

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра технологій в ресторанному господарстві,
готельно - ресторанної справи, та підприємництва

КУРСОВА РОБОТА

з ”Організації готельного господарства”
на тему: „Сучасні методи бронювання готельних послуг в Україні”

Студентка групи ГРС-18
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
Лабойко В.О.

Керівник: Приймак Н.С.

Національна шкала _____
Кількість балів: _____
Оцінка ECTS: _____

Члени
комісії

_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)

Кривий Ріг – 2020 рік

ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра технології в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної справи
та підприємництва

Дисципліна: Організація готельного господарства
Спеціальність 241 "Готельно-ресторанна справа"

Курс 3 Група ГРС-18

З А В Д А Н Н Я
на курсову роботу студента

Лабойко Вікторія Олександрівна

(Прізвище, ім'я та по батькові)

1. Тема роботи) Сучасні методи бронювання готельних послуг в Україні

2. Термін здачі студентом виконаної роботи _____

3. Вихідні данні до роботи

навчальна та наукова література, періодичні видання з проблематики
дослідження, статистична інформація

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які треба розробити) _____

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкового креслення) Рисунки, таблиці, схеми

6. Дата видачі завдання _____

ПЛАН

№ п/п	Найменування етапів курсової роботи	Примітки
1	Вибір теми курсової роботи	
2	Вибір та опрацювання літературних джерел та джерел інтернету	
3	Складання плану та його узгодження із науковим керівником	
4	Написання розділу 1	
5	Написання розділу 2	
6	Написання розділу 3	
7	Формування та написання висновків та пропозицій	
8	Оформлення додатків	
9	Оформлення списку використаних джерел літератури та джерел інтернету	
10	Чистове оформлення курсової роботи	
11	Подання роботи на перевірки науковому керівнику	
12	Перевірка курсової роботи на дотримання усіх норм доброчесності	

Студент

_____ (підпис)

_____ (Прізвище, ім'я та по батькові)

Керівник

_____ (підпис)

_____ (Прізвище, ім'я та по батькові)

« »

_____ 2020 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти організації та технології бронювання послуг на підприємстві готельного господарства.....	7
1.1 Організація і технологія обслуговування гостей службою бронювання	7
1.2 Застосування Інтернет технологій у процесі обслуговування споживачів готельного господарства.....	12
РОЗДІЛ 2. Аналіз порядку бронювання послуг готелю LagunaPark	16
2.1 Оформлення веб-сайту LagunaPark та методи зменшення відмови відбронювання.....	16
2.2 Цифрові технології та стосунки готелю LagunaPark зі своїми клієнтами.....	18
РОЗДІЛ 3. Пропозиції по вдосконаленню організації бронювання послуг.....	20
3.1 Впровадження автоматизованої системи управління готелем.....	20
3.2 Переваги використання сучасних систем бронювання	22
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	25
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	27

ВСТУП

Готельне господарство в Україні є займає одне з найперших місць в туристській індустрії. Структура готелю, що призначена для розміщення клієнтів, займає одне з найперших місць при формуванні туристичної інфраструктури, адже умови проживання в готелі та відмінне обслуговування в першу чергу впливають на рівень туристичного сервісу. Таким чином, готельна індустрія стає дуже стрімко зростаючим бізнесом, що в свою чергу приносить значні грошові надходження, в тому числі і валютні.

«Готельне господарство являє собою багатофункціональне господарство, до якого належить значна кількість різних відділів, які є основними для суміжних сфер господарювання» [2]. Це пов'язано з тим, що основне призначення, крім головної послуги, що є наданням проживання, готельне господарство також надає додаткові послуги. Важливе значення даних послуг – це візуальні розповіді історій є життєво важливою, як і знання того, які візуальні ефекти використовувати. Образи створюють емоції у людей та розкривають їхню уяву. Кімнати для гостей - це найбільш переглядаються зображення на веб-сайтах готелів. Це означає, що керівництво готелю повинно вести за собою зображення своїх номерів на своєму веб-сайті, щоб зацікавити збудити мандрівників.

Перше, з чим стикається гість задовго до заїзду в готель, це звичайно бронювання номерів. Бронювання здійснюється таким чином по перше з метою резервування номерів певної категорії на певну дату під конкретні попередні цілі клієнтів.

Дана служба з бронювання займає важливе місце в структурі готельного господарства, адже бронювання безпосередньо впливає на завантаження готелю, що визначає її рентабельність. Ефективність роботи служби звичайно залежить від технології бронювання.

На теперішній час важко уявити, як раніше здійснювалося бронювання в готелях при відсутності сучасних технологій, систем комп'ютерного бронювання. В даний час ці системи широко поширені і добре скоординовані. І тому, багато готелів

створюють свій web-сайт, з метою спростити процес пошуку інформації та заощадити час майбутнього гостя.

Попереднє бронювання та резервування місць - це найголовніший етап, з якого починається обслуговування клієнтів в готелі. Процес резервування або бронювання зазвичай включає головний перший зв'язок між клієнтом та готелем, і буде процес бронювання номерів у готелі простішим, доступнішим, та швидшим для потенційних клієнтів, тим їх більше можна буде забронювати в готелі, тим самим, мати більший прибуток.

Метою даної роботи виступає дослідження сучасних методів бронювання послуг у готелях України та визначення напрямів їх удосконалення.

