

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту

Кафедра готельно-ресторанної справи та організації бізнесу

Кваліфікаційна наукова  
праця на правах рукопису

ЛУКІЯНЧУК Діана Русланівна

УДК 640.4:004.775(477.73)

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ В ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ГОТЕЛЬНО-  
РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «МАСТОК» С. МИГІЯ  
ПЕРВОМАЙСЬКОГО РАЙОНУ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»  
Галузь знань – 24 «Сфера обслуговування»

Подається на здобуття освітнього ступеня « Бакалавр»

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

\_\_\_\_\_ Лукіянчук Д. Р.

Науковий керівник: Банєва Ірина Олексіївна, доктор економічних наук, професор.

Завідувач кафедри: Червен Іван Іванович, доктор економічних наук, професор.

Миколаїв-2023

## ЗМІСТ

<b>АНОТАЦІЯ</b> .....	3
<b>ВСТУП</b> .....	5
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СФЕРІ ОБСУГОВУВАННЯ</b> .....	8
1.1 Теоретичні підходи до використання інформаційно-комунікаційних технологій .....	8
1.2 Сутність та зміст інформаційно-комунікаційних технологій .....	12
<b>РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ КОМПЛЕКСІ «МАЄТОК»</b> .....	25
2.1 Загальна характеристика закладу .....	25
2.2 Аналіз ефективності діяльності закладу.....	31
2.3 Особливості застосування інформаційно-комунікаційних технологій в закладі.....	36
<b>РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ</b> .....	44
3.1 Досвід інформаційно-комунікаційних технологій у світовому готельно-ресторанному бізнесі .....	44
3.2 Загальні пропозиції щодо вдосконалення інформаційно-комунікаційних технологій в готельно-ресторанному комплексі «Маєток».....	55
3.3 Шляхи вдосконалення інформаційно-комунікаційних технологій в готельно-ресторанному комплексі «Маєток» .....	63
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	72
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	75

## АНОТАЦІЯ

*Лукіяничук Д. Р.* Застосування інформаційно-комунікаційних технологій в організації роботи готельно-ресторанного комплексу «маєток» с. Мигія, Миколаївська область. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа». – Миколаївський національний аграрний університет, Миколаїв, 2023.

У даній роботі досліджено застосування інформаційно-комунікаційних технологій в готельно-ресторанному комплексі "Маєток" у селі Мигія, Первомайського району Миколаївської області. Застосування цих технологій виявлено як доцільне та перспективне, оскільки вони не тільки приносять додатковий дохід готелю, але й забезпечують конкурентну перевагу на ринку, знижують витрати, удосконалюють процеси обслуговування та підвищують ефективність роботи.

У роботі детально розглянуті різноманітні технології, які можуть бути застосовані у готельно-ресторанному комплексі. Серед них варто відзначити електронні системи бронювання, які дозволяють клієнтам здійснювати бронювання номерів та ресторанних послуг онлайн, спрощуючи процес бронювання та забезпечуючи постійний доступ до актуальної інформації про доступність послуг.

Також розглянуті інтерактивні столи, які дозволяють гостям замовляти страви та напої безпосередньо зі столу за допомогою сенсорного екрана. Це не тільки сприяє зручності та швидкості обслуговування, але й створює новий рівень взаємодії з клієнтами та підвищує їх задоволення від перебування у готелі-ресторані.

У роботі також розглянуто застосування QR-кодів, які можуть бути використані для швидкого доступу до додаткової інформації про готель, його послуги, меню та спеціальні пропозиції. Це дозволяє гостям отримати детальну інформацію за допомогою своїх мобільних пристроїв та забезпечує

зручний та інтерактивний спосіб комунікації з готельно-ресторанним комплексом.

Окрім цього, у роботі запропоновано впровадження Автоматизованої Системи Управління готелем Fidelio. Ця програма дозволяє автоматизувати багато аспектів управління готелем, включаючи бронювання, облік фінансів, управління запасами та інші операції. Впровадження такої системи має переваги, такі як збільшення швидкості та якості обслуговування гостей, мінімізація людських помилок та можливість використання сучасних багатофункціональних сервісів, здатних виконувати безліч завдань.

Загалом, застосування інформаційно-комунікаційних технологій у готельно-ресторанному комплексі "Маєток" виявляється важливим кроком у напрямку покращення обслуговування гостей, підвищення ефективності роботи та забезпечення конкурентних переваг на ринку готельно-ресторанних послуг. Впровадження розглянутих технологій може сприяти залученню нових клієнтів, поліпшенню якості обслуговування та забезпеченню задоволення гостей "Маєток".

**Ключові слова:** готельно-ресторанний комплекс, автоматизовані системи управління, Fidelio, інформаційно-комунікаційні технології, інновації.

## ABSTRACT

*Lukianchuk D. R.* The application of information and communication technologies in the organization of the hotel and restaurant complex "Estate" village. Mygia, Mykolaiv region. – Qualifying scientific work on manuscript rights.

Work on obtaining a bachelor's degree in specialty 241 "Hotel and restaurant business". - Mykolaiv National Agrarian University, Mykolaiv, 2023.

In this paper, the use of information and communication technologies in the hotel-restaurant complex "Mayetok" in the village of Myhiia, Pervomaysky District, Mykolaiv Oblast, is investigated. The application of these technologies is found to be appropriate and promising, as they not only bring additional income to the hotel, but also provide a competitive advantage in the market, reduce costs, improve service processes and increase work efficiency.

Various technologies that can be applied in the hotel-restaurant complex are considered in detail in the work. Among them, it is worth noting electronic reservation systems that allow customers to book rooms and restaurant services online, simplifying the reservation process and providing constant access to up-to-date information about the availability of services.

Also considered are interactive tables that allow guests to order food and drinks directly from the table using a touch screen. This not only contributes to the convenience and speed of service, but also creates a new level of interaction with customers and increases their satisfaction with their stay in the hotel-restaurant.

The work also considers the use of QR codes, which can be used for quick access to additional information about the hotel, its services, menu and special offers. This allows guests to get detailed information using their mobile devices and provides a convenient and interactive way of communicating with the hotel and restaurant complex.

In addition, the paper proposes the implementation of the Fidelio Automated Hotel Management System. This program allows you to automate many aspects of hotel management, including reservations, financial accounting, inventory management and other operations. The implementation of such a system has

advantages such as increasing the speed and quality of guest service, minimizing human errors and the possibility of using modern multi-functional services capable of performing many tasks.

In general, the use of information and communication technologies in the Mayetok hotel-restaurant complex turns out to be an important step in the direction of improving guest service, increasing work efficiency and ensuring competitive advantages in the market of hotel-restaurant services. The implementation of the considered technologies can contribute to attracting new customers, improving the quality of service and ensuring the satisfaction of the guests of "Estates".

**Keywords: hotel and restaurant complex, automated control systems, Fidelio, information and communication technologies, innovations.**

## ВСТУП

Готельно-ресторанний бізнес, як підгалузь туристичного, несе у собі величезний потенціал для українського ринку. Індустрія гостинності є наймогутнішою системою господарства регіону або туристичного центру і важливою складовою економіки туризму.

