у робот готелю, для підвищення ефективності його роботи;
- застосування ресурсозберігаючих та екологічних технологій в готелі;
- розробка рекламної компанії готелю для міжнародного ринку;
- укладання угод із закордонними туристичним операторами, які пропонують тури до Одеси;
- покращення маркетингових заходів;
- перегляд цінової політики готелю, для покращення коефіцієнту завантаження готелю.

Таким чином, всі запропоновані вище заходи дозволять підвищити дохід готелю та ефективність його діяльності.

Висновки до розділу 2

Готель «Немо» - це п'ятизірковий готель в м. Одеса, який розташований біля пляжу Ланжерон. Готель працює на ринку із 2011 року. Номерний фонд готелю становить 180 номерів категорій: Стандарт, Покращений стандарт, Сімейний Люкс, Люкс та Президентській Люкс. Всі номери обладнані комфортними меблями, сейфом, необхідною технікою. Гостям видаються рушники, халати, капці та косметичні набори. Всім гостям готелю «Немо» пропонується широкий спектр додаткових послуг, які входять у вартість проживання. Також надаються і платні додаткові послуги. На території готельного комплексу діє аквапарк, кінозал, солярій, декілька басейнів, ресторани, майданчики для дітей, СПА-комплекс тощо. Кожні вихідні проходять різноманітні шоу-програми, також на території діє дельфінарій.

У загальній структурі номерного фонду готелю «Немо» переважають номери категорії Покращений Стандарт – 48% від загального номерного фонду. Саме на цю категорію номерів припадає найбільший дохід від здачі номерів, у 2021 р. це 45%.

Аналіз виробничої програми готелю «Немо» показав, що одночасна місткість готелю становить 624 міста, максимальна пропускна здатність 227760 номеро-ночей. У 2021 р. середній час проживання гостя в готелі «Немо» становив 6,1 дні. Кількість гостей у 2021 р. становила 3295 гостей. Коефіцієнт завантаження готелю у 2021 р. становить 8,83%. Середня вартість номеру у 2021 р. дорівнювала 5210,0 грн. Організаційна структура управління готелем «Немо» є лінійно-функціональною. Очолює готель директор у підпорядкування якого знаходяться: юрист, секретар, головний бухгалтер, комерційний директор та керівник служби обслуговування. Станом на 2021 рік середня чисельність персоналу готелю становила 78 осіб. Аналіз основних економічних показників діяльності готелю «Немо» показав, що у 2020 р. внаслідок пандемічних обмежень чистий дохід та чистий прибуток готелю характеризувалися значним падінням. Проте у 2021 р. ситуація вже покращилась, так у 2021 р. чистий дохід готелю дорівнював 33183,0 тис. грн. чистий прибуток становив 1998,8 тис. грн. Показники рентабельності готелю у 2021 р. порівняно із 2020 р. зросли, проте рівня 2019 р. не досягнуто.

Аналіз факторів впливу макросередовища на діяльність готелю «Немо» показав, що загалом макросередовище здійснює негативний вплив на роботу готелю. Найбільш негативно на діяльність підприємства впливають економічні фактори. Проведення оцінки рівня конкурентоспроможності готелю «Немо» серед основних конкурентів на ринку готельних послуг м. Одеси показало, що готель є лідером серед конкурентів. Проте за такими критеріями, як: широта безкоштовних послуг та цінова політика він поступається одному з конкурентів.

На основі SWOT- аналізу визначено напрями покращення роботи готелю, основними серед запропонованих заходів є: впровадження новітніх інформаційних технологій в діяльність готелю, розробка системи бонусів та знижок, покращення рекламної компанії готелю, перегляд цінової політики.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛІ «НЕМО» НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

3.1. Аналіз використання інформаційних систем та технологій в готелі «Немо»

Засоби комунікації на сучасному етапі розвитку суспільства відіграють значну роль у забезпеченні ефективного управління в сфері готельного бізнесу. Затримка інформації може спричинити негативні наслідки як у фінансовому відношенні, так і призвести до втрати іміджу готелю на ринку.

При правильній організації виробничого процесу на підприємстві використання інформаційних систем та технологій для передачі інформації у підсумку суттєво підвищує економічну ефективність функціонування готельних підприємств.

В готелі «Немо» використовується ціла низка інформаційного обладнання. В готелі встановлено 14 персональних комп'ютерів, які об'єднані в одну мережу. Також для інформаційного забезпечення діяльності готелю «Немо» використовується наступне (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Інформаційне обладнання готелю «Немо»

Назва	Перелік засобів
1	2
Обладнання	<ul style="list-style-type: none"> - 206 телефонних апаратів Fanvil H3; - 8 принтерів Canon PIXMA i6520; - 2 факси Panasonic kx-ft982\$ - міні АТС; - готель має 6 телефонних ліній; - на території та в середині готелю функціонує система відео-спостереження, для забезпечення безпеки гостей готелю; - встановлена протипожежна система сигналізації Siemens; - готель підключений до каналів супутникового телебачення; - готель підключений до мережі Інтернет, на території готелю діє безкоштовний Wi-Fi

1	2
Програмні продукти	<ul style="list-style-type: none"> - Windows 7 та її додатки; - Microsoft Office 2003 (Word, Excel, Access, Outlook); - Антивірус Avast; - графічний редактор Adobe photoshop; - електронні перекладачі; - поштова програма Outlook Express; - браузер Google Chrome; - бухгалтерія працює на 1С Підприємстві 8.2

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Для готелю даного класу це прийнятний рівень використання інформаційних технологій. Обслуговування техніки та програмного забезпечення займається системний адміністратор, який є в штаті готелю. Телефонний зв'язок та доступ в Інтернет надається компанією «Київстар».

В єдине інформаційне поле готелю інтегровані автоматизована система управління (АСУ) готелем, комплекси систем безпеки, життєзабезпечення, інформатизації. Розглянемо ланцюг потоків інформації в готелі «Немо» (рис. 3.1).

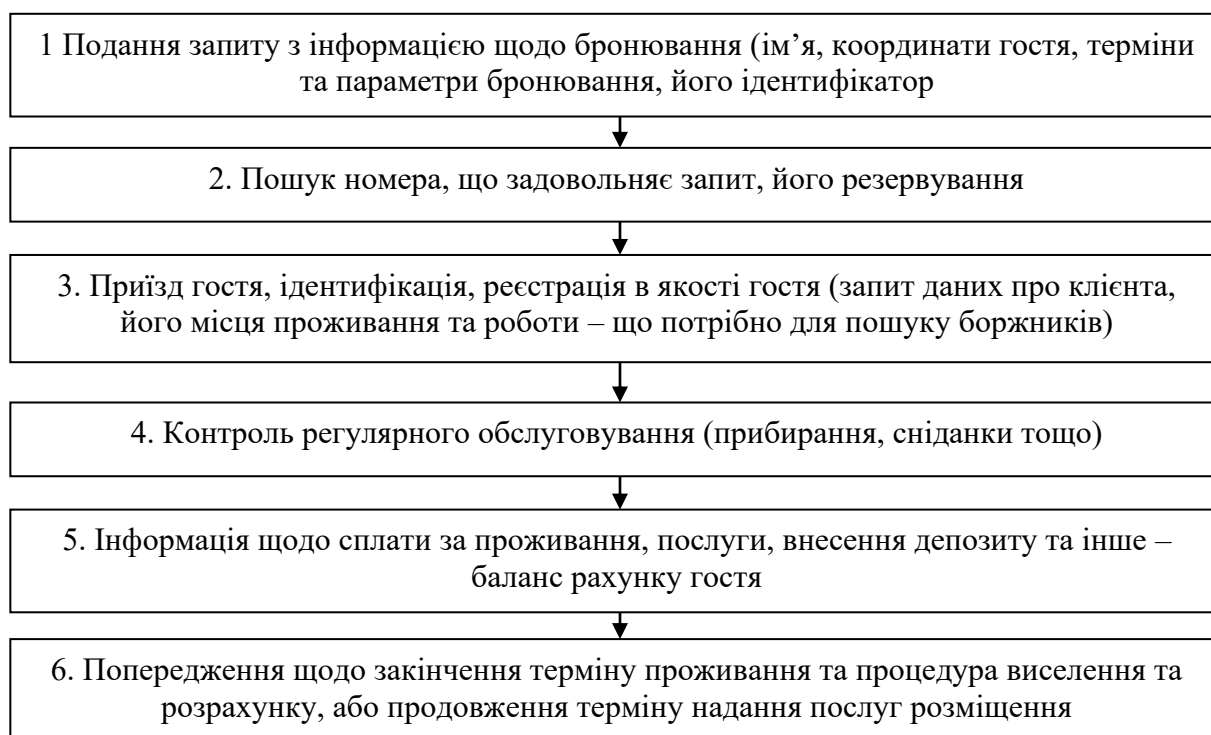


Рис. 3.1. Ланцюг потоків інформації в готелі «Немо»