Завдання дослідження:

- Опрацювати теоретичні аспекти організації та технології бронювання послуг на підприємстві готельного господарства
- Дослідити організацію і технологію обслуговування гостей службою бронювання
- Проаналізувати порядок бронювання послуг готелю LagunaPark
- Розглянути оформлення веб-сайту та методи зменшення відмови від бронювання

Дослідити цифрові технології та стосунки готелю LagunaPark зі своїми клієнтами

- Надати пропозиції по вдосконаленню організації бронювання послуг
- Розглянути впровадження автоматизованої системи управління готелем
- Дослідити переваги використання сучасних систем бронювання

Об'єкт дослідження: методи бронювання послуг у готелях.

Предмет дослідження: ефективність методів бронювання послуг у готелях України та сучасні напрями їх удосконалення.

Методи дослідження: аналіз, узагальнення, синтез, порівняння та пошук теоретичних знань з літературних джерел та джерел інтернету.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ БРОНЮВАННЯ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1 Організація і технологія обслуговування гостей службою бронювання

Технологічні процеси які відбуваються при обслуговуванні клієнтів у готелях характерні циклічністю послідовним повторенням процесу обслуговування клієнта від часу його прибуття до самого відїзду. Технологічний цикл обслуговування – це свого роду уніфікований стандартний обсяг послуг із певною послідовністю їх наданням, яким має намір скористатися клієнт, та які пропонує підприємство готельного господарства.

Перелік наданих послуг, та їх якість зазвичай є варіативною, але основні етапи з надання послуг завжди забезпечуються в певній послідовності, яка має чотири стандартних етапи:

1. До приїзду в готель - бронювання (Reservation).
2. Прибуття клієнта в готель (Arrival), реєстрація (Check in Procedure) та розміщення клієнта (Accommodation).
3. Проживання (Staying) й обслуговування гостя в готелі.
4. Виїзд (Departure), остаточна оплата гостем за послуги які надані в готелі. Перший етап гостьового циклу починається із спілкування потенційного клієнта з персоналом готелю задовго до прибуття його у готель. Спілкування здійснюється через телекомунікаційні засоби та пов'язане з можливістю попереднього замовлення (бронювання) послуг готелю.

Інформація про змогу бронювання номерів (місць) може надходити з різних джерел: постійних та епізодичних. Постійні до джерела заявок на бронювання надходять від туристичних агентів із продажу, компаній, фірм, які проводять конференції, виставки, семінари, можливо також від промислових і інших компаній,

які поблизу розташувани до готелю, що зумовлює необхідність розміщення співпрацівників, партнерів у бізнесі. До постійних джерел бронювання також належить централізоване (ОВБ). Епізодичні або поодинокі заявки на бронювання номерів зазвичай надходять від фізичних осіб або компаній, у яких виникла потреба в одноразовому розміщенні в готелі. У процесі першого потенційного контакту клієнт отримує від певного персоналу готелю вагому інформацію про асортимент надання послуг, розташування відомих об'єктів, тарифи тощо або може підтвердити важливу для себе інформацію про готель. Попереднє спілкування завершується внесенням працівником служби рецепції заявки клієнта в журнал реєстрації календарного бронювання номерів та обліку клієнтів у готелі. З цих пір починається офіційний початок гостьового циклу обслуговування клієнта у готелі. «Журнал реєстрації заявок бронювання номерів або місць та обліку клієнтів у готелі, крім прогнозування і планування обсягів завантаження готелю, раціонально розподіляє на перспективу затрати зусиль та ресурсів у створенні готельного продукту, руху фінансових ресурсів, визначає необхідну кількість штатних працівників та ін» [1]. Упродовж першого етапу гостьового циклу відбувається остаточна підготовка засобу розміщення до прийому гостя, до прибуття підтверджується факт його приїзду, ймовірна часткова зміна терміну прибуття, необхідність трансферу, передбаченого послугами готелю, за бажанням гостя екскурсійні послуги, спрямовані на ознайомлення з культурно-історичними особливостями міста. У переддень поселення здійснюють остаточнегенеральне прибирання номера.

З прибуттям гостя у готель розпочинається друга фаза гостьового циклу причетна до організації поселення гостей. Гість отримує інформацію про послуги, особливості організації роботи готелю, його планування, попередньо оплачує проживання та наперед обумовлені додаткові й супутні послуги які будуть надаватися в готелі. Таким чином ця фаза виконує інформаційну, адаптаційну і комунікаційну функції. Потрібно зрозуміти аудиторію, на яку хочете орієнтуватися. Першим кроком до того, щоб запропонувати клієнтам унікальну точку продажу, є знання, на кого хочете націлитись, а хто відвідає веб-сайт готелю.

Наприклад, готель очікує, що більшість гостей будуть тисячоліттями, тож маркетингова кампанія прямого бронювання компанії підкреслює досвідчені «радості» перебування в певному готелі.

Дослідження найпоширенішої демографічної групи буде варте того, оскільки готель може почати формувати свої пропозиції, щоб ідеально відповідати гостям.

Забезпечити цікаві заохочення постояльцям здійснювати прямі бронювання.

Наприклад, приблизно половина гостей, найімовірніше, забронюватиме пряме бронювання, якби готель запропонував покращити номер як заохочення. На другому місці - безкоштовне обслуговування номерів майже на чверть.

Часто подібне доповнення не призведе до збитку у готельному бізнесі, але може стати потужним мотиватором для мандрівників здійснювати прямі бронювання та заощаджувати. Насправді, якщо в зробити оновлення для гостя, можна перепродати оригінальний стандартний номер - фактично продавши цей номер двічі.

Третя фаза гостьового циклу найтриваліша та пов'язана з обслуговуванням гостей при проживанні в готелі, і дана фаза є центральною.