Успішна робота підприємства проживання та харчування залежить не тільки від продукту хорошої якості, орієнтованого на ринок цінової політики, необхідна ще й система постійного та ефективного зв'язку з потенційним гостями та посередниками. Відповідно, проблеми налагодження ефективних контактів з потенційними клієнтами, реклама підприємства, створення та закріплення у суспільстві позитивного ставлення до підприємства є одними з найголовніших заходів у діяльності підприємства індустрії гостинності.

Незалежно від причин все частіше готелі шукають клієнта, а не клієнт шукає собі номер. Бурхливий розвиток сфери послуг і туризму в Україні в останнє десятиліття сприяло також формуванню системи просування готельних послуг. У ринкових умовах підприємства готельного сервісу повинні якісно задовольняти потреби населення послуг і при цьому отримувати прибуток. Це можливо тільки за правильної маркетингової, рекламної та PR політики, яку реалізує підприємство сервісу та туризму.

Українські готельні та ресторани підприємства, що вступають на міжнародний ринок, стикаються у своїй діяльності з проблемами освоєння нових інформаційно-комунікаційних технологій, які є необхідною умовою міжнародної інтеграції та сучасної організації туристичного бізнесу, як інформаційно-насиченої галузі. У зв'язку з цим, аналіз існуючих інформаційно-комунікаційних систем, вивчення основних галузей застосування таких технологій та розробка рекомендацій щодо використання інформаційно-комунікаційних систем є особливо актуальним.

Як теоретичну та методологічну основу дослідження послужили праці фундаментального та прикладного характеру з економіки готельного бізнесу, управління та маркетингових досліджень.

Аналіз розвитку готельних послуг проведено роботах відомих вчених і керівників: Л. Г. Агафонова [1,2], Л. П. Дядечко [8], М. П. Мальська [15], Л. Нечаюк [19], В. Ф. Кифяк [11]. Важливі аспекти інформаційного забезпечення розглядаються у дослідженнях таких вітчизняних та зарубіжних авторів як: М.О. Рябенка [26], Ю.А. Чуваєва [27], І. Є. Хаустова [28], М. О. Чупріна [29].

Незважаючи на значну кількість робіт, присвячених дослідженню готельної індустрії, в економічній літературі мало уваги приділяється питанню інформаційно-комунікаційних технологій в готельно-ресторанних комплексах та розробленню механізмів просування послуг сучасних закладів гостинності.

**Метою** дослідження є систематизація теоретичних аспектів та практичних рекомендацій, спрямованих на дослідження інформаційно-комунікаційних технологій у готельно-ресторанному комплексі «Маєток».

Ця мета передбачає реалізацію наступних **завдань**:

- проаналізувати теоретичні підходи до використання інформаційно-комунікаційних технологій;
- встановити сутність та зміст інформаційно-комунікаційних технологій;
- дослідити використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в сфері обслуговування;
- навести загальна характеристика закладу «Маєток»;
- проаналізувати ефективності діяльності закладу;
- визначити особливості застосування інформаційно-комунікаційних технологій в закладі;



- дослідити досвід інформаційно-комунікаційних технологій у світовому готельно-ресторанному бізнесі;
- надати загальні пропозиції щодо вдосконалення інформаційно-комунікаційних технологій в готельно-ресторанному комплексі «Маєток»;
- встановити шляхи вдосконалення інформаційно-комунікаційних технологій в готельно-ресторанному комплексі «Маєток».

**Об'єктом** наукового дослідження є готельно-ресторанний комплекс «Маєток».

**Предметом** дослідження є стан інформаційно-комунікаційних технологій у готельно-ресторанному комплексі «Маєток».

Дослідження базується на фундаментальних роботах вітчизняних та зарубіжних учених у галузі стратегічного управління, інновацій, фінансового менеджменту, інтернет-маркетингу, бізнес-планування та ін. У ході роботи використані нормативно-правові акти України, що регламентують діяльність українських підприємств в області туризму та гостинності, галузеві документи та нормативи.

При проведенні дослідження були використані такі загальні та спеціальні методи: статистичні, теоретично-аналітичні, організаційно-дослідницькі, дедукція та індукція, порівняння, класифікація, моделювання та прогнозування.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення результатів роботи були оприлюднені в тезах Всеукраїнської науково-практичної конференції, загальним обсягом – 0.2 аркуша.

Кваліфікаційна робота складається з вступу 3 розділів висновків списку використаних джерел додатків загальний обсяг роботи становить 78 сторінок містить 8 таблиць, 6 рисунків та 31 посилання на літературні джерела.

## РОЗДІЛ 1.

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СФЕРІ ОБСУГОВУВАННЯ

#### 1.1 Теоретичні підходи до використання інформаційно-комунікаційних технологій

Готельно-ресторанне господарство є однією з головних складових туристичної індустрії України. Однак, сьогодні можна констатувати про відсутність висококонкурентних позицій в цьому секторі національної економіки. Інфраструктура закладів розміщення в Україні не відповідає міжнародним нормам проживання і відпочинку. Матеріально-технічна база застаріла і потребує модернізації адже відсутні сучасні засоби зв'язку, інформаційно-комунікаційні технології та ефективні і надійні системи захисту, які є передумовою високого рівня якості послуг.

Інформаційно-комунікаційна технологія (ІКТ) – це процес, який використовує сукупність засобів і методів збору, обробки і передачі даних для отримання інформації нової якості. Мета інформаційно-комунікаційної технології – виробництво інформації для її аналізу і прийняття на її основі управлінських рішень щодо виконання будь-якої дії [29].

Інформаційно-комунікаційні технології в готельно-ресторанному бізнесі – це сукупність методів, засобів і прийомів, що використовуються для збору, опрацювання, зберігання, подання, передавання різноманітних даних і матеріалів, необхідних для підвищення ефективності та прибутковості закладів проживання та харчування, а також створення конкурентних позицій на ринку.

Інформаційно-комунікативні технології обробки даних призначена для вирішення добре структурованих задач, за якими є всі необхідні вхідні дані, відомі алгоритми і процедури щодо їх обробки. Ці технології застосовуються

на рівні операційної (виконавської) діяльності персоналу готельно-ресторанних комплексів навіть невисокої кваліфікації в цілях автоматизації деяких рутинних операцій, що постійно повторюються.

Інформація в сфері управління фінансовою діяльністю готельно-ресторанного комплексу застосовується з метою підвищення продуктивності праці працівників за рахунок зниження собівартості послуг та підвищення кваліфікації і досвіду фахівців.

Інформаційні технології можна класифікувати на основі певних характеристик, таких як спосіб застосування до інформаційної системи, ступінь охоплення завдань контролю, категорія виконуваних технічних операцій, тип користувацького інтерфейсу та можливість використання комп'ютерних мереж.