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Це не повний перелік, проте він надає уяву про основні функції системи. Для автоматизації управління в готелі використовується система ORAK Готель R5. До основних можливостей даної системи належать:

- облік номерного фонду готелю. Наочне відображення всієї інформації щодо поточного стану номерного фонду готелю в основному робочому вікні програми: статус кожного номера, кількість зайнятих номерів, кількість заброньованих номерів, номери які будуть звільнені та вільні номери, кількість гостей, що на даний момент проживають в готелі, виручка отримана за зміну. Архітектурний план номерного фонду, побудова власної структури номерів готелю. Доступне необмежена кількість типів, категорій та статусів номерів;

- бронювання. Створення броні завдяки універсальному інструменту бронювання за індивідуальними та колективними замовленням, дозволяє забронювати різні номери з різними умовами проживання (дата заїзду та виїзду, тариф, план харчування) в межах кожного бронювання. В базі зберігається вся інформація щодо перебування гостя. В будь-який момент можна отримати інформацію щодо попереднього відвідування госте готелю. Картка гостя, який раніше відвідував готель заповнюється при новому заїзді автоматично. Зберігається вся інформація щодо дати приїзду та виїзду, категорії номерів, додаткових послугах, тарифі, харчуванні, щодо рахунків. Все це відображається на дисплеї. Бронювання для приватних осіб, для корпоративних клієнтів та для туристичних операторів здійснюється через єдину форму, проте з врахуваннями особливостей кожного клієнта;

- гнучка цінова політика. Окрім загального прейскуранту, існує можливість встановити спеціальні ціни для різних типів клієнтів (туристичних агентств, постійних клієнтів, корпоративних клієнтів). Встановлення спеціальних цін може бути на основі знижки або спеціально розроблених прейскурантах. Існує можливість встановити знижку індивідуально для кожного клієнта, або під кожний вид послуг. Гостей, що проживають а спеціальними умовами можна виокремити в спеціальні категорії, що дозволяє здійснювати оцінку ефективності цінової політики;

- хаускипинг – закріплення відповідальних покоївок за номерами. Перегляд та роздрукування графіку зміни білизни та рушників, прибирання кімнат після виїзду гостей та планове прибирання вільних кімнат готелю. Модуль планування послуг за часом дозволяє здійснювати облік по годинам за послуги які тарифікуються. Облік наповнення мінібару;

- служба безпеки – інтерфейс для нічної охорони є контрастним. Контроль доступу гостей та персоналу до номерів готелю та службових приміщень. Контролювання заборгованості гостей, які виїжджають.

Проте система ORAK Готель R5 має ряд недоліків (рис. 3.2).

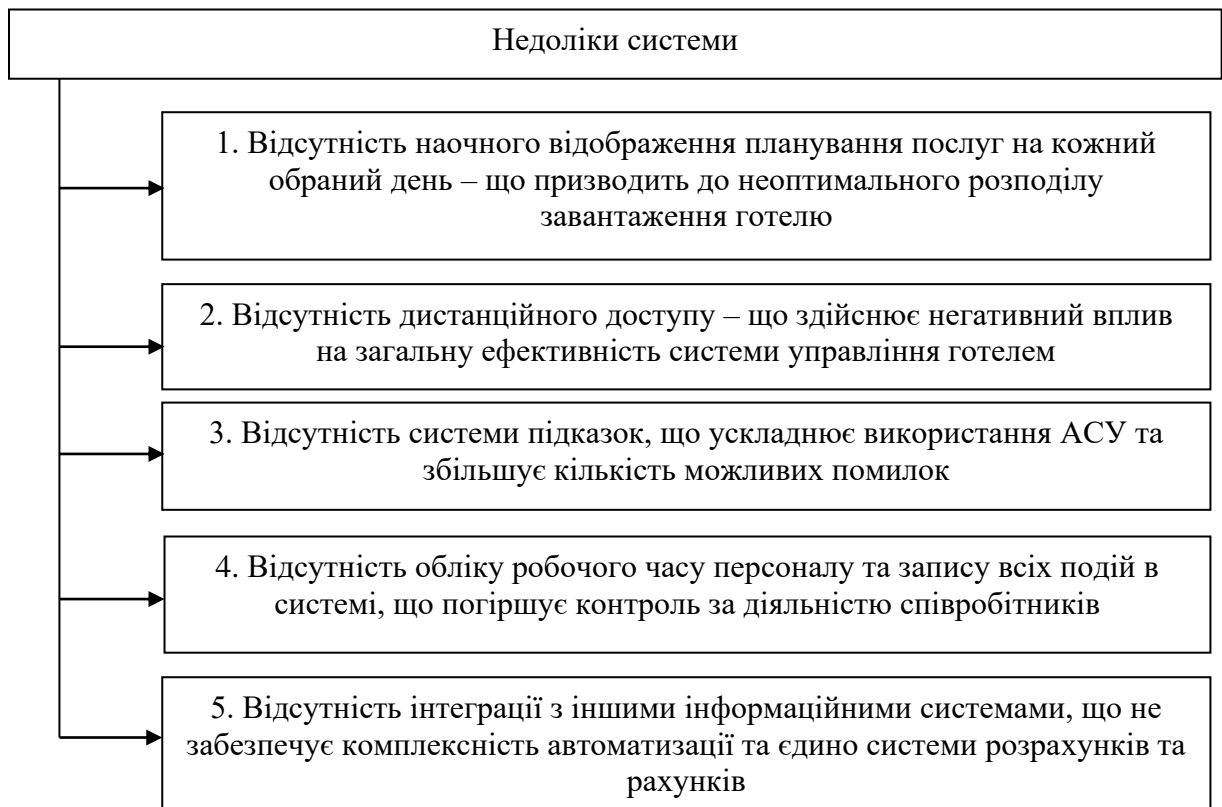


Рис. 3.2. Недоліки системи ORAK Готель R5, що використовується в готелі «Немо»

Джерело: складено автором

Таким чином, необхідно покращити автоматизовану систему управління в готелі «Немо».

Готель «Немо» має свій власний Інтернет-сайт на якому розміщені вся інформація про номерний фонд готелю, додаткові послуги, спеціальні пропозиції, є гостева книга, де клієнти готелю можуть залишити відгуки про перебування в готелі, також є можливість бронювання номерів в готелі.

Запит на розміщення гостей в готелі «Немо» надходять від туристичних фірм, приватних клієнтів, корпоративних клієнтів шляхом використання Інтернет-ресурсів (бронювання через веб-сайт, електронну пошту), телефонних дзвінків, факсимільного зв'язку. Менеджерами готелю «Немо» було проведеного опитування клієнтів готелю, з метою виявлення особливостей використання ними Інтернет-технологій при здійсненні пошуку та бронювання номерів готелю. Було опитано 240 осіб, які користувалися послугами готелю «Немо». Розподіл учасників опитування щодо способів бронювання готелів подано на рис. 3.3.

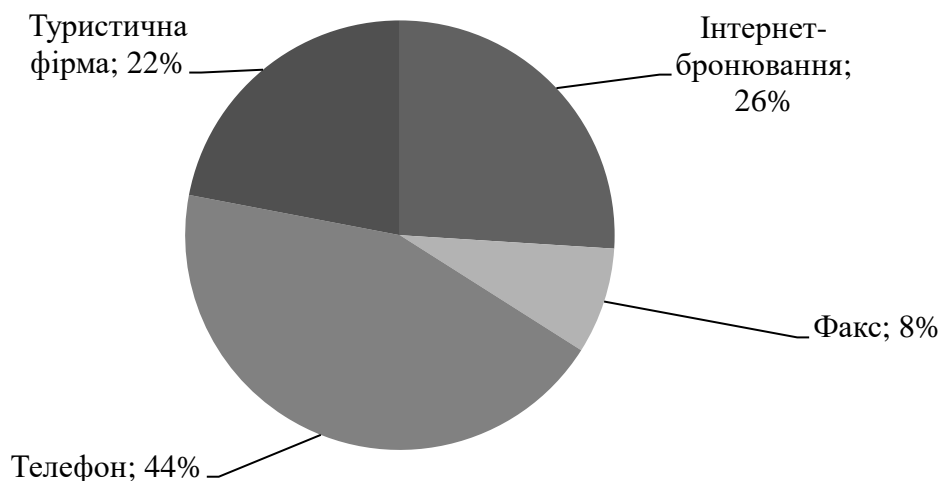


Рис. 3.3. Розподіл відповідей учасників опитування стосовно способів бронювання номерів в готелях, %

Джерело: складено на основі проведеного опитування

Отже, 44% опитуваних здійснювали бронювання по телефону, 26% через бронювання в Інтернеті, 22% через туристичні фірми та 8% через факс.