Служба прийому та розміщення (служба рецепції) забезпечує прийом, реєстрацію, розміщення туристів по номерах, розрахунки, бронювання місць та організацію відправлення клієнтів у наступний пункт подорожі або додому. Зазвичай, службу очолює менеджер з розміщення. У його підпорядкування входять: бюро реєстрації, порт'є, адміністратори, бюро обслуговування, швейцари, гардеробники, комірники камери схову, служба бронювання.

Служба керування номерним фондом відповідає за вирішення питань, пов'язаних із бронюванням номерів, прийомом гостей, які прибувають до готелю, їх реєстрацією та розміщенням по номерах, і також відправленням додому або до наступного пункту маршруту подорожі після закінчення туру.

Також дана служба забезпечує обслуговування клієнтів у номерах, підтримує необхідний санітарно-гігієнічний стан номерів та рівень комфорту номерів, займається наданням побутових послуг клієнтам.

Адміністративна служба несе відповідальність за організацію керування всіма службами готелю, вирішує фінансові питання, питання кадрового забезпечення, займається створенням та підтримкою необхідних умов праці для персоналу готелю, контролює дотримання встановлених норм та правил з охорони праці, техніці безпеки, протипожежної і екологічної безпеки. Спростить гостям, запропонувавши маршрутний пакет - готовий комплекс заходів по всій околиці. Ви можете отримати кілька захоплюючих вражень для певних типів гостей. Це може включати сімейний пакет, який пропонує квитки до місцевих визначних пам'яток з ваучерами на їжу у вашому ресторані. В інший день він може надати квитки в дитячий ігровий центр, поки батьки насолоджуються розслаблюючим масажем.

Якщо зробити прямі бронювання готелів кращими та цікавішими з додатковими послугами. Адже додаткові послуги є невід'ємним елементом стратегії прямого бронювання в готелі. Це безпрограшна ситуація: вони покращують досвід гостей, одночасно збільшуючи прибуток готелю.

«Служба бронювання є складовою частиною служби прийому та розміщення, а чисельність її співробітників залежить від величини готелю. Зазвичай служба бронювання працює в денні години, а у вечірній та нічний час цю роботу виконує черговий адміністратор (нічний аудитор). Процес бронювання дуже важливий для готелю, і на співробітниках, які займаються цією роботою, лежить велика відповідальність» [3]. Заявки на бронювання номерів приймають від індивідуальних клієнтів або від організацій. Як правило, заявки на групу надходять задовго до дати поселення, а індивідуальні - за кілька днів, за видами бронювання.

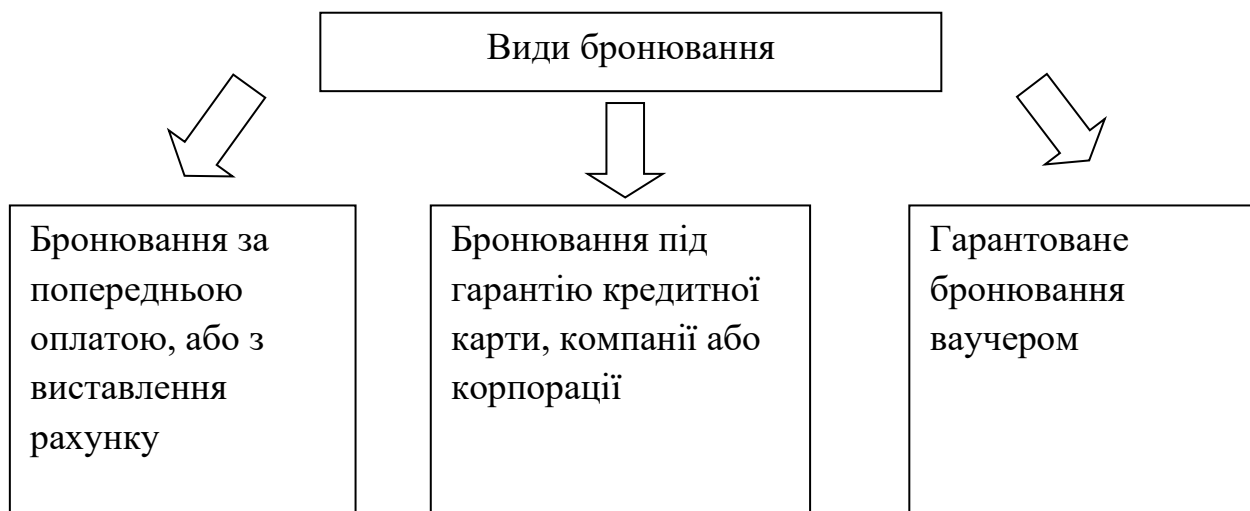


Рисунок 1.1 –Види бронювання

Бронювання за передоплатою передбачає повну оплату за весь період проживання в готелі. Попередня оплата здійснюється, як правило, банківським переказом. Термін підтвердження передоплати встановлюється готелем, але не менше однієї доби до заїзду гостя. З точки зору служби прийому та бронювання - це найбільш краща форма гарантованого бронювання. Бронювання за виставлення рахунку (внесення депозиту або передоплата) передбачає, що гість платить певну суму до заїзду. Якщо бронювання здійснюється на тривалий термін, то передоплата може бути більше. У разі скасування бронювання (до терміну, після якого починаються штрафні санкції) передоплата повертається, в разі зміни дати заїзду (зміни повинні бути заявлені заздалегідь), передоплата переноситься, в разі заїзду гостя передоплата використовується для оплати за проживання та інші готельні послуги.