Таким чином, інформаційно-комунікаційну систему можна визначити як сукупність взаємопов'язаних компонентів, які збирають, обробляють, зберігають і передають інформацію, необхідну для прийняття рішень і управління готельно-ресторанним комплексом. Крім того, дані системи допомагають менеджерам аналізувати проблеми, дають змогу аналізувати складні питання та створювати нові послуги.

Всі види інформації, необхідні для комплексного управління готелем, складають інформаційну систему. Незалежно від рівня системи управління, система управління та інформаційна система взаємопов'язані і залежать одна від одної. Управління без інформації неможливе. Адже інформаційна система містить інформацію про гостей, готельні приміщення та об'єкти, а також навколишнє середовище.

Під інформаційно-комунікаційними технологіями розуміють сукупність спеціалізованих технологій, які можуть бути використані для запису необхідної інформації, подальшої обробки та різноманітних інформаційних обмінів, включаючи розповсюдження, передачу та розкриття інформації.

Інформаційно-комунікаційні системи використовують комп'ютерні технології. Комп'ютери та їхнє програмне забезпечення є технічною основою, інструментами та матеріалами сучасних систем для спрощення та підвищення ефективності роботи працівників готелів та ресторанів. Але вони не можуть замінити кваліфікованих співробітників закладів. Для того, щоб проаналізувати інформацію, необхідно розуміти проблему, для якої вона призначена, визначити її структуру і розуміти процеси, які відбуваються у внутрішньому і зовнішньому середовищі готельно-ресторанного комплексу. Сучасні менеджери повинні поєднувати інформаційні технології з інформаційною системою готельного комплексу [3].

Одним з найінформативніших підходів до розкриття сучасного стану та розвитку інформаційних технологій є підхід П. Рагуліна, представлений у вигляді п'яти етапів [28]. Аналіз етапів наведено в табл. 1.1.

**Таблиця 1.1 Становлення й розвиток інформаційних технологій**

Етап	Характеристика	Інструментарій
Етап 1 (Друга половина 19 століття)	Ручна технологія збирання та обробки інформації	Перо, чорнила, рахувальний апарат
Етап 2 (кінець 19 століття)	«Механічна» технологія	Печатна машинка, телефон, диктофон, пошта
Етап 3 (40–60 рр. 20 століття)	«електрична»технологія	Великі ЕОМ, диктофони, ксерокси
Етап 4 (70-і р.)	«Електронна»технологія	Великі ЕОМ, диктофони, ксерокси
Етап 5 (80-і р.)	«Комп'ютерна» технологія	Персональний комп'ютер з широким спектром програмного продукту

З розвитком технологічних можливостей комп'ютери не тільки полегшують роботу людини, але й роблять те, що було б неможливо зробити без ІТ. Оскільки менеджерам доводилося приймати рішення в невизначених і ризикованих ситуаціях, нові можливості інформаційних систем були швидко застосовані в готельно-ресторанному бізнесі. Коли ми говоримо про "нові" можливості ІТ в адмініструванні, то, можливо, точніше буде сказати, що

деякі можливості є новими для нас. Адже інформаційно-комунікаційні технології використовуються в готельному та ресторанному бізнесі розвинених країнах вже більше 20 років, але, на жаль, ще не набули широкого поширення в Україні.

Стратегічна мета інформаційно-комунікаційних технологій – полегшити управління готельно-ресторанним комплексом, реагувати на динаміку ринку і створювати, підтримувати і поглиблювати конкурентні переваги. Це завдання вимагає:

1. Максимальної доступності. Будь-хто може отримати доступ до ІТ-ресурсів з будь-якого місця і в будь-який час;
2. Одночасного використання будь-якого інформаційного об'єкта багатьма людьми;
3. Гнучкості додатків. Необхідність переходу до мережевої архітектури, що потребуватиме значних змін.

Слід зазначити, що з використанням інформаційно-комунікаційних технологій індустрія гостинності та туризму може значно покращити рівень обслуговування та можливості працевлаштування для своїх працівників.

Комунікаційна технологія – це сукупність різноманітних процедур, прийомів, засобів і методів, які можуть бути використані в комунікаційному процесі, на який впливають об'єкти комунікації, для досягнення заздалегідь визначених цілей і завдань [4].

Як зазначає А. Н. Крилов у своїй книзі "Комунікаційний менеджмент", комунікація – це "обмін конкретними ідеями та інформацією між двома або більше людьми, процес взаємного обміну цими даними і досягнення взаєморозуміння" [2].

Комунікаційна політика підприємств готельно-ресторанного господарства відзначається як ефективний важіль комунікації виробника (готелю/ресторану) та споживача (покупця послуг). В процесі формування комунікаційної політики важливо не тільки створити конкурентоспроможний продукт, встановити на нього ціни, що відповідають потребам ринку, а й

використовувати правильну маркетингову стратегію, щоб донести детальну і глибоку інформацію про готельний та ресторанний продукт, його цінності та споживчі властивості до кінцевого споживача вчасно та швидко [23].

Основними завданнями комунікації в готельно-ресторанних комплексах є:

- забезпечення ефективного обміну інформацією між суб'єктами та об'єктами управління;
- поліпшення міжособистісних відносин у процесі обміну інформацією;
- створення спеціальних інформаційних каналів для обміну інформацією між окремими працівниками і групами та для узгодження ключових завдань і дій;
- координація і впорядкування потоків інформації [2].

## **1.2 Сутність та зміст інформаційно-комунікаційних технологій**

Інформаційно-комунікаційні технології дедалі більше привертають увагу та стають об'єктом наукових досліджень через їхню зростаючу важливість у всіх аспектах людського життя. Зрештою, здатність керувати їхнім розвитком робить людей, суспільства і нації сильнішими в усіх відношеннях. Сьогодні багато інших важливих ресурсів, якими володіє людство, мають тенденцію до заміни інформацією. Тому рівень розвитку інформаційних ресурсів країни визначає її конкурентоспроможність у мінливому світі.

Останніми роками з'являються нові принципи та напрями використання інформаційно-комунікаційних технологій, які суттєво відрізняються від традиційних систем обробки даних (з використанням клієнт-серверних технологій та реляційних моделей даних).

Інформаційні ресурси – це продукт інформаційної інфраструктури та циркулюючої в ній інформаційної діяльності, що дозволяє вирішувати відповідні завдання [1]. Найголовніше – розуміти, що обидві складові

інформаційних ресурсів є взаємодоповнюючими і не можуть використовуватися окремо.

Планування розвитку інформаційних ресурсів є життєво важливим для оптимізації управління готельно-ресторанними комплексами, підвищення ефективності та скорочення витрат на підприємстві.

Найважливішим чинником підвищення ефективності виробництва готельних послуг є вдосконалення управління. Різноманітні інформаційні та технологічні інновації мають бути визнані як засіб скорочення управлінського обладнання та здешевлення його вартості.