На рис. 3.4 подано розподіл учасників опитування, які здійснювали бронювання через Інтернет за місцем бронювання.

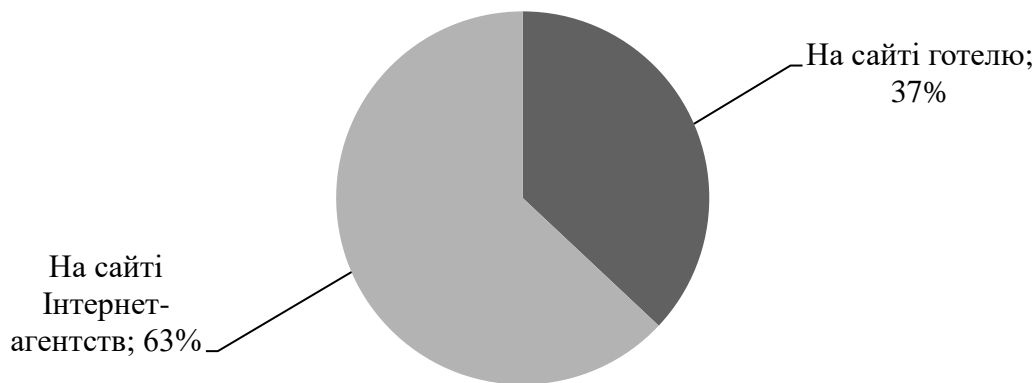


Рис. 3.4. Розподіл учасників опитування, що здійснювали бронювання через мережу Інтернет за місцем бронювання, %

Джерело: складено на основі проведеного опитування

Як видно з рис. 3.4 лише 37% користувалися бронюванням номерів на сайті готелю, а інші 63% бронювали номери в готелі на сайти Інтернет-агентств. Це говорить про те, що сайт готелю «Немо» не досить активно просувається в мережі Інтернет, і більшість бронювань припадає на Інтернет-агентства, що пропонують послуги он-лайн бронювання.

Серед тих, хто не користувався Інтернет-бронюванням на сайті готелю, були визначені причини такої поведінки (рис. 3.5).

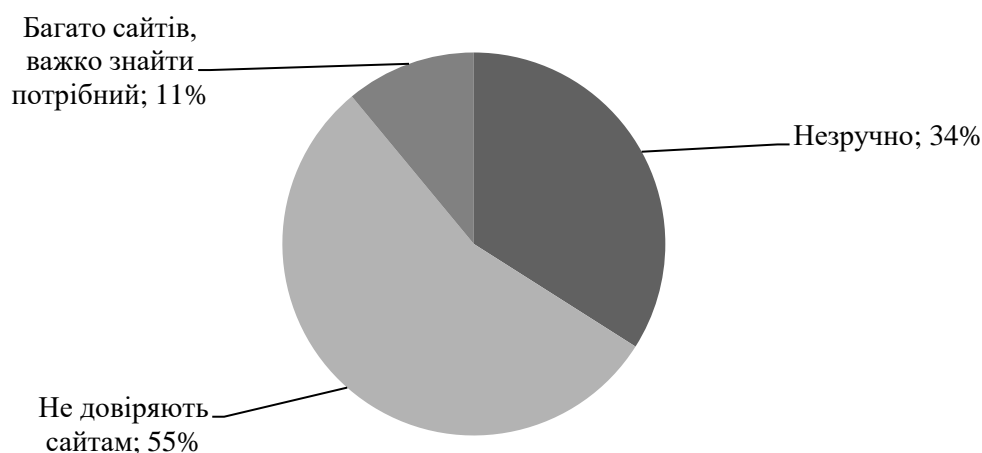


Рис. 3.5. Розподіл відповідей учасників опитування, щодо причин відмови від Інтернет-бронювання на сайті готелю, %

Джерело: складено автором на основі проведеного опитування

Отже, 55% не довіряють сайтам, 34% вважають це незручним, а 11% відповіли що їм важко орієнтуватися, доволі багато сайтів.

Таким чином, на основі проведеного опитування зроблено висновок, що необхідно підвищувати довіру клієнтів готелю до бронювання номерів на сайті готелю «Немо», а також для того, щоб готель не втрачав прибуток в зв'язку з участю у збутовому процесі посередників (агентств Інтернет-бронювання).

Зауважимо, що при непрямому продажу готель «Немо» втрачає прибуток, оскільки якщо бронювання зроблено на сайті готелю, готель отримує повну вартість за номер в готелі, з урахуванням витрат на обслуговування сайту, які є незначними. Проте, якщо клієнт звертається для бронювання номеру до сайту посереднику, то готель отримує менше коштів, оскільки відсоток посередника зазвичай становить від 10 до 15% від ціни номера. Отже, при такому виді он-лан бронювання готель «Немо» втрачає до 15% від ціни, оскільки було обрано непрямий канал збуту. Таким чином, вважаємо необхідним підвищити ефективність бронювання на сайті готелю «Немо» за рахунок активного просування сайту в мережі Інтернет.

3.2. Впровадження інформаційних систем та технологій з метою удосконалення управлінської діяльності в готелі «Немо»

Проведений аналіз показав, що існуюча система автоматизованого управління в готелі «Немо» ORAK Готель R5, має певні недоліки та не відповідає сучасним вимогам, з приводу чого необхідно проводити заходи щодо розвитку автоматизованих систем управління готелем «Немо».

Для сприяння чіткого координування роботи готелю та підвищенню якості обслуговування і ефективності діяльності готелю, необхідно впроваджувати нову автоматизовану систему управління готелем.

Спочатку сформуємо основні щодо нової автоматизовано системи управління готелем для готелю «Немо» (рис. 3.6).

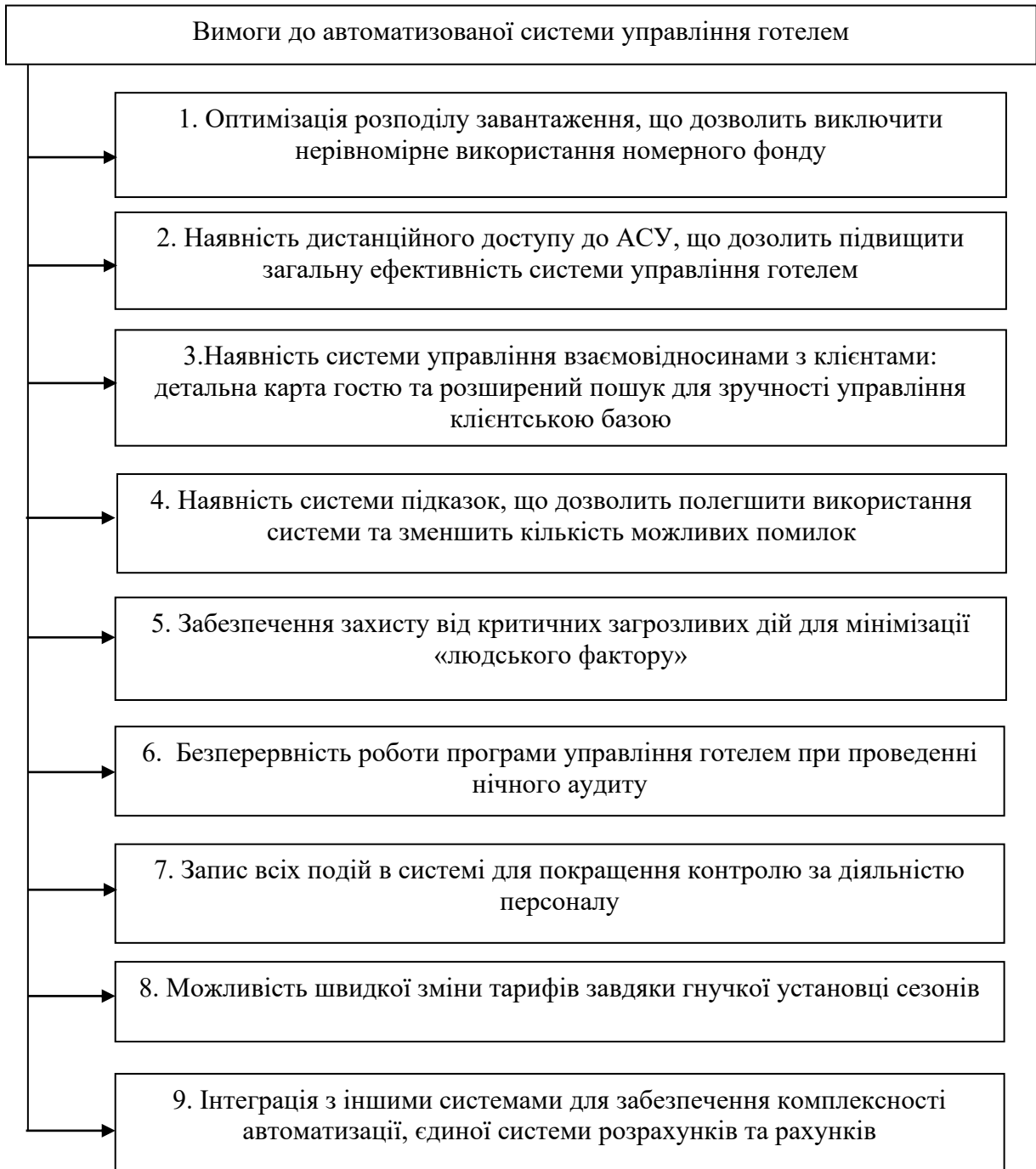


Рис. 3.6. Основні вимоги до нової автоматизованої системи управління готелем для готелю «Немо»

Джерело: складено автором

На основі проведеного дослідження ринку автоматизованих систем управління готелями визначено, що більшою мірою поставленим вище вимогам до нової АСУ відповідає програмний продукт Opera Enterprise Solution.