«Ці факти дають зрозуміти, що додаткові послуги - це не просто побічна тенденція - це набір додаткових продуктів, які ви завжди повинні намагатися налаштувати та вдосконалити у своєму готелі» [3]. Ось кілька ідей, які слід врахувати, коли мова йде про продаж додаткових послуг під час бронювання: Послуги трансферу багато гостей люблять користуватися громадським транспортом або просто ходити з місця на місце, як тільки вони прибувають до місця призначення. Це означає, що вони не будуть орендувати машину, а можуть віддавати перевагу зручності трансферу з аеропорту безпосередньо до готелю. Пропонуючи послуги трансферу як додаткову послугу у готелі, можна дозволити їм зручно забронювати все, що їм потрібно відразу.

Товари та подарунки є популярною додатковою послугою серед гостей, зокрема тих, хто святкує особливу подію у своїй поїздки. Пляшки шампанського, свіжі, місцеві фрукти та місцеве вино - це товар, який можна продати своїм гостям під час бронювання.

Екскурсії та заходи. Все більше і більше гостей та туристів шукає універсальний шопінг, коли справа доходить до планування їх відпочинку. Пропонуючи пакети

номерів, що включають місцеві екскурсії або заходи, які сподобаються мандрівникам. Окрім отримання додаткового доходу на пакеті бронювання, ймовірно, є змога заробити комісію від туристичної компанії, з якою готель співпрацює у певному районі. Це чудовий спосіб стимулювати місцеву туристичну індустрію, одночасно створюючи додатковий бізнес для готелю. І звичайно, клієнт виграє завдяки ідеальному перебуванню в готелях та екскурсіях чи активних заходах

Бронювання під гарантію кредитної карти. Більшість компаній міжнародних платіжних систем дотримуються політики страхування готельних підприємств. Ці компанії зобов'язують гостя виплачувати неустойку готелі в разі його неприбуття при гарантованому бронюванні.

Готель повинен застрахувати себе від неявки клієнта і відповідно від неотримання доходів. Готель просить клієнта вказати реквізити кредитної картки гостя, гарантуючи собі оплату номера навіть в разі неявки клієнта.

«Як правило, ануляція замовлення без штрафних санкцій по відношенню до клієнта здійснюється не менше ніж за 24 години до заїзду в готель» [5]. Пізніша ануляція або неприбуття в готель тягнуть за собою виплату готелі в замовленому номері протягом однієї доби. неустойки з боку клієнта в розмірі вартості проживання.

1.2 Застосування Інтернет технологій у процесі обслуговування споживачів готельного господарства

За останні роки ніщо так не сприяло успішному розвитку економіки країни як різні технологічні інновації. Автоматизовані системи управління готелю, найбільшевикористовуються в готелях світу і в Україні. режим бронювання повідомляє керівництву готелю, як бронювання дійшло до готелю. Наприклад, запит на бронювання може дістатися до готелю традиційними методами, такими як письмовий режим, такий як лист, факс, телекс або електронна пошта, або за допомогою усного режиму, як телефон або особисто і т. д. Технічний прогрес

дозволяє створювати нове та покращувати роботу вже існуючих підприємств різних напрямів.

Висока економічна ефективність використання комп'ютерних технологій спонукала їх власників боротися за статус на ринку.

На сьогоднішній день існує декілька професійних розробок, що користуються попитом при виборі автоматизованої системи управління.

«У сучасну епоху більшість бронювання здійснюється через такі режими, як веб-сайт, OTA, мобільні програми, соціальні мережі тощо. Письмовий режим: Електронна пошта - найпоширеніший спосіб спілкування Електронна пошта - ця електронна пошта, що дозволяє миттєво зв'язатися з готелем. Готель обробляє запит на бронювання на основі наданих деталей» [9]. Цей режим бронювання є швидким і дуже зручним.

Факс - передача факсу або факсимільного зв'язку використовує техніку електронного сканування для надсилання копій документа по звичайній телефонній лінії через спеціальний апарат, який друкує однакові копії документа. Це дає можливість миттєво надіслати запит на бронювання. Готелі обробляють запит відповідно до деталей та надсилають гостю листа з підтвердженням.

«Лист - цей режим зазвичай використовується турагентами, туроператорами, компаніями та корпоративними будинками, які надсилають запит на бронювання в готель на бланках своєї компанії. Готель здійснить бронювання відповідно до деталей, Telex - або Tele Printer Exchange передбачає використання спеціалізованих телефонних ліній, де повідомлення передається в письмовій формі» [9].

Онлайн-режим є найкращим режимом бронювання в цю епоху Інтернету, Інтернету та мобільних телефонів. Головною перевагою онлайн-режиму є те, що готелі завжди доступні для бронювання та генерують миттєвий ваучер на підтвердження відповідно до доступності в режимі реального часу.

Інші переваги онлайн-режиму полягають у тому, що готель також може попросити гостей внести передоплату за бронювання заздалегідь і зменшити ймовірність незаїзду.

«Веб: Гість робить бронювання через веб-браузер, як веб-сайт готелів або механізм бронювання, різні туристичні агенти в Інтернеті - ОТА, оглядові сайти, такі як TripAdvisor тощо. Мобільний додаток: бронювання, доставлене через готелі власних або сторонніх мобільних додатків. Соціальні медіа: бронювання через різні соціальні медіа, такі як facebook, twitter, Instagram» [10].