Від впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в готельно-ресторанному бізнесі та поліпшення інформаційного забезпечення можна очікувати таких позитивних результатів:

1) Витрати можна знизити за рахунок скорочення витрат на робочу силу, комунальні послуги, програмне забезпечення, поштові витрати, контракти і перерозподіл матеріалів.

2) Усунення потенційних майбутніх витрат, уникнення майбутнього збільшення штату співробітників, зниження вимог до обробки даних і скорочення витрат на технічне обслуговування.

3) Потенційні нематеріальні вигоди завдяки поліпшенню якості інформації, підвищенню продуктивності, якіснішому та швидшому обслуговуванню, надійнішому ухваленню рішень, поліпшенню управління, скороченню затримок платежів, повному використанню програмного забезпечення тощо.

У процесі управління відбувається постійний обмін інформацією. Інформаційні потоки можуть бути вертикальними (від керівника до підлеглого і від підлеглого до керівника) і горизонтальними (між керівниками відділів з підлеглими одного рівня). Джерелами інформації є рівень цін на ринку, розмір прибутку готельного комплексу за попередній квартал або розпорядження керівника [16]. У цьому процесі важливо, наскільки швидко і без спотворень передається інформація, що визначає

правильність прийняття рішень і, відповідно, збільшує прибуток готельно-ресторанного комплексу.

На обґрунтованість управлінських рішень впливає низка передумов, серед яких якість, надійність та оперативність інформації, знання, досвід та особисті якості керівників, якісний склад їхніх підлеглих і кон'юнктура ринку.

Менеджмент повною мірою використовує об'єктивну і своєчасну інформацію, яку збирають, обробляють, зберігають і поширюють за допомогою сучасних наукових методів і технічних засобів. Сьогодні це об'єктивна необхідність, зумовлена, зокрема, вимогою ринку адекватно реагувати на нові проблеми в середовищі, що динамічно розвивається. Це вимагає не тільки доступу до своєчасної і точної інформації, а й уміння розуміти її, робити необхідні висновки та ефективно використовувати для обґрунтування управлінських рішень. Тому необхідність інформації в управлінні очевидна, оскільки вона становить основу всього процесу управління.

Інформація в управлінні готельно-ресторанними комплексами – це сукупність визнаних і усвідомлених відомостей, необхідних для аналізу конкретної ситуації, що дають змогу всебічно оцінити причини її виникнення та розвитку і визначити кілька альтернатив.

Склад, зміст і якість інформації, одержуваної керівництвом, відіграють вирішальну роль у забезпеченні ефективності управління. Аналіз інформації не обмежується економічними даними, а й широко використовує технічну, технологічну та іншу інформацію.

Всі джерела інформації на підприємстві поділяються на планові, облікові та позаоблікові. Їх характеристика представлена в таблиці 1.2.



**Таблиця 1.2 Характеристика джерел інформації**

Джерело інформації	Характеристика
Планові джерела	До планових джерел відносяться всі типи планів, які розробляються на підприємстві (перспективні, поточні, оперативні, госпрозрахункові завдання, технологічні карти). А також нормативні матеріали, кошториси, цінники, проектні завдання.
Облікові джерела	Джерела інформації облікового характеру — це всі дані, які містять документи бухгалтерського, статистичного і оперативного обліку, а також всі види звітності й первинна облікова документація. Своєчасний і повний аналіз даних, які є в облікових документах (первинних і зведених) і звітності, забезпечує вжиття необхідних заходів, направлених на поліпшення виконання планів, досягнення кращих результатів господарювання. З розширенням комп'ютерної техніки з'явилися і нові машинні джерела інформації. До них відносяться дані, які містяться в оперативній пам'яті комп'ютера, на гнучких дисках, а також видаються у вигляді різноманітних машинограм
Позаоблікові джерела	До позаоблікового джерел інформації відносяться документи, які регулюють господарську діяльність. У їх число входять: <ul style="list-style-type: none"> <li>– офіційні документи, які готельний комплекс зобов'язаний використовувати у своїй діяльності: національне законодавство, укази президента, постанови органів державної влади та місцевого самоврядування, накази органів управління вищого рівня, акти ревізій і перевірок, накази і розпорядження керівництва готельного комплексу;</li> <li>– господарсько-правові документи: контракти, договори, арбітражні та судові рішення, скарги;</li> <li>– рішення загальних зборів і рад колективу готелю в цілому або окремих підрозділів;</li> <li>– матеріали для вивчення передового досвіду з різних джерел (інтернет, радіо, телебачення, газети). <ul style="list-style-type: none"> <li>– технічна та технологічна документація;</li> </ul> </li> <li>– усна інформація, отримана під час зустрічей із членами команди та іншими представниками готелю.</li> </ul>

Складено на основі [6].

Відповідно до наукових джерел на сьогоднішній день існує чималий перелік інформації, яку аналізують і використовують для прибуткового функціонування закладів готельно-ресторанної сфери. Детальну класифікацію за їх видами та ознаками представлено в таблиці 1.3.

**Таблиця 1.3 Класифікація інформації в готельно-ресторанних комплексах**

Ознаки	Вид інформації
По відношенню до об'єкту дослідження	Внутрішня інформація
	Зовнішня інформація
По відношенню до предмету дослідження	Основна інформація
	Допоміжна інформація
За періодичністю надходження	Регулярна інформація: <ul style="list-style-type: none"> <li>– постійна. Зберігає своє значення тривалий час (коди, шифри, план рахунків бухгалтерського обліку та ін.);</li> <li>– умовно-постійна. Зберігає своє значення протягом певного періоду часу (планові показники, нормативи);</li> <li>– Змінна. Характеризується частою змінюваністю подій (звітні дані про стан аналізованого об'єкту на певну дату)</li> </ul>
	Епізодична інформація
По відношенню до процесу обробки	Первинна інформація (дані первинного обліку, інвентаризацій, обстежень)
	Вторинна інформація (дані пройши певну стадію обробки та перетворень: звітність, кон'юнктурні огляди тощо)

*Складено на основі [12].*

Даний набір інформацій доволі розширений адже відповідає найрізноманітнішим ознакам згідно з якими ведуть свою діяльність заклади розміщення або харчування. Ця інформація слугує основою для підготовки відповідних звітів, заяв і пропозицій, а також для ухвалення управлінських рішень. Зміст кожної частини інформації визначається потребами керівництва та бізнес-рішеннями. До інформації висуваються певні вимоги.

- вона має бути стислою, чітко вираженою та отриманою своєчасно;
- вона має відповідати потребам керівництва;

– точність і надійність, правильний добір первинних даних, оптимальна систематизація, безперервність збирання та обробки даних.

У діяльності великого готельного комплексу передача інформації є необхідним і ключовим елементом для його нормального функціонування. При цьому особливо важливо забезпечити оперативність і достовірність інформації. Для багатьох готельних комплексів внутрішня інформаційна система вирішує завдання організації технічних процесів і має виробничий характер. Насамперед це стосується процесів надання товарів і послуг готельного комплексу. Тут інформація відіграє важливу роль у наданні відомостей для ухвалення управлінських рішень і є одним із чинників зниження витрат на процес надання послуг і підвищення його ефективності. Особливу роль відіграє прогнозування ринкових процесів.