До особливостей даного програмного продукту належить те, що АСУ Opera Enterprise Solution дозволяє координувати роботу майже всіх служб у готелі: служби прийому та розміщення гостей, господарської служби, бухгалтерії, служби бронювання, відділу продажів тощо.

Opera Enterprise Solution – це швидкість, надійність, функціональність та простота у використанні. Система сумісна зі всіма операційними системами. Система складається із набору модулів, які з легкістю можуть бути налаштовані та додані залежно від вимог та бажань конкретного готелю.

Opera Enterprise Solution в себе включає (рис. 3.7).

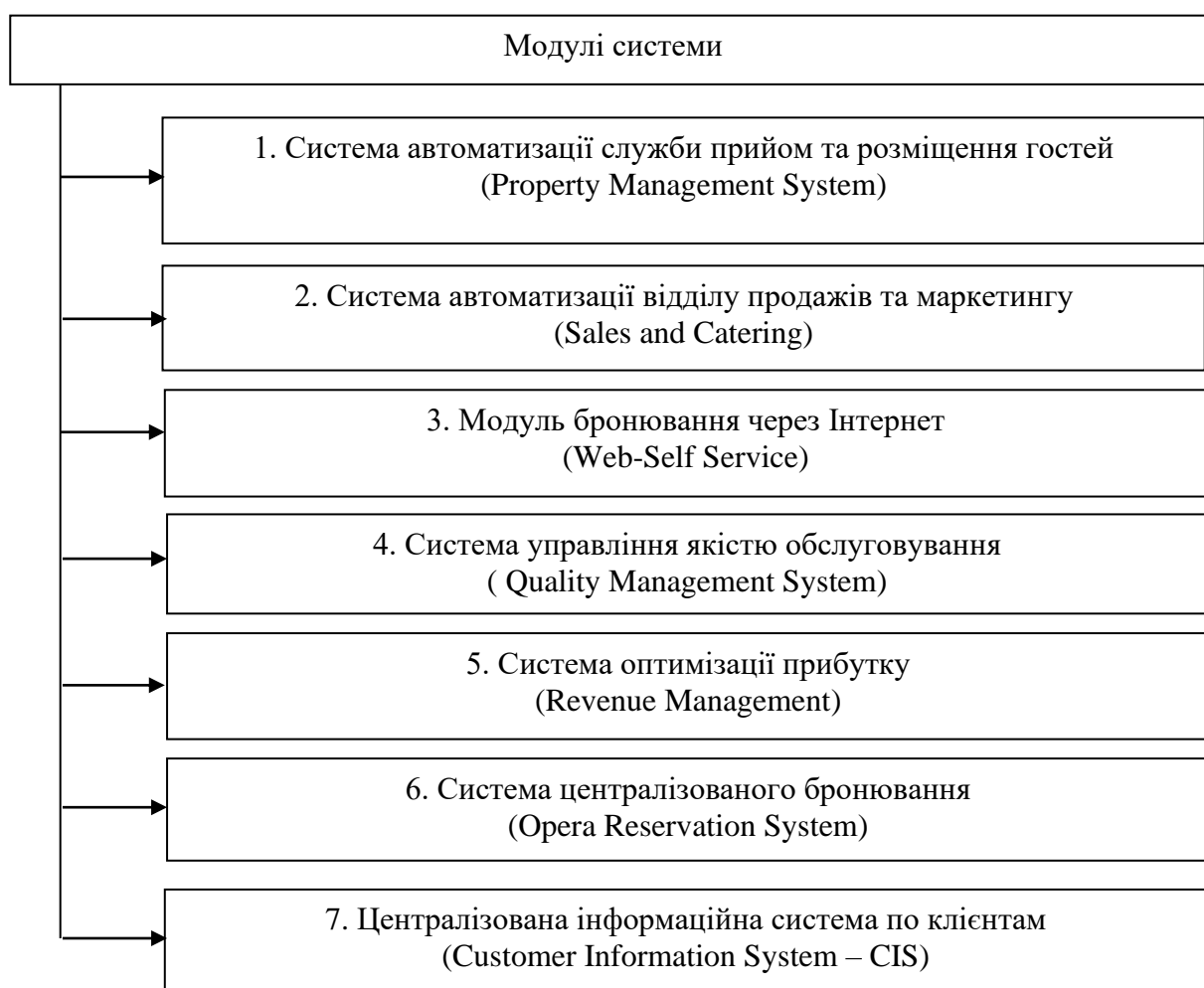


Рис. 3.7. Модулі Opera Enterprise Solution

Джерело: складено автором на основі [40]

Технології Opera Enterprise Solution дають унікальну можливість готелям для роботи в режимі клієнт-серверного додатку, а також через Інтернет-браузер

(«Стрункій клієнт»). Це дозволяє готелю зменшити витрати на кожному етапі життєвого циклу системи готелю. Важлива складова нової АСУ – це нічний аудит, тобто не має необхідності переривати роботу, що зазвичай відбувається при використанні інших АСУ. Система продовжує функціонувати в звичному режимі, нічні аудитори можуть формувати звіти в будь-який час протягом робочої зміни. Нічний аудит займає від 15 до 20 хвилин.

Система Opera Enterprise Solution підтримує більше 350 інтерфейсів, враховуючи інтерфейс із системою керування ресторанами, системою міні-барів, системою електронних замків, системами тарифікації телефонних дзвінків та Інтернет-послуг, системою керування рахунками клієнтів, кредитними картками, бухгалтерськими системами [29].

Значно спростити всі операції та підвищити виробництво та швидкість роботи дозволяють «гарячі» клавіші та скорочений клавішний набір. Якщо користувач забув комбінацію для клавіш будь-якої операції, можна зайти до вкладки «гарячі клавіші», на екрані відобразиться табличка де будуть показані іконки, що ілюструють призначення комбінацій клавіш. Основні характеристики системи Opera Enterprise Solution подані в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Основні характеристики Opera Enterprise Solution

Характеристики	Опис
1	2
Місце створення	Мюнхен
Використання	Використовується по всьому світу
База заснування	Заснована на базі Oracle
Призначення	Автоматизація управління
Основні принципи	Швидкість, надійність, функціональність, простота використання
Робота з клієнтами	Можливість індивідуальної роботи з кожним гостем окремо, на основі принципів розрахунків з гостем (нарахування сум за послуги на рахунок клієнта з оплатою при від'їзді, по факту)
Оплата проживання	Відбувається окремий облік готівкової оплати, безготівкових коштів, переведених на розрахунковий рахунок готелю та оплат, які здійснюються гостями кредитними картками
Режим дистанційного доступу	Може працювати в дистанційному режимі. Це зручно, коли офіс, в якому займаються бронюванням місць та готель територіально розподілені. Або коли декілька готелів керуються з одного центру

Продовження табл. 3.2

1	2
Нічний аудит	Нарахування сум за проживання на обліковий рахунок гостя здійснюється при проведенні нічного аудиту, сума нараховується по факту.
Номерний фонд	Призначена для автоматизації роботи готелів як в маленьких готелях, так і великих
Поселення	Забезпечує можливість попереднього продажу путівок з врахуванням вартості в залежності від індивідуального набору послуг, а також поселення по путівці, формування списків на харчування тощо
Гість	Можливо внесення різної інформації та зміни в картку гостя, його вподобання, скарги, побажання тощо
Архів гостей	Зберігається інформація щодо всіх гостей, які проживали в готелі
Робота	Працює швидко, без збоїв в системі
Система управління якістю	Наявна
Навчання	При встановленні системи відбувається обов'язкове навчання співробітників
Звіти	Дозволяє формувати більше 200 звітів
Бронювання місць	Бронювання номеру повністю
Вартість ліцензії	Від 750000 грн.