«Найбільш поширеним універсальним продуктом є комплекс найбільшої в світі компанії «Micros - Fidelio», яка спеціалізується на створенні систем управління для готелів та ресторанів впродовж 20 років. Дана система встановлена на підприємствах більше 100 найбільших готельних ланцюгів (Sheraton, Hilton, Marriott, Kempinsky, Hyatt і ін.)» [11].

«Система FidelioFrontOffice (FFO) допомагає автоматизувати основні етапи роботи готелю: від комп'ютерного бронювання номерів, реєстрації, розміщення та виписки клієнтів до управління номерним фондом, ведення бухгалтерії та фінансів. До переваг цієї програми слід віднести: легкість в експлуатації, обумовлену достатньо простою логікою побудови системи та зручністю інтерфейсу, високий рівень безпеки, гнучкість настройки, забезпечений строгим розмежуванням доступу користувачів». [8]. FFO може з успіхом використовуватися як і в готелях, які належать до готельних ланцюгів, і в незалежних готелях та пансіонатах з абсолютно різною технологією роботи.

Серед комп'ютерних технологій у всьому світі бистрого та широкого поширення набули комп'ютерні системи резервування готельних послуг.

Окрім систем комп'ютерного бронювання послуг в готельному господарстві також широко застосовуються програми забезпечення управління різними службами готелю. «Система Lodging Touch створена американською компанією MAI Hospitality, яка є одним з лідерів в розробці програм для індустрії гостинності. Вона є інтегрованим пакетом програм, яка автоматизує різні відділи готелю: ресторанну службу, портьє, відділ продажу, організації банкетів. Система Lodging Touch може бути пов'язана з такими системами, як бухгалтерські програми, системи оптимізації прибутку готелю, платне телебачення, телефонні системи, контроль доступу в номери та ін.» [5].

Окрім очевидних переваг, що дає використання інформаційних технологій в готельній індустрії, все одно виникає безліч проблем, обумовлених вимогами, які пред'являються до умов експлуатації та грамотного застосування, та також нерозвиненість українського ринку інформаційних технологій.

Кількість послуг комп'ютерних систем, які надаються, постійно зростає, та в недалекому майбутньому можна прогнозувати появу «Глобальних систем управління готельним господарством».

Доступ готелю до системи електронного бронювання дозволяє внести власну інформацію у довідкову систему, що доступна всім потенційним клієнтам, операторам, зайнятих реалізацією послуг цього готелю. Безпосередній вихід на ринок послуг дозволяє уникнути перекручування інформації та оперативно її коригувати у випадку змін. Робота у системі бронювання полегшує організацію процесу бронювання, оскільки готель отримує єдину довідкову систему, побудовану за єдиною схемою. Сучасні системи бронювання представляють широкий спектр засобів надання інформації - використання фотографій, детальний опис готельних номерів. Деякі готельні комплекси використовують тривимірну графіку - клієнт може здійснити віртуальне ознайомлення з готелем.

Для готелю немає нічого неприємнішого, ніж тоді, коли всі їхні великі маркетингові роботи окупляться і величезний трафік переходить на їх веб-сайт, лише коли спостерігається мінімальне збільшення бронювань.

«Загальний коефіцієнт конверсії галузі на веб-сайтах про подорожі та гостинність становить близько 2%, це означає, що на певному етапі вражаюча кількість відвідувачів відмовляється від бронювання. І що цікаво, навіть маючи величезні маркетингові бюджети, онлайн-туристичні агенти (OTA) та мережі готелів зазвичай можуть сподіватися лише на 3% коефіцієнт конверсії» [8]. Це додатково закріплює припущення, що мандрівники - дуже кмітливі покупці, готові витратити довгий час на дослідження та порівняння цін на різних пристроях, перш ніж приймати рішення про покупку. На той час, коли споживач фактично зобов'язується здійснити платіж, вони вже були у світовому турі в деяких відношеннях.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ ПОРЯДКУ БРОНЮВАННЯ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ LAGUNAPARK

2.1 Оформлення веб-сайту LagunaPark та методи зменшення відмови від бронювання

Бронювання під гарантію компанії або корпорації (з якими у готелі є відповідний договір). Різні компанії, корпорації, фірми укладають з готелем (наприклад візьмемо готель LagunaPark) договори, які встановлюють, що всю фінансову відповідальність за неприбуття своїх співробітників або клієнтів несуть самі організації. В цьому випадку необхідно гарантійний лист від організації, яка містить фразу: «у разі неявки прізвище, ім'я клієнта) і неможливості скасування бронювання до 18.00 год. в день заїзду компанія (назва компанії) гарантує оплату однієї ночі проживання».

В готелі LagunaPark є таке поняття, як туристичний ваучер - ще один вид гарантії турагенств перед готельним підприємством. Цей платіжний документ свідчить про попередню оплату клієнтом послуг розміщення турагенству. Туристичний ваучер в свою чергу є гарантією оплати турагенства готелю за надані нею послуги.

«Негарантоване бронювання (Non Guaranteed reservation). Цей вид бронювання, який не гарантує, що гість отримає номер, а готель, в разі неявки гостя, оплату за заброньований номер» [9]. В разі коли гість не прибув до вказаного строку, готель понесе збитки і тому виставляє вже заброньований номер на продаж як вільний. Коли гість прибув після того коли провели ануляцію (зазвичай 18 годин), то готель надає клієнту будь-який інший вільний номер. Але Гості також можуть виїхати з інших причин, ніколи не збираючись робити замовлення, наприклад: Перегляд

попереднього бронювання Використання сайту готелю LagunaPark для дослідження шукають інформацію про пункт призначення Перегляд пропозицій та знижок. Гості також можуть виїхати з інших причин, ніколи не збираючись робити замовлення, наприклад: перегляд попереднього бронювання, використання сайту для дослідження, шукають інформацію про пункт призначення та переглядають пропозиції та знижки.