Важливу роль в ухваленні рішень відіграє науково-технічна інформація, включно з новими науковими знаннями, інформацією про винаходи, нові послуги в готельних комплексах та інформацію про заклади-конкуренти. Це загальний фонд, що постійно поповнюється, знання і потенційні технічні рішення, практичне і своєчасне використання яких може забезпечити високу конкурентоспроможність готельно-ресторанних комплексів.

У всьому світі готельно-ресторанні комплекси є одними з найвищих споживачів інформаційно-комунікаційних технологій. Це пояснюється характером інформації, що використовується в індустрії гостинності. По-перше, ця інформація дуже чутлива до часу, оскільки різні дати, такі як події та розклади, часто змінюються. По-друге, інформація про готельно-ресторанні послуги має бути своєчасно доступна з різних куточків світу.

Застосування інформаційно-комунікаційних технологій у діяльності підприємств сфери туризму є актуальним напрямом розвитку інформаційних технологій у виробничій діяльності сучасних підприємств. Його основною метою є не тільки можливість обміну різними видами інформації між користувачами інформаційно-обчислювальних систем. Це також створення

можливості спільного використання загальних інформаційних ресурсів суспільства та отримання інформації, наприклад, довідкових матеріалів і документів, від різних типів спеціалізованих інформаційних організацій. Правильне і раціональне використання переваг комп'ютерних технологій дозволить будь-якому сучасному готельно-ресторанному підприємству впевнено і успішно працювати сьогодні, поступово прогресувати і закласти основи процвітання в майбутньому.

Організоване управління, кваліфікований персонал і автоматизація – це ключові фактори, які обіцяють успіх будь-якому сучасному бізнесу, що дає йому можливість обійти своїх конкурентів.

### **1.3 Використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в сфері обслуговування**

Конкуренція на ринку готельно-ресторанних послуг щороку зростає, тому гостям вже недостатньо запропонувати номер, який буде зручним і добре обладнаним, гостей потрібно здивувати, переконати і навіть завоювати. Все це спонукає застосування новітніх інформаційно-комунікативних технологій у введенні бізнесу. Адже дослідження і використання таких систем управління закладом є гарантією підвищення конкурентоспроможності та покращення репутації. Тому важлива пильна увага до інформаційно-комунікативних технологій в сфері готельно-ресторанного бізнесу та осмислення перспектив їх використання.

Ключову роль у використанні інформаційно-комунікаційних технологіях відіграють методи реєстрації, оброблення, зберігання і передавання інформації, систематичного зберігання і надання інформації в необхідній формі, а також створення нової числової, зображувальної та іншої інформації [26].

Системи інформаційно-комунікаційних технологій, що використовуються в індустрії гостинності мають комплексний характер, складаються з:

- глобальних комп'ютерні системи резервування;
- систем проведення телеконференцій;
- систем мультимедіа та відео систем;
- інформаційних систем управління;
- електронних інформаційних систем авіаліній;
- електронних пересилок грошей;
- телефонних мереж;
- інтегрованих комунікаційних мереж;
- смарт-карток.

Таке використання кожним сегментом готельного господарства інформаційних систем та технологій має велике значення для решти її складових.

Основними цілями використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій є:

- підвищення ефективності виробничого процесу;
- підвищення безпеки;
- підвищення економічності;
- впровадження автоматизації;
- поліпшення якості регулювання;
- підвищення коефіцієнта готовності устаткування;
- поліпшення ергономіки праці виробничого процесу;
- забезпечення достовірності інформації про матеріальні компоненти, вживані у виробництві;
- зберігання інформації про хід технологічного процесу і аварійні ситуації.

Впровадження та інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій в готельну структуру дозволить підприємству бути конкурентним та задовольняти більш широкий сегмент попитів гостей, що є безпосередньою запорукою економічного успіху.

Сучасні інформаційно-комунікаційні технології для готелів включають:

- готельне телебачення (в тому числі платне);
- електронні готельні замки;
- готельний доступ до Інтернету (в тому числі Wi-Fi);
- бухгалтерські програми для готелів;
- систему управління готелем (PMS);
- персональний сайт готелю;
- систему онлайн-бронювання готелів;
- системи захисту від крадіжок з боку недобросовісних співробітників;
- готельне відеоспостереження [5].

Інформаційно-комунікаційні технології для ресторанних закладів включають:

- системи обліку продуктів за термінами зберігання та обліку сезонності споживання;
- системи планування закупівель, виробництва, продажу;
- ведення регламентного і управлінського обліку в єдиній інформаційній базі;
- системи обміну даними з різними фронт-офісними системами;
- звітність (управлінський баланс, стан замовлень гостей і постачальників);
- роботу з дисконтними і клубними картами;
- точності і прискорення прийому замовлень гостей;
- ведення єдиного карткового рахунку гостя.

Інноваційні рішення, які використовуються в готельно-ресторанних підприємствах, перш за все направлені на надання якісних готельних послуг та задоволення потреб споживачів. Загалом, ефективні інформаційно-комунікаційні рішення повинні удосконалювати технологічні процеси в готельному підприємстві та бути клієнтоорієнтованими. Саме тому підвищується необхідність забезпечення оперативності і точності роботи персоналу та готельного комплексу в цілому. Що стає можливим за рахунок впровадження систем автоматизації роботи готелю та ресторану, тобто впровадження Автоматизованих Систем Управління (АСУ).

Дані системи вже давно використовують в готельно-ресторанній сфері в усьому світі, але на жаль в Україні невелика частина закладів має такі автоматичні системи управління. Це є великим недоліком вітчизняного готельного господарства, адже до 70% сучасних бронювань номерів відбуваються онлайн, і це вже визначає, наскільки важливу роль грає надійне програмне забезпечення для готелів.

Готель сьогодні не може ефективно працювати й продавати свої послуги без участі в його роботі сучасних розумних систем управління. Та й контроль за роботою з такою системою більш надійний, ніж той, що обмежений лише людськими можливостями. Саме тому використання АСУ є важливою технологією для готельно-ресторанних комплексів.

АСУ допомагають вести готельним господарствам облік та аналіз відвідувачів, здійснювати розрахунки гостей за певні послуги, створювати базу даних постійних відвідувачів. У світі такі системи вже давно використовують майже у кожному закладі розміщення, тому вони є більш успішними та конкурентоспроможними.

На світовому ринку протягом функціонує чимала кількість компаній, які представляють системи автоматизації готельних підприємств. Серед них: Micros Fidelio, Lodging Touch LIBICA, Epitome PMS, Amadetis PMS, OPERA, Optima, Senium, Nimeta, Едельвейс, Готель 3, KEI Hotel, UCS Sheiter, Парус-Готель, Галактика та інші [7].

Дані системи встановлені на підприємствах більше 100 найбільших готельних мереж світового значення, таких як Sheraton, Hilton, Marriott, Kempinski, Hyatt та ін.