Джерело: складено автором на основі [29]

Важно зауважити, що Opera Enterprise Solution може бути встановлена як в маленьких готелях, так і у великих готелях та декількох готелях однієї мережі. Недоліком системи є її вартість, кінцева вартість буде залежати від кількості модулів, які будуть встановлені в готелі та розміру його номерного фонду. Після встановлення системи проводиться навчання персоналу, що є обов'язковим. Отже, автоматизована система управління Opera Enterprise Solution повністю відповідає вимогам до нової АСУ для готелю «Немо».

Номерний фонд готелю є ресурсом готелю, а правильне управління процесом його бронювання дозволяє використовувати його більш ефективно.

На сьогодні, сучасні інформаційні системи та технології дозволяють здійснювати бронювання через веб-сайт готелю, або через туристичні веб-сайти, глобальні мережі бронювання. Саме від індивідуальних клієнтів надходять найбільш вигідні бронювання. Важливу роль у залученні гостей до готелю відіграють туристичні агенції, які працюють в глобальних системах

бронювання, та які мають договори з готелями. Проте, готель в такому разі сплачує комісійну винагороду туристичному агентству.

Найбільш вигідним для готелю каналом є власний веб-сайт, оскільки в даному випадку не потрібно сплачувати комісійну винагороду. Для залучення більшості клієнтів в систему бронювання на веб-сайті готелю «Немо» пропонуємо розробити новий сайт для готелю в Інтернеті, що зумовлено рядом факторів:

- інтегрування веб-сайту готелю з глобальною системою бронювання дозволить здійснювати бронювання номерів без посередників;

- наразі зростає роль Інтернету в сфері реклами, з кожним роком дана тенденція збільшується. Таким чином, для готелю «Немо» варто розробляти не лише новий веб-сайт, а і проводити рекламну компанію через Інтернет. Саме власна сторінка в Інтернеті є найбільш популярним заходом надання реклами. Проте, сама сторінка, навіть професійно і якісно розроблена, не може гарантувати залучення уваги споживачів, якщо вона розміщується на сервері, який не дуже розкручений. Важливим є і те, що у всіх рекламних матеріалах готелю обов'язково необхідно вказувати адресу сторінки готелю в мережі Інтернет, а також поновлювати на ній інформацію частіше.

Готелю «Немо» необхідно зареєструватися в найбільших пошукових системах, особливо в Google. Також варто зареєструватися в каталогах ресурсів, які побудовані за принципом ієрархічних рубрик. Тобто, знайти рубрику «подорожі» або «туризм», потім підрозділ «готельні підприємства» та зареєструвати там готель. Завдяки реєстрації в пошукових системах та каталогах, вже мода буде залучити мінімальну чисельність відвідувачів сайту.

Наступним кроком пропонуємо розміщувати банерну рекламу готелю в Інтернеті, краще це робити на спеціалізованих туристичних сайтах, або сайтах які пов'язані з подорожами. На таких ресурсах можливо розміщувати не лише банерну рекламу, але і пропозиції від готелю.

Розвиток Інтернет сайту готелю «Немо» дозволить залучити більшу кількість клієнтів, а отже буде сприяти підвищенню прибутку готелю.

Маркетинговий план розвитку власного сайту готелю «Немо» в мережі Інтернет подано в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Маркетинговий план розвитку веб-сайту готелю «Немо»

Стратегічні завдання	Інструменти	Технологія	Термін виконання
Створення інформаційної бази з пакет-релізом та т.п.	Графічні зображення, навігаційна структура, оптимізований контент	HTML, XML, JavaScript, Flash	3 тижні
Створення електронного динамічного каталогу послуг та цін	Модуль адміністрування каталогу	MySQL, HTML, PHP, JavaScript	1,5 тижні
Розробка системи підбору консультацій та пошуку відповідей на питання за заданими критеріями	Інструменти обробки бази даних, створення сторінок «Пошук ціни», «Пошук відповіді», «Пошук послуги», використання кросс-селінгу	PHP, MySQL, HTML, JavaScript	1 тиждень
Розробка системи он-лайн консультацій з менеджерами та цільовою аудиторією споживачів	Створення сторінки «Менеджер он-лайн» та он-лайн спілкування через ZOOM, Skype	PHP, HTML	5 днів
Залучення цільової аудиторії споживачів на сайт готелю	Розміщення на тематичних порталах, групах, дошках оголошень в Інтернеті інформації про сайт готелю	MySQL, HTML, XML, JavaScript, Flash	2,5 місяця

Джерело: складено автором

Такти чином, для покращення управління готелем «Немо» запропоновано:

1. Впровадити нову автоматизовану систему управління Opera Enterprise Solution.
2. Оновити та просувати в мережі Інтернет власний веб-сайт готелю.

Порахуємо витрати на впровадження АСУ Opera Enterprise Solution, для початку розрахуємо витрат на оплату праці робітників (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Витрати на оплату праці працівників при впровадженні нової АСУ

Посада	Витрати часу, місяців	Середня заробітна плата на місяць, грн.	Всього витрат на оплату праці, грн.
Системний адміністратор	5	15000,0	75000,0
Інженер	4	18000,0	72000,0
Технолог	4	9500,0	38000,0
Разом	x	x	185000,0

Джерело: розраховано автором

Варто зазначити, що ще буде сплачено ЄСВ у розмірі 22,0%, тобто:

$$185000 \times 0,22 = 40700 \text{ грн.}$$

Вартість ліцензії АСУ Opera Enterprise Solution для готелю «Немо» буде становити 750000 грн.

Вартість ліцензії користувача (User License) становить 2500 грн.

Розрахуємо витрати на придбання ліцензії за формулою:

$$V_{\text{ліцензія}} = V_{\text{серверна}} + (V_{\text{користування}} \times n) \quad (3.1)$$

де $V_{\text{серверна}}$ – це витрати на ліцензію серверу, грн.;

$V_{\text{користування}}$ – витрати на ліцензію користування, грн.;

n – чисельність користувачів, осіб.

В готелі «Немо» користуватися АСУ будуть 14 осіб. Таким чином, необхідно придбати одну серверну ліцензію, та 15 ліцензій для користувачів:

$$\text{Витрати на придбання} = 750000 + (2500 \times 14) = 785000 \text{ грн.}$$

Вартість на технічну підтримку на один рік дорівнюють 10% від загальної вартості ліцензії:

$$\text{Витрати на тех. підтримку} = 785000 \times 10\% = 78500 \text{ грн.}$$

Розрахунок витрат на навчання персоналу подано в табл. 3.5. Так, на навчання буде відправлено 14 працівників. Загальні витрати на навчання користуванням нової АСУ Opera Enterprise Solution будуть становити 69600 грн.

Таблиця 3.5

Витрати на навчання персоналу готелю «Немо» користуванню новою АСУ Opera Enterprise Solution

Назва курсу	Вартість, грн.	Кількість осіб	Загальна вартість, грн.
Користувач Opera Enterprise Solution	4200,0	11	46200,0
Системний адміністратор Opera Enterprise Solution	8600,0	1	8600,0
Технолог Opera Enterprise Solution	7400,0	2	14800,0
Разом	x	14	69600,0

Джерело: розраховано автором

Зауважимо, що реалізація даного проекту враховує і інші витрати:

- витрати на електроенергію;
- витрати на послуги зв'язку (телефон, Інтернет);
- витрати на канцелярські товари.

Загальні витрати на впровадження нової АСУ Opera Enterprise Solution подані табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Витрати на впровадження АСУ Opera Enterprise Solution в готелі «Немо»

Стаття витрат	Сума витрат, грн.
Заробітна плата працівників	185000,0
Відрахування ЄСВ	40700,0
Вартість ліцензії	785000,0
Технічна підтримка	78500,0
Навчання персоналу	69600,0
Інші витрати	9500,0
Разом	1168300,0

Джерело: розраховано автором

Загальні витрати на впровадження нової АСУ Opera Enterprise Solution для готелю «Немо» будуть становити 1168300,0 грн.

Витрати на заробітну плату для розробників нового веб-сайту для готелю «Немо» та його на його просування подані в табл. 3.7.

Таблиця 3.7

Витрати на розробку та просування нового сайту для готелю «Немо»

Стаття витрат	Сума, грн.
Заробітна плата працівників	68400,0
Відрахування ЄСВ	15050,0
Інші витрати	24100,0
Витрати на банерну рекламу	125000,0
Разом	232550,0

Джерело: розраховано автором

Отже, загальна сума витрат на розробку та просування нового сайту для готелю «Немо» буде становити 232500,0 грн.

Розрахуємо економічну ефективність від впровадження запропонованих заходів щодо покращення управління в готелі «Немо» на основі використання інформаційних систем та технологій.