Готельне господарства може запропонувати бронювання двоступеневим для гостей.

Чим більше користувач «блукає» на веб-сайті певного готелю, тим більша ймовірність відмови від бронювання. Для уточнення процесу бронювання вам потрібен лише розумний і простий механізм бронювання, інтегрований з вашим веб-сайтом. Це дозволить гостю завершити бронювання безшовною процедурою у два кліки на обмеженій кількості сторінок. Потрібно зробити свій веб-сайт адаптивним для мобільних пристроїв, щоб покращити взаємодію з користувачем

Інтуїтивна система управління вмістом або редактор веб-сайтів допоможуть створити красивий та функціональний веб-сайт, оптимізований для всіх пристроїв. «Адаптивний веб-сайт запобіжить будь-яким технічним проблемам, з якими часто стикаються відвідувачі» [11].

Керівництво готелю LagunaPark повинно обов'язково переконатися, що гості можуть забронювати готель безпечно і надійно. Надійний платіжний шлюз, який інтегрується з іншими вашими готельними системами та надає відвідувачам варіанти оплати у своїй місцевій валюті, запобіжить розладу та забезпечить швидке бронювання. Перевіряти свої форми та досвід роботи на веб-сайті.

«Пряме бронювання відкриває можливості для модернізації та отримання додаткових додаткових послуг, які не можуть бути запропоновані деінде. Якщо з бронюванням щось піде не так, швидше за все, готель буде набагато більш чуйним, ніж сторонній агент, і клієнти зазвичай бажають мати більш легкий доступ до служби підтримки» [11].

В такому разі потрібно пояснити гостям готелю, що пряме бронювання є взаємовигідним, і це не лише допомагає підсумку вашої власності.

Побудова реальних стосунків з гостями - це один із шляхів до життєво важливої конкурентної переваги.

2.2 Цифрові технології та стосунки готелю LagunaPark зі своїми клієнтами

Цифрові технології можуть допомогти побудувати міцніші, ніж будь-коли, стосунки готелю LagunaPark зі своїми клієнтами.

Хороша новина полягає в тому, що з кожною новою цифровою технологією з'являється нова можливість аналізувати своїх гостей та їх поведінку. Відстежуючи якомога більше цифрового сліду людини, ви зможете зрозуміти їх уподобання і навіть передбачити їх наміри.

Це підкреслює необхідність своєчасного надання відповідної інформації. Проаналізувавши поведінку клієнтів, ви зможете набагато краще запропонувати персоналізовану послугу та націлити прямі бронювання.

Електронний маркетинг все ще може бути чудовим способом залучити прямі бронювання. Пропонувати людям підписатися, пропонуючи щось натомість, створюючи можливість приймати інші пропозиції та налаштовуючи автоматичні відповіді. Завжди потрібно приймати теплий та особистий підхід до надсилання електронних листів своїм гостям та потенційним клієнтам.

Отже є багато причин боротися за прямі бронювання - менше комісійних - лише одна з них. Унікальна пропозиція від вашого готелю важлива для того, щоб гості могли здійснювати пряме бронювання. Додаткові послуги можуть стати приємним стимулом для гостей бронювати безпосередньо у готелі LagunaPark. Просто вдосконалення способу використання зображень може покращити пряме перетворення бронювання. Потрібно наполегливо попрацювати над будь-якими бар'єрами, які перешкоджають гостю, який здійснює пряме бронювання. Потрібно

бути пильним щодо використання тактики, щоб зменшити бронені бронювання. Цифрові технології насправді можуть допомогти створити більш особисті стосунки з гостями. Менеджер каналів може допомогти здійснити пряме бронювання за допомогою ефекту Billboard. Утримання подорожуючихна сайтіготелюякогога довше збільшує шанс прямого бронювання.

«Незважаючи на те що законодавства ряду зарубіжних країн містять строгі норми відповідальності за відмову в наданні вже підтвердженого бронювання готелю, тим не менше, йдуть на ризик, з власного досвіду знаючи приблизний рівень наступних неминучих відмов від бронювання, що призводять попит на готельні номери і їх пропозицію до рівноваги.» [11].

Отже у готелях частіше відбувається гарантоване бронювання, ніж негарантоване, так як гості хочуть бути впевнені в завтрашньому дні, а при негарантованій бронюванні може бути таке, що гість сподівається на цей готель, на те що номер забронювали на нього, але приїжджаючи в готель, може виявитися що цей номер вже заселений тими, хто зробив гарантоване бронювання і заплатив за це місце (так би мовити повів номер прям з-під носа).

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ПО ВДОСКОНАЛЕННЮ ОРГАНІЗАЦІЇ БРОНЮВАННЯ ПОСЛУГ

3.1 Впровадження автоматизованої системи управління готелем

«Впровадження сучасних інноваційних комп'ютерних систем, як і будь-яке серйозне перетворення на підприємстві, є складним та часто важким процесом. Тим не менш, деякі проблеми, які виникають при впровадженні системи, досить добре вивчені, формалізовані та мають ефективні методи рішення» [11]. Завчасне вивчення цих проблем та підготовка до них значно полегшують процес впровадження та підвищують ефективність подальшого використання сучасної системи.