Електронні мережі також є важливим каналом передачі інформації та комунікації з споживачами готельно-ресторанних послуг. Саме тому їх використовуються дедалі більша кількість готельно-ресторанних комплексів.

В умовах безперервного розвитку технологій, зростання популярності соціальних мереж та мобільних пристроїв, сфера готельно-ресторанного бізнесу стає дедалі конкурентнішою. Отже, незалежним готелям важливо навчитися отримувати максимум користі з онлайн-маркетингу.

80% клієнтів сучасний готель одержує з інтернету. Показник продовжує зростати, що змушує всіх власників готельних підприємств вивчати тонкощі залучення гостей з мережі: визначати оптимальний рекламний бюджет, зменшувати вартість залучення одного гостя, вважати ефективність кампаній і т.д.

Більшість готелів у залученні гостей використовують сервіси онлайн-туристичних (ОТА) агенцій – сайтів-посередників на кшталт Booking.com [16].

За даними Google та Booking.com, у середньому від 50 до 80% відвідувачів Booking.com переходять на сайт готелю – це великий трафік. Сайти ОТА популярні, якісні, наочні, а головне користуються величезною довірою в аудиторії. Заходячи на той же Booking.com, людина може бути впевнена, що подана інформація (фотографії готелю та номерного фонду, його опис, умови проживання та відгуки) є достовірними. І якщо готель добре представлений, встиг набрати позитивні відгуки та хороший рейтинг, він має всі шанси бути поміченим новими клієнтами, які раніше про вас не знали. І це об'єктивна причина, чому готелю слід звернути увагу на такий спосіб комунікації з потенційними гостями.

Також одним із популярних сервісів комунікації між готелями та гостями є сайт Tripadvisor. Протягом останніх кількох років Tripadvisor дуже



наполегливо працює над створенням відкритих і довірчих відносин з готельєрами, тоді як відгуки гостей стають важливою частиною роботи готелів і змушують директорів зосередитися на забезпеченні виключно позитивних коментарів, залишених гостями [11].

Зазначимо, що ОТА, включаючи Tripadvisor та Booking.com, продовжують інвестувати в досвід користувача, роблячи роботу сайтів більш зручною та полегшуючи резервування готелів як зі стаціонарного комп'ютера, так і з мобільного пристрою. Увага приділяється всьому, починаючи від повідомлень про підтвердження бронювання, спрямованих безпосередньо на телефон гостя, і закінчуючи індивідуальним маркетингом, завдяки якому можна отримати актуальні поради, які базуються на інформації про пошукові запити.

В даний час у Європі майже три чверті (74%) бронювань незалежних готелів приходять із сайтів ОТА.

Booking.com є провідним джерелом бронювання готелів у низці європейських країн. Аналітичні дані демонструють перевагу Booking.com на всіх ключових ринках – Великій Британії, Франції, Німеччині, Іспанії та Україні. Але інші платформи також вносять важливий внесок допомогу готелям в усьому світі. На рисунку 1.1 продемонстровані найпопулярніші онлайн-сайти бронювань готелів, їх розподіл та частка продажів номерів в готелі через інтернет.

Результати дослідження аналітиків показали, що ОТА є кращим каналом бронювання.

Усе вищевказане доводить, що в готельно-ресторанній індустрії інформаційні та комунікаційні технології взаємопов'язані і дуже важливі в управлінні закладами проживання та харчування.

В умовах жорсткої конкуренції готельно-ресторанні комплекси змушені шукати нові шляхи підвищення ефективності праці та привабливості своїх послуг для гостей. Використання різних інформаційно-комунікаційних

технологій сприяють розвитку готельно-ресторанного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати лідируючі положення у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим стандартам обслуговування.

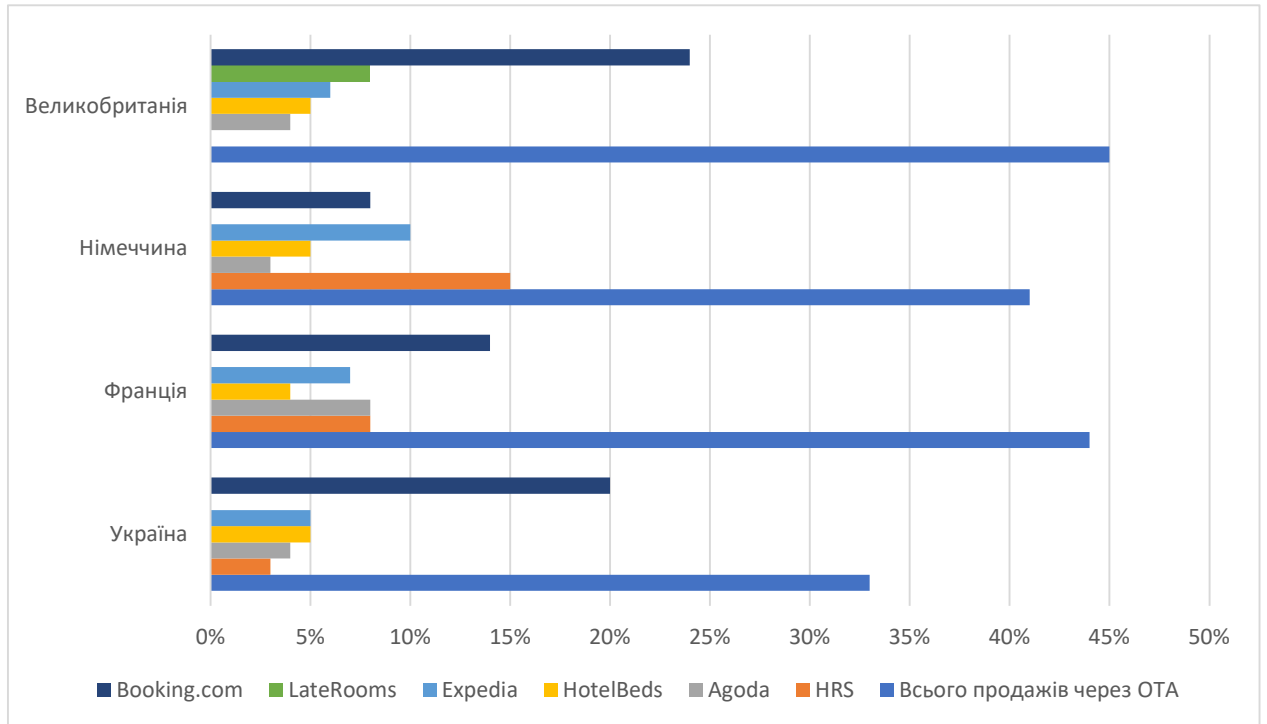


Рисунок 1.1 Канали бронювань готельних номерів, у відсотках

## РОЗДІЛ 2.

### ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ КОМПЛЕКСІ «МАЄТОК»

#### 2.1 Загальна характеристика закладу

Готельно-ресторанний комплекс «Маєток» розташований на березі річки Південний Буг, одній з небагатьох річок в Європі, на якій ще збереглися пороги, котрі утворюють цілі каскади, в старовинному козацькому селі на півночі Миколаївської області – Мигія. Його називають маленькою Швейцарією в Україні. Вона знаходиться на території заповідника «Гранітно-степове Побужжя», один з переможців всеукраїнського конкурсу «Семи природних чудес України».