Оптимізація використання ресурсів готелю «Немо», економія витрат та більш ефективно здійснення всіх виробничих операцій буде досягнуто завдяки встановленню нової АСУ. Завдяки використанню нової АСУ час обробки комплексних замовлень які надходять до готелю буде оптимізовано, інформація щодо майбутнього заїзду гостей буде більш оперативно надходити до служби покоївок. Обробка даних щодо реалізації пакетів послуг також буде мінімізована. До мінімуму будуть зменшено дублювання інформації, що призведе до скорочення помилок у введенні даних.

Оперативне управління номерним фондом готелю дозволить оптимально планувати завантаження покоївок. Блок оптимізації управлінських рішень дозволить складати грамотні звіти, економити час для збору аналітичних та статистичних даних тощо. Використовуючи дані клієнтів можна буде надавати їм персоналізований сервіс, базуючись на їх вимогах, що дозволить збільшити кількість клієнтів, які захочуть повернутися в готель «Немо» ще не один раз, а також буде сприяти розповсюдженню гарних відгуків від клієнтів серед їх кола оточення.

Оновлення та просування веб-сайту готелю «Немо» дозволить підвищити ефективність рекламної діяльності готелю в мережі Інтернет, буде сприяти залученню нових гостей, та зростанню прибутку. Частка Інтернет-бронювання на сайті готелю «Немо» за прогнозом може збільшитися на 15-20%.

Зростання чистого доходу готелю «Немо» від:

1. Впровадження нової АСУ будуть приблизно на рівні 8%.
2. Оновлення сайту та рекламних заходів приблизно на рівні 4%.

Загалом зростання чистого доходу від запропонованих заходів буде на рівні 12%.

Загальні витрати на запропоновані заходи:

$$ЗВ = 1168300 + 232550 = 1400850 \text{ грн.}$$

Економічну ефективність розрахуємо за формулою:

$$Еф = ЧП / ЗВ, \quad (3.2)$$

де ЧП – чистий прибуток, грн.

$$Еф = 1998800 / 1400850 = 1,426$$

Термін окупності буде становити:

$$\text{Токуп} = 1400850 / 1998800 = 0,7 \text{ року.}$$

У табл. 3.8 подано економічну ефективність від впровадження запропонованих заходів в готелі «Немо».

Таблиця 3.8

Розрахунок економічного ефекту від запропонованих заходів для готелю «Немо»

Показник	Значення
Витрати на впровадження АСУ Opera Enterprise Solution, грн.	1168300,0
Витрати на оновлення веб-сайту та рекламу, грн.	232550,0
Зростання чистого доходу від впровадження запропонованих заходів, %	12,0
Економічна ефективність, %	42,6
Термін окупності, років	0,7

Джерело: розраховано автором на основі попереднього прогнозу

Таким чином, в результаті запропонованих заходів щодо інтенсифікації управлінської діяльності за допомогою використання інформаційних систем та технологій в готелі «Немо». Зростання чистого доходу прогнозується на рівні 12,0%. Економічна ефективність від запропонованих заходів буде становити 42,6%, термін окупності запропонованих заходів буде дорівнювати 0,7 року.

Отже, вважаємо запропоновані заходи ефективними та доцільними для впровадження в роботу готелю «Немо».

Висновки до розділу 3

Проведений аналіз використання інформаційних систем та технологій в роботі готелю «Немо» показав, що готель має гарне технічне оснащення. В роботі готелю задіяні технічні засоби, такі, як: комп'ютери, телефони, факси, принтери, сканери, тощо. Встановлені необхідні для роботи готелю програмні продукти, готель підключений до мережі Інтернет, супутникового телебачення, має електронні перекладачі, пожежну систему сигналізації тощо.

В готелі встановлена автоматизована система управління готелями ORAK Готель R5. Дана система не дивлячись на значний перелік своїх можливостей, має і ряд основних недоліків, які здійснюють вплив на ефективність роботи готелю «Немо». Серед основних недоліків визначено: відсутність наочного відображення планування послуг на кожний обраний день; відсутність дистанційного доступу до системи; відсутність обліку робочого часу персоналу та запису подій; відсутність інтеграції з іншими інформаційними системами; відсутність системи підказок в інтерфейсі.

Також, на основі проведеного опитування клієнтів готелю, виявилось, що однією з причин зменшення прибутку готелю є те, що значна кількість клієнтів не довіряють бронюванню номерів готелю на сайті готелю, а бронюють його через агентства в Інтернеті. В свою чергу, це призводить до того, що готель «Немо» сплачує комісійні партнерам, та втрачає відсоток доходу.

Для покращення управлінської діяльності та роботи готелю в цілому запропоновано впровадити нову АСУ Opera Enterprise Solution. Дана АСУ відповідає всім встановленим вимогам до нової АСУ для готелю «Немо» та дозволить уникнути тих недоліків, які має встановлена в готелі «Немо» АСУ ORAK Готель R5.

Для залучення більшої кількості відвідувачів на веб-сайт готелю «Немо» та зростанню бронювання номерів в готелі через нього, запропоновано його оновити та застосовувати рекламу в Інтернеті з метою його просування та популяризації серед користувачів.

За проведеними підрахунками на становлення та впровадження нової АСУ Opera Enterprise Solution готель «Немо» має витратити 1168,3 тис. грн. Витрати на оновлення веб-сайту та рекламу будуть дорівнювати 232,55 тис. грн. загальні витрати становитиме 1400,85 тис. грн.

За прогнозними розрахунками, зростання чистого доходу готелю «Немо» від впровадження нової АСУ буде на рівні 8,0%. Від оновлення та рекламування сайту в мережі Інтернет чистий дохід за прогнозом зросте на 4,0%. Економічна ефективність від запропонованих заходів буде становити 42,6%. Термін окупності дорівнювати 0,7 років.

Отже, запропоновані заходи щодо інтенсифікації управлінської діяльності готелю «Немо» на основі використання інформаційних систем та технологій є ефективними та можуть бути впроваджені в діяльність готелю «Немо».

ВИСНОВКИ

В ході написання роботи було проведено дослідження інформаційних систем і технологій, як засобів інтенсифікації управлінської діяльності підприємств туристичної сфери та зроблено наступні висновки.

1. Ефективна діяльність підприємств туристичної сфери в наш час багато в чому залежить від впроваджених на них інформаційних систем та технологій. Сфері туризму використовуються різні групи інформаційних систем, серед яких основними є: системи бронювання та резервування, геоінформаційні системи, інформаційні системи менеджменту, електронна комерція, інформаційні технології в системах управління готелями, системи підтримки туристичного бізнесу в Інтернеті.

Використання інформаційних систем та технологій дозволяє покращити роботу підприємств туристичної сфери, створювати нові продукти та послуги, підвищувати ефективність управління та якість обслуговування.

2. На сьогодні в світі майже 98% підприємств туристичної сфери використовують в своїй діяльності інформаційні системи та технології, найбільш поширеного користування набули глобальні системи он-лайн бронювання.

Автоматизовану систему управління готелями в світі використовують всі готелі від двох до п'яти зірок.

3. Дослідження стану використання інформаційних систем та технологій в Україні показало, що підприємства туристичної сфери почали впроваджувати в свою роботу дані системи із початку 90-х років ХХ ст. на сьогодні більшість готелі в країні мають автоматизовану систему управління. Туристичні оператори в свою чергу використовують інформаційні системи та технології, які розроблені для їх сфери діяльності, більшість туристичних підприємств використовують CRM-системи та програмні продукти для туристичних підприємств.

4. Досліджуваний в роботі готель «Немо» знаходиться в м. Одеса та працює на ринку готельних послуг із 2011 року. Номерний фонд готелю становить 180 номерів різних категорій. Готель «Немо» пропонує своїм гостям широкий спектр додаткових безкоштовних послуг, також надаються послуги за окрему плату. В загальній структурі номерів переважають номери категорії Покращений Стандарт – 48%, саме від даній категорії номерів готель «Немо» у 2021 р. отримав найбільшу частину доходу – 45%.

5. Аналіз виробничої програми готелю показав, що у 2021 р. кількість гостей, які розміщувалися в готелі «Немо» становила 3295 осіб. Коефіцієнт завантаження готелю у 2021 р. становить 8,83%.

Чистий дохід готелю «Немо» у 2020 р. характеризувався значним падінням, що є наслідком пандемічних обмежень. У 2021 р. чистий дохід становить 33183,0 тис. грн., чистий прибуток становив 1998,8 тис. грн. Проведений аналіз показав, що у період 2019-2021 рр. готель «Немо» був рентабельним та прибутковим.

Дослідження впливу факторів макросередовища на діяльність готелю «Немо» показало, що вони здійснюють на нього негативний вплив, найбільш негативно впливають на роботу готелю економічні фактори.

Оцінка рівня конкурентоспроможності готелю «Немо» серед його основних конкурентів в м. Одеса, що готель є лідером на ринку готельних послуг міста. Проведений SWOT-аналіз дозволив визначити шляхи покращення діяльності готелю «Немо», серед яких основними є: впровадження нової АСУ в роботу готелю, покращення рекламної компанії, розробка системи бонусів та знижок, удосконалення цінової політики.