Далі наведені основні проблеми а завдання, які виникають в більшості випадків при застосуванні систем управління та рекомендації щодо їх рішення:

відсутність постановки завдання менеджменту на підприємстві;

необхідність в частковій або повній реорганізації структури

підприємства;

необхідність зміни технології бізнесу в різних аспектах;

опір співробітників підприємства;

тимчасове збільшення навантаження на співробітників під час впровадження системи;

необхідність у формуванні кваліфікованої групи впровадження та супроводу системи, вибір сильного керівника групи.

Грамотна постановка завдань менеджменту є найважливішим чинником, який впливає як і на успіх діяльності підприємства в цілому, так і на успіх проекту автоматизації. Наприклад, абсолютно марно займатися впровадженням автоматизованої системи бюджетування, якщо саме бюджетування не поставлено на підприємстві належним чином, як певний послідовний процес

Перше, що необхідно зробити для того, щоб проект впровадження автоматизованої системи управління виявився вдалим - максимально формалізувати всі ті контури управління, які власне планується автоматизувати.

При впровадженні автоматизованої системи управління готелем «програма «АМАКС Конгрес-готель» отримає суттєве скорочення паперової тяганини, прискориться процес і підвищення якості обробки замовлень, підніметься конкурентоспроможність і рентабельність підприємства в цілому»[11], а все це вимагає більшої зібраності, компетенції і відповідальності виконавців.

Керівники підприємства, при впровадженні системи бронювання повинні всіляко сприяти відповідальній групі фахівців, що проводить впровадження інформаційної системи, вести роз'яснювальну роботу з кадрами, і, крім того: - створити у співробітників всіх рівнів тверде відчуття неминучості впровадження; - наділити керівника проекту впровадження достатніми повноваженнями, оскільки опір іноді (часто підсвідомо або в результаті невиправданих амбіцій) виникає навіть на рівні топ-менеджерів; - завжди підкріплювати всі організаційні рішення з питань впровадження виданням відповідних наказів і письмових розпоряджень.

Всі перераховані вище завдання, що виникають в процесі побудови інформаційної системи, і методи їх вирішення є найбільш поширеними і, природно, кожне підприємство має свою унікальну організаційну специфіку, і при впровадженні можуть виникати різні нюанси, які вимагають додаткового розгляду.

3.2 Переваги використання сучасних систем бронювання

Є кілька основних причин готелю» підійти до питання автоматизації серйозно, то є з боку використання сучасних продуктів: 1) сучасна система накопичує в собі позитивний досвід експлуатації в десятках і сотнях готелів;

2) сучасна система обов'язково підтримується фірмою виробника.

Краще використовувати систему управління готелем «Epitome PMS - це класична, перевірена часом система автоматизації готелю, розроблена компанією

Infor (США), сертифікована Microsoft, використовує базу даних MS SQL, проста в роботі і володіє необхідною гнучкістю для застосування в управлінні готелями будь-якого типу. Eritome PMS дозволяє побудувати успішну технологію ведення бізнесу і підвищити фінансові показники, 69 а також досягти високого рівня сервісу для гостей» [11].

Eritome PMS включає в себе:

- базовий модуль (індивідуальне бронювання, функції Портъє, гостьові рахунки, управління номерним фондом);
- групове бронювання (створення блоків і групових броню, швидке поселення / виїзд групи та ін.);
- модуль по роботі з туристичними агентствами;
- історія гостей / історія компанії
- модуль менеджера (управління тарифами і додатковими послугами);
- модуль по роботі з дебіторами (контрагентами);
- модуль звітів.

«Одним з додаткових модулів системи є паспортний модуль LibraPass, який дозволяє реєструвати паспортні та візові дані гостей, з подальшим формуванням статистичних таблиць, форм і звітів для ФМС і Держкомстату. Програма призначена для автоматизованої обробки даних по іноземним громадянам і друку документів приймаючої сторони для Федеральної міграційної служби (ФМС), таких як Повідомлення про прибуття іноземного громадянина та інших» [11]. Libra Pass дозволяє передавати дані в електронному вигляді для територіальних підрозділів.

«Eritome PMS інтегрується з різними суміжними системами і порталами online бронювання» [11].

Порядок адаптації і впровадження можна поділити на основні етапи:

- 1) прийняття рішення необхідності впровадження системи управління;
- 2) аудит бізнес-процесів в компанії;
- 3) консалтинг на етапі вибору системи;
- 4) оптимізація бізнес-процесів;
- 5) прийняття рішення про придбання системи;

- 6) придбання обладнання;
- 7) проведення монтажних робіт;
- 8) установка програмного забезпечення;
- 9) семінар з управління;
- 10) конфігурація системи;
- 11) навчання персоналу;
- 12) настройка інтерфейсів;
- 13) введення системи в експлуатацію;
- 14) жива підтримка;
- 15) віддалена технічна підтримка.

Ряд етапів, наприклад, аудит і консалтинг, проходять одночасно.

Також оптимізація і навчання персоналу - пов'язані процеси.

«Придбання програмного забезпечення - це не просто покупка систем автоматизації, це перший крок до встановлення довгострокових взаємовигідних відносин з ІТ-компанією» [11]. Фахівці Libra Hospitality мають великий досвід роботи в готельній галузі.