Територія та природа. Екологія та чистота. Гастрономія та чуттєве задоволення. Відпочинок та обслуговування. Розваги та умиротворення. Цей комплекс зібрав у собі перелік послуг, який без жодних сумнівів здатний задовольнити будь-які смаки та створити незабутній відпочинок.

До послуг готельно-ресторанного комплексу «Маєток» відносяться:

- Комфортабельні номери класу VIP, Стандарт та Еко-стандарт;
- Ресторан із літньою терасою;
- Розкішний банкетний зал;
- Цілодобова стійка реєстрації;
- Парковка, що охороняється;
- Wi-Fi доступний по всій території;
- Лікувально-оздоровчий чан;
- Комплекс саун із окремими басейнами;
- Організація рафтингу сплавів по порогах Південного Бугу в Мигії;

- Дитячий майданчик;
- Велика зелена територія комплексу;
- Риболовля;
- Місце для відпочинку в саду;
- Екскурсійні програми;
- Можливість відпочинку разом із свійськими тваринами.

Готельно-ресторанний комплекс «Маєток» складається з головного корпусу, вілли, ресторану, а також банкетної зали місткістю 196 осіб.

Номерний фонд готельно-ресторанного комплексу – 17 номерів. Вони розташовані в головному корпусі та у вигляді окремих вілл.

Номери оформлені в класичному стилі і обставлені сучасними меблями. Всі номери укомплектовані холодильником, LED-телевізором з супутниковим ТБ, кондиціонером, ванною кімнатою, рушниками та набором необхідних гігієнічних речей.

Готель пропонує 5 категорій номерів, які разом з цінами зазначені в таблиці 2.1.

**Таблиця 2.1 Номерний фонд готелю «Маєток»**

Категорія номеру	Ціна за проживання, грн.
<b>Головний корпус</b>	
Стандарт	850
Еко-стандарт	650
VIP	2550
Додаткове місце	300
<b>Вілла</b>	
Сімейний	1300
Вілла-стандарт	650
Додаткове місце	250

У номерах головного корпусу стандарт є комфортне двоспальне ліжко, у номерах еко-стандарт – два зручні роздільні ліжка. VIP-номери готелю обладнані диваном та комфортним двоспальним ліжком.

Сімейна Вілла – це двоповерховий номер з трьома двоспальними ліжками. Номери Вілла-стандарт укомплектовані комфортним двоспальним ліжком.

Сучасна стандартизація готельних підприємств визначається поєднанням Державних будівельних норм України, санітарних правил і норм, правил пожежної безпеки. Головні функціональні приміщеннями готельно-ресторанного комплексу «Маєток» представлені на рисунку 2.1.

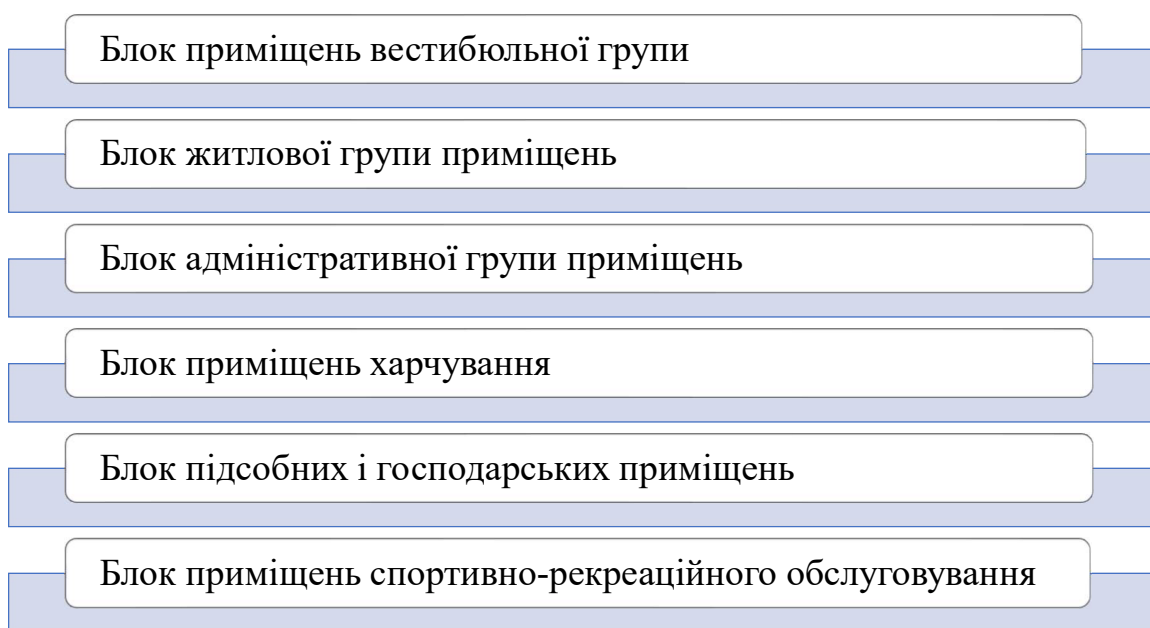


Рисунок 2.1 Функціональні приміщеннями готельно-ресторанного комплексу «Маєток»

Функціональна організація приміщень – це розташування приміщень та організація їх внутрішнього простору відповідно до участі у технологічних процесах підприємства готельного господарства.

Приміщення готельно-ресторанного комплексу «Маєток» відповідно до функціональних блоків наведені в таблиці 2.2.

**Таблиця 2.2 Групи приміщень готельно-ресторанного комплексу «Маєток»**

Функціональний блок	Приміщення
1	2

## Продовження таблиці 2.2

Житловий блок	<ul style="list-style-type: none"> <li>– номери всіх категорій;</li> <li>– зони загального користування;</li> <li>– приміщення побуту;</li> <li>– приміщення для обслуговуючого персоналу.</li> </ul>
Адміністративний блок	<ul style="list-style-type: none"> <li>– приміщення дирекції;</li> <li>– приміщення каси;</li> <li>– приміщення бухгалтерії;</li> <li>– приміщення відділу кадрів;</li> <li>– приміщення інженерно-технічного відділу;</li> <li>– господарчі і складські приміщення.</li> </ul>
Вестибюльний блок	<ul style="list-style-type: none"> <li>– вестибюль;</li> <li>– приміщення для прийому гостей;</li> <li>– гардеробне приміщення;</li> <li>– відділення зв'язку;</li> <li>– приміщення зберігання багажу;</li> <li>– санітарні вузли;</li> <li>– бюро обслуговування.</li> </ul>
Харчувальний блок	<ul style="list-style-type: none"> <li>– торгові приміщення;</li> <li>– виробничі цехи;</li> <li>– адміністративні приміщення;</li> <li>– складські приміщення.</li> </ul>

Ресторан готельно-ресторанного комплексу «Маєток» поєднує в собі чудову кухню і традиційну українську гостинність, бездоганне обслуговування та індивідуальний підхід до кожного гостя, класичний інтер'єр і комфорт. Ресторан пропонує своїм гостям найкращі страви класичної європейської та італійської кухонь. Також професійні кухарі закладу харчування готують страви на тандирі, мангалі та справжній українській печі. Ресторан послужить візитною карткою як для статусної корпоративної вечірки, сімейного торжества, дня народження або весілля.