6. Аналіз використання інформаційних систем та технологій в роботі готелю «Немо» показав, що існуюча АСУ в готелі має певний ряд недоліків, що призводить до зниження ефективності роботи готелю. Також, на основі проведеного опитування серед клієнтів готелю «Немо» визначено, що більшість них бронюють номери готелю не через офіційний сайт готелю, а через

посередників, результаті чого готель «Немо» витрачає зайві кошти на сплату комісійних посередникам.

7. Для інтенсифікації управлінської діяльності та збільшення об'єму чистого доходу та прибуток готелю «Немо» запропоновано провадити в роботу готелю нову АСУ Opera Enterprise Solution, яка дозволить підвищити ефективність системи управління готелем, його виробничих операцій, оптимізувати замовлення, які приходять до готелю, мінімізувати дублювання інформації, скоротити помилки, покращити оперативність роботи покоївок готелю, надавати персоналізовані знижки та пропозиції гостям на основі їх вподобань та вимог, та взагалі підвищити його дохід і прибуток.

Для підвищення бронювання на сайті готелю, запропоновано оновити сайт готелю «Немо» та покращити його рекламну компанію в Інтернеті.

Всі запропоновані заходи щодо інтенсифікації управлінської діяльності готелю «Немо» за рахунок використання інформаційних систем та технологій дозволять збільшити чистий дохід готелю на 12,0% та покращити систему управління діяльністю готелю «Немо» в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Автоматизація турбізнесу САМ СЕБЕ ТУР. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://softout.ru/default.asp?page=soft&id=19532>
2. Аракелян К.Р., Сайбель Я.В. Автоматизовані системи управління готельним підприємством: порівняльний аналіз / К.Р. Аракелян, Я.В. Сайбель // Вісник магістратури, 2016. - №6 (57). – С. 78-79.
3. Атанасов М. Вплив інформаційних технологій на розвиток підприємства / М. Атанасов // Гармонізація суспільства – новітній напрямок розвитку держави: Всеукр. наук. конф. аспірантів та молодих вчених, 25 березня 2014 р.: матер. конф. – Одеса, ОНЕУ. - С. 54-61.
4. Белявцева М.І., Воробйова В.Н. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. / М.І. Белявцева, В.Н. Воробйова. - К.: Центр навчальної літератури, 2017. - 407 с.
5. Бурдонос Л.І. Особливості маркетингу туристичних підприємств в Україні. / Л.І. Бурдонос // Економічний вісник університету, 2013. - №20/1. - С. 48-52.
6. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навч. посіб. / С.П. Гаврилюк. – К.: КНТЕУ, 2013. – 180 с.
7. Герганова М.П. Реклама туристичного продукту й послуг в Інтернеті./ М.П. Герганова // Інформатика та інформаційні технології. - Одеса: ОНЕУ, 2015. - С. 8-11
8. Готель «Немо» офіційний сайт. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://odessa.nemohotels.com>
9. Данько Н.І. Курінна С.С. Сучасні тенденції маркетингу на туристичних підприємствах. / Н.І. Данько, С.С. Курінна // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм», 2018. - №7. - С. 102-108.
10. Іванова З.О. Стратегічне управління підприємствами туристичної галузі. / З.О. Іванова // Вісник КНУТД, 2015. - №6(93). - С. 65-68.

11. Інтернет системи в індустрії гостинності. Компоненти маркетингу. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://sites.google.com/site/wintersky44/ekzamenacionnye-voprosy/40-internet-sistemy-v-industrii-gostepriimstva-komponenty-marketinga>

12. Інформаційне забезпечення туризму: підручник / Н.С. Морозова, М.А. Морозов, А.Д. Чудновський, М.А. Жукова, Л.А. Родигин. – М.: Федеральне агентство по туризму, 2014. – 288 с.

13. Інформаційні технології в індустрії туризму: навч.-метод. посіб. / В.Ф. Іконников, М.Н. Садовська. – Мінськ: РИПО, 2014. – 78 с.

14. Історія успіху TripAdvisor. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.invest-rating.ru/famous-investors/istorija-uspeha-turisticheskoy-kompan/>

15. Кабушкін Н.І. Менеджмент готелів та ресторанів: навч. посіб. / Н.І. Кабушкін. – Мінськ: Нове знання, 2012. – 368 с.

16. Кізім А.В. Інформаційні технології в туризмі: навч. - метод. посібник / А.В. Кізім. – Астрахань: АГУ, Видавничий дім «Астраханський університет», 2011. – 146 с.

17. Ковешніков В.С. Організація готельно-ресторанної справи: навч. посіб. / В.С. Ковешніков, М.П. Мальська, Х.Й. Роглев. - К.: Кондор, 2015. - 752 с.

18. Компанія «Micros-Fidelio». Система автоматизованого управління готелем. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://micros.rs/en/micros-fidelio.html>

19. Комплекс «ТитБит». Автоматизація туристичного бізнесу. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://a2a.com.ua/new/>

20. Конспект лекцій. Маркетингова товарна політика. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/56/4016.html>

21. Круль Г. Основи готельної справи: навч. посібн., 2-ге вид. /Г. Круль. – К. : Центрнавч. літ-ри, 2017. – 368с.

22. Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі: навч. посіб. / В.М. Лисенко // Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна». – К., 2017. – 100 с.
23. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Навч. посіб. 2-ге вид. / М. П. Мальська, Пандяк І.Г. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 472 с.
24. Оболенцева Л.В., Павленко А.А. Маркетинг та його роль у розвитку туристичної індустрії регіону. / Л.В. Оболенцева, А.А. Павленко // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2015. №9. С. 141-145.
25. Оганджян О.П. Інформаційні технології в туризмі: навч. - метод. посіб. / О.П. Оганджян // М-во освіти РБ, УО «ВГУ» ім. П.М. Машерова. – Вітебск, 2012. – 134 с.
26. Офіційний сайт компанії Amadeus.com. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://amadeus.com/ru>
27. Роль інформаційних технологій в розвитку тури бізнесу. [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://tourlib.net/statti_tourism/teodorovich2.htm
28. Романкін О.В. Давидова О.Г. Особливості маркетингових комунікацій у туристичній сфері: світовий досвід. / О.В. Романкін // Причорноморські економічні студії, 2017. - №13-1. - С. 22-26.
29. Сайт компанії Booking.com. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.booking.com/content/about.ru.html?>
30. Сайт компанії Travelport. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.travelport.com/>
31. САМО-тур – програма для автоматизації туроператора. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://samo.ru/tour.html>
32. Система бронювання GALILEO. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.aviatour-expert.ru/sistemy-bronirovania/galileo/>
33. Система бронювання Sabre. [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://news_enc.academic.ru/11527

34. Система бронювання Worldspan. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://studfile.net/preview/1806085/page:8/>
35. Система «Парус-туристичне підприємство». [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.livebusiness.ru/tool/1948/>
36. Система управління готелем Lodging Touch LIBICA. [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://bstudy.net/656626/turizm/sistema_upravleniy
37. Хруцький В.Є., Корнеєва І.В. Сучасний маркетинг: підручник / В.Є. Хруцький, І.В. Корнеєва. – М.: Фінанси та статистика, 2014. – 528 с.
38. Шостак М.А., Яковлева М.А. Інтернет-сервіси в туризмі: класифікаційний підхід / М.А. Шостак, М.А. Яковлева // Економіка та підприємництво, 2020. - №5. С. 1463-1480.
39. Global Distribution System Market. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.transparencymarketresearch.com/global-distribution-system-market.html>
40. Opera Enterprise Solution. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://present5.com/opera-enterprise-solution-cistema-upravleniya-otelem/>
41. YouControl – сервіс перевірки контрагентів. ТОВ «Дельфінарії «Немо». [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/37874135/

Додатки

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСОБИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛІВ

Антоненко І.Я., д.е.н., Рамізов Д.В., здобувач
Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ

Вступ. Використання інформаційних систем та технологій в готельних підприємствах України почалося з 90-х років ХХ ст. Саме тоді Інтернет почав перетворюватися на глобальний інформаційний простір.

Актуальність теми полягає в тому, що більшість підприємств в готельній сфері в світі, на сьогодні в своїй роботі використовують інформаційні системи та технології, які дозволяють спростити, пришвидшити, удосконалити та зробити більш ефективною свою роботу.

Матеріали та методи. Проведене дослідження ґрунтується на застосуванні аналізу і синтезу, системному підході.

Результати та обговорення. В готельній сфері наразі існує більше десятка продуктів автоматизованої системи управління готелями від різних компаній, більшість з яких є зарубіжними (OPERA, Fidelio, Eritome Servio, R-Keeper, InStyle, Інтероль, Едельвейс), проте є й українські розробки (ProHotel, SuperHotel, B52 та ін.) [1].