«При оновленні автоматизованої системи управління важливо врахувати організацію обліку грошових коштів точок громадського харчування і надання можливості клієнтам готелю оплачувати абсолютно всі рахунки при виїзді» [11]. Потрібно також забезпечити контроль над діями адміністраторів на всіх етапах розміщення гостя, від бронювання до виїзду його з готелю.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Інтернет швидко стає одним з головних засобів для покупки (бронювання) в готелі. В наші дні цифрові технології проникають в усі сфери життя, і галузь гостинності не є винятком. У всьому світі дані системи бронювання давно відомі і популярні, все більше і більше готелів кожен день стають доступні для бронювання через ці канали. Хоча в Україні подібна практика тільки набуває широкого поширення, проте, в нашій країні постійно зростає кількість готелів, представлених в системах GDS / ADS. Відсутність опублікованих відгуків та відсутність фотографій - це два найбільші недоліки для гостей при перегляді готелів. Для когось, хто переглядає готель в Інтернеті, відсутність відгуків чи зображень може свідчити про те, що готель щось приховує і можливо, відгуки про неякісне обслуговування, брудного інтер'єру або оманливих відомостей про місцезнаходження.

Якщо у готелі є якісь унікальні функції, їх потрібно поставити спереду та в центрі на фотографії, щоб порадувати погляд клієнтів в Інтернеті. Таким чином потенційний гість буде негайно залучений до готелю. Безумовно найпопулярнішими були зображення, які також виглядали автентичними. Фотографії, які виглядали перекошеними або зміненими, викликають підозру у клієнтів, оскільки вони створюють нереальні уявлення про власність. Натомість готелі повинні робити це просто і намагатися не показувати занадто багато в одному кадрі.

Зберігати зображення чистими та чіткими Охайність і точність - це ті якості, які отримали найкращі відгуки на зображення готельних номерів, а також світло та простір. Негативні думки зосереджувались на безладі та безладі, конфліктних кольорах, непарних кутах або відсутніх елементах, таких як ванна кімната або гардероб. Завдяки привабливим образам і невпинній відданості якості, зрозуміло, що можна використовувати зображення як потужний стимул для бронювання.

На етапі перегляду люди зазвичай фіксуються на назві готелю, зображеннях, ціні та місцезнаходженні. Це означає, що у вас є шанс порадувати їх фотографіями, перш ніж вони прочитають відгуки. Ось найкращі способи підійти до образів готелю:

Готель, що представляє свій продукт в GDS або ADS, моментально отримує доступ до мільйонів потенційних клієнтів і більш ніж 800 000 турагентств по всьому світу, істотно збільшуючи також свою ефективність за рахунок зниження витрат. Детальна інформація про готелі, що включає опис номерів, типів цін і графічні файли, потрапляє на тисячі каналів дистрибуції.

А це значить, що клієнт з будь-якого куточка світу в будь-який момент самостійно або за допомогою турагента може вибрати та забронювати готель який йому сподобався. У той же час, отримуючи бронювання з різних сторінок інтернету, готель витрачає при цьому мінімум тимчасових і людських ресурсів на їх обробку.

Отже застосування сучасних технологій дозволяє досягти високих продажів, прихильності клієнтів та ефективності роботи персоналу готелю. Таким чином готель стає керованим підприємством, яке здатне чітко реагувати на зміни в ринковій ситуації, і це робить вкладення коштів в технології повністю таким, які завжди окупаються.

Щодо готеля LagunaPark можна сказати, що частіше відбувається гарантоване бронювання, ніж негарантоване, так як гості хочуть бути впевнені в завтрашньому дні, а при негарантованій бронюванні може бути таке, що гість сподівається на цей готель, на те що номер забронювали на нього, але приїжджаючи в готель, може виявитися що цей номер вже заселений тими, хто зробив гарантоване бронювання і заплатив за це місце.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пандяк І.Г. Сучасний стан та тенденції розвитку готельної індустрії в Україні. / І.Г.Пандяк, М.П.Мальська // Наукові записки Терноп. нац. пед. ун-ту. Сер. географ. - Тернопіль. 2006. Вип. 1. - С. 82-87.
2. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства :навч. посіб. / П.Р. Пуцентейло. - К.: Центр навчальної літератури, 2007. - 344 с.
3. Апонін В.В. Організація і технологія надання послуг :навч. посіб. за редакцією професора. / В.В. Апоніна. - К.: Видавничий центр "Академія", 2006. 311 с.
4. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, управление, сертификация. / С.И. Байлик // К.: ВИРА-Р, "Альтерпрес", 2001. 207 с.
5. Бойко М.Г. Підручник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., / М.Г. Бойко // 2006. 448 с.
6. Лук'янова Л.Г., Уніфіковані технології готельних послуг. /Л.Г. Лук'янова, Т.Т. Дорошенко, І.М. Муніч //за. ред.. проф. В.К. Федорченка. К.: Вища школа, 2001. 237 с.
7. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика. навч.пос./ М.П. Мальська, В.В. Худо // К: Центр учбової літератури, 2007.
8. Мунін Г.Б. Управління сучасним готельним комплексом:навч.посіб. /Г.Б. Мунін, А.О. Зимійов, Є.В. Самарцев, О.О. Гаца, К.П. Максимець, Х.И. Роглев // за редакцією члена-кор. НАН України, д.е.н., професора. Дорогунцова С. І. К.: Ліра. К, 2005. 520 с.
9. Пересічний М.І. Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: 3б. наук. пр. Київський національний торговельно-економічний ун-т./ Пересічний М.І.// (відп. ред.). К.: КНЕУ, 2004. 208 с.
10. Роглев Х.Й., Організація обслуговування в готельних комплексах. /Х.Й. Роглев, В.М. Маркелов //К.: КУТЕП, 2004. 174 с.

11. Федорченко В.К., Уніфіковані технології готельних послуг: навч. посібник. за ред. / В.К.Федорченко.- К.: Вища шк., 2001. 327 с.