Більшість зарубіжних компаній мають своїх дистриб'юторів в Україні, які в свою чергу є і інсталяторами програми в готелях. В основному всі програми забезпечують ведення обліку у відповідності до вітчизняного законодавства, що реалізується завдяки інтеграції із бухгалтерською системою. Наступна відмінність від західних готелів – автоматизована система управління в українських готелях має дозволяти заселення гостей не лише за номерами, а й за ліжко-місцями. Варто також зауважити, що західні системи дають більшу свободу в роботі своїм співробітникам в прийнятті рішень, що не скажеш про українські програмні продукти, до яких висуваються вимоги в обмеженні свободи дій персоналу. В таблиці подано приклади автоматизованих систем управління готелями в Україні.

Таблиця

**Автоматизовані системи управління готелями, які використовуються
в Україні**

Продукт	Виробник	Інсталятори та дистриб'ютори в Україні	Приклади клієнтів в Україні	Основні споживачі
1	2	3	4	5
Fidelio	MICROS-Fidelio (США)	HRS	Апарат-готель «Шале-Рояль» (Трускавець)	Готелі від трьох до п'яти зірок
OPERA	MICROS-Fidelio (США)	HRS	«Вілла Амбасадор» (Трускавець), «Інтерконтиненталь Київ» (Київ)	Мережеві готелі
Eritome PMS	SoftBrand (США)	Libra Hospitality	«Прем'єр-Палас» (Київ)	Готелі від трьох до п'яти зірок, мережеві готелі
Готель-2.3	Інтеротель (РФ)	Інтеротель	Дані відсутні	Готелі від двох до п'яти зірок
Едельвейс	Рексофт (РФ)	UCL	Готель «Спорт» (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок
B52 Отель	Студія ПЛЮС (Україна)	Аль-ТАБ (Київ) Ректа (Мукачеве)	«Бізнес-готель «Континенталь» (Одеса), Примор'є (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок
Servio HMS	НКТ (РФ)	Експерт Солюшен	«Джоконда» (Одеса), «Опера» (Львів)	Готелі від двох до чотирьох зірок
ProHotel, SimpleHotel	Топ Поінт АйТи (Україна)	Топ Поінт АйТи і партнери-інтегратори	«Сезони СПА» (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок
Shelter	UCS (РФ)	UCL	Дані відсутні	Готелі від двох до чотирьох зірок

Продовження додатку А

Продовження таблиці

SuperHotel	Альтінет (Україна)	Альтінет	Пансіонат «Рута»(Затока)	Готелі від двох до чотирьох зірок
Intellect Style	ККС	Hello!, Юніком, Ютіс та ін.	Готель «Київ» (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок
GS:Управління готелем	Глобал Софт	Глобал Софт	Готель «Дружба» (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок
1С: Підприємство 8. Готель	1С	Компанії 1С: Франчайзи	Дані відсутні	Готелі від двох до чотирьох зірок
1С-Parus	1С-Parus	Глобал Софт, Центр бізнес-технологій та ін.	Дані відсутні	Готелі від двох до чотирьох зірок
SmartHotel	Смарт Лаб	Смарт Лаб	Готель «Казацький» (Київ)	Готелі від двох до чотирьох зірок

Джерело: [2, с. 50]

Висновок. Отже, українські готелі мають достатній досвід та широкий вибір автоматизованих систем управління готелем. АСУ є одним з основних засобів ведення конкурентної боротьби на ринку готельних послуг, тому запровадження та використання таких систем у повсякденній діяльності готелів є важливим фактором для успішного розвитку їх бізнесу.

Література

1. Компанія «Micros-Fidelio». Система автоматизованого управління готелем. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://micros.rs/en/micros-fidelio.html>
2. Лисенко В.М. Інформаційні технології в туризмі / В.М. Лисенко // Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна». – К., 2019. – 100 с.

**Аналіз відвідування та конверсій найбільш популярних
Інтернет-сервісів в туризмі**

Назва	Відвідання (за рік)	Відгук клієнтів (середнє значення за рік)	Конверсія
Booking	19 145 040 000	2 930 640 000	15,3%
Airbnb	9 231 240 000	662 880 000	7,2%
Galileo	5 306 880 000	1 428 480 000	26,9%
Agoda	1 807 440 000	447 240 000	24,7%
Couchsurfing	479 640 000	58 920 000	12,3%
Aviasales	292 846 536	129 360 000	44,2%
TripAdvisor	285 720 000	59 760 000	20,9%
Kassir	194 040 000	56 880 000	29,3%
Level.Travel	141 720 000	18 480 000	13,0%
Travelata	91 080 000	12 840 000	14,1%
12Go.Asia	73 080 000	18 360 000	25,1%
Wikiroutes	58 440 000	23 640 000	40,5%
Go.Euro	56 428 784	12 192 483	21,6%
Kayak	54 240 000	11 172 000	20,0%
Economybookings	45 840 000	10 980 000	24,0%
Onlinetours	43 800 000	10 392 000	23,7%
Away	26 400 000	6 024 000	22,0%
Anywayandly	18 600 000	7 068 000	38,0%
Momondo	17 400 000	2 424 000	13,9%
Driamlines	14 640 000	3 132 000	21,4%
Sputnik8	13 440 000	4 080 000	30,4%

Джерело: [38, с. 1474]



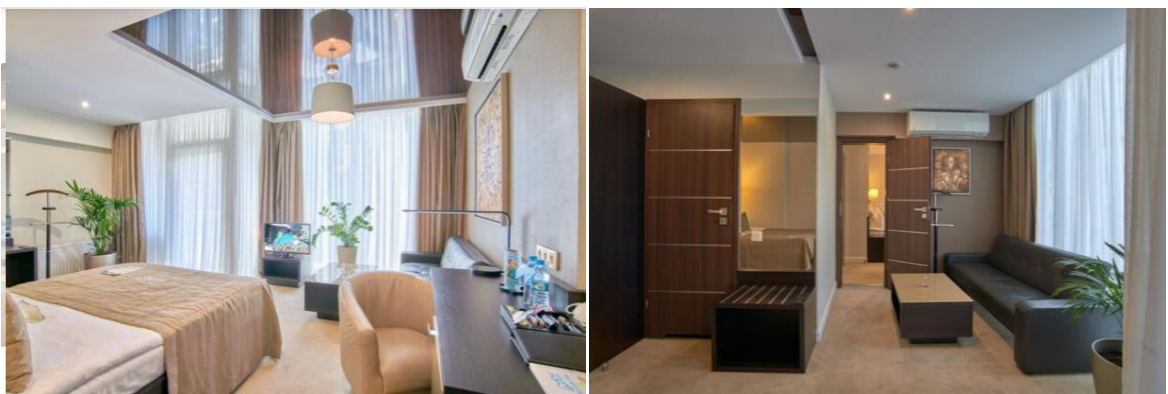
Номери категорії «Стандарт» в готелі «Немо»

Джерело: [8]



Номери категорії «Покращений Стандарт» в готелі «Немо»

Джерело: [8]



Номери категорії «Суміжні Покращені Стандарт» в готелі «Немо»

Джерело: [8]

Продовження додатку В



Номери категорії «Люкс» в готелі «Немо»

Джерело: [8]



Номери категорії «Сімейний Люкс» у готелі «Немо»

Джерело: [8]



Номери категорії «Президентський Люкс» у готелі «Немо»

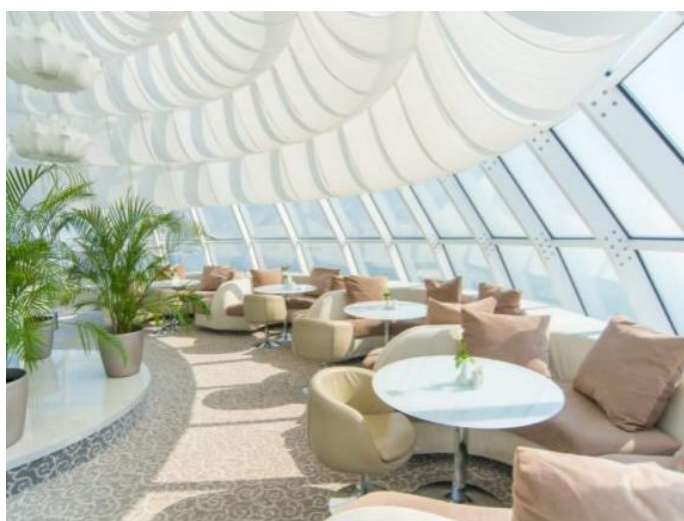
Джерело: [8]



Ресторан «Дельфін» та приклад страв сніданку «шведського столу» для готелю «Немо»

Джерело: [8]

Додаток Д



Ресторан «Panorama & Piano Bar»

Джерело: [8]