Важливу роль в організації роботи готельно-ресторанного комплексу «Маєток» відіграє персонал. Команда висококваліфікованих працівників, добре знаючих свою роботу є гарною перевагою для закладу.

Персонал є дуже важливим фактором роботи підприємства. Адже саме персонал готельно-ресторанного бізнесу виконує безліч функцій з безпосередньою комунікацією з гостями, а також є ланками в переданні важливої інформації між різними структурами. А отже від рівня кваліфікації цього персоналу і від якості виконання своїх посадових обов'язків залежить рівень задоволеності споживачів, імідж в цілому та прибутковість закладу. В таблиці 2.3 представлена структура обслуговування споживачів готельно-ресторанного комплексу «Маєток» відповідно до посади і посадових обов'язків.

**Таблиця 2.3 Посадові обов'язки персоналу готельно-ресторанного комплексу «Маєток»**

Посада	Посадові обов'язки
1	2
Директор	<ul style="list-style-type: none"> <li>– організовує роботу і забезпечує економічну ефективність діяльності готелю;</li> <li>– здійснює контроль за якістю обслуговування гостей, обліком, розподілом і правильним використанням житлових номерів;</li> <li>– спрямовує роботу персоналу і служб готелю;</li> <li>– забезпечує рентабельне ведення готельного господарства;</li> <li>– організовує роботу з проведення капітального та поточного ремонту;</li> <li>– здійснює організацію і координацію діяльності ресторану;</li> </ul>
Головний адміністратор	<ul style="list-style-type: none"> <li>– контроль за роботою підпорядкованого персоналу;</li> <li>– координування роботи персоналу відповідно до їх функціональних обов'язків;</li> <li>– розробка графіків роботи персоналу служби;</li> <li>– вирішення конфліктних ситуацій та проблем гостей;</li> <li>– аналіз стану зайнятості номерного фонду;</li> </ul>
Черговий адміністратор	<ul style="list-style-type: none"> <li>– реєстрація гостей;</li> <li>– надання повної інформації про функціонування готелю, асортименту додаткових послуг та режиму роботи всіх підрозділів закладу;</li> <li>– приймання телефонних дзвінків для бронювання номерів;</li> <li>– надання необхідної допомоги гостям.</li> </ul>

## Продовження таблиці 2.3

Адміністратор ресторану	<ul style="list-style-type: none"> <li>– організація ефективної роботи ресторану;</li> <li>– керівництво персоналом (складання графіків роботи, навчання, контроль робочих процесів і дотримання стандартів закладу);</li> <li>– спілкування з відвідувачами;</li> <li>– оформлення необхідних документів і звітності</li> </ul>
Офіціант	<ul style="list-style-type: none"> <li>– підготовка та оформлення столів;</li> <li>– допомога гостям закладу здійснювати вибір страв;</li> <li>– подає замовлені страви і напої;</li> <li>– проводить розрахунок з гостями;</li> </ul>
Старша покоївка	<ul style="list-style-type: none"> <li>– здійснення контролю за станом приміщень загального користування та номерів;</li> <li>– розподіл виробничих завдань згідно професійних обов'язків;</li> <li>– контроль за цілістю майна та інвентарю;</li> <li>– ведення технічної документації;</li> </ul>
Покоївка	<ul style="list-style-type: none"> <li>– прибирання і провітрювання номерів відповідно нормам;</li> <li>– заміну постільної білизни та рушників;</li> <li>– контроль за наявністю у санвузлах необхідних засобів гігієни;</li> </ul>
Прибиральниця	<ul style="list-style-type: none"> <li>– догляд за приміщеннями загального користування;</li> <li>– прибирання санвузлів у номерах і загального користування;</li> </ul>
Бухгалтер	<ul style="list-style-type: none"> <li>– розпорядження фінансами бази відпочинку;</li> <li>– видача заробітних плат.</li> </ul>
Головний інженер	<ul style="list-style-type: none"> <li>– керування технічним персоналом бази відпочинку;</li> <li>– контроль справності всього обладнання та техніки.</li> </ul>
Завгосп	<ul style="list-style-type: none"> <li>– закупка інвентарю та матеріалів для організації виробничого процесу.</li> </ul>
Охоронник	<ul style="list-style-type: none"> <li>– контроль за справністю роботи всіх інженерних та господарських зон.</li> </ul>

Серед додаткових послуг готельно-ресторанного комплексу «Маєток», а також його переваг серед конкурентів є можливість проведення банкетів.

Над даною послугою в закладі працюють одні з найкращих спеціалістів. Гостям особливо імпонує розкішна літня тераса, де проведення



будь-якого свята поєднується з натуральними пейзажами і якісним сервісом. Для замовників свята заклади харчування при готелі працюють цілодобово.

Готельно-ресторанний комплекс пропонує відзначити будь-який святковий захід. У закладі представлена можливість для проведення:

- банкетів;
- днів народження;
- корпоративів;
- весіль;
- вечірок;
- презентацій;
- фуршетів;
- спортивних трансляцій;
- тематичних подій.

За попередньою домовленістю у готелі можлива організація та проведення весільних церемоній. Виїзна церемонія розпису набуває все більшої популярності. Адже молодята більше не хочуть чекати своєї черги в РАГСі та одружуватися у офіційному приміщенні. Тому церемонія на свіжому повітрі на березі річки Південний Буг, за власним сценарієм та правилами стає частим явищем серед наречених. Користуючись цією тенденцією готельно-ресторанний комплекс «Маєток» бере організацію заходу на себе. Якісна виїзна весільна церемонія в закладі включає не тільки наявність необхідної атрибутики, а й узгодження всіх організаційних моментів та надання послуг вищої якості.

## **2.2 Аналіз ефективності діяльності закладу**

Рентабельність готельно-ресторанного комплексу «Маєток» в 2019 році склала 7,5%, що є чудовим показником, тому що у готелях зазвичай рентабельність продажів складає від 5% до 7%. У 2020 - 2021 роках

внаслідок збільшення чистого прибутку показники рентабельності продажів склали, відповідно 7,7% і 7,8%. В таблиці 2.4 зазначені економічні показники діяльності готельно-ресторанного комплексу «Маєток» за 2019-2021.

**Таблиця 2.4 Економічні показники готельно-ресторанного комплексу "Маєток", тис.грн.**

Показник	2019 р.	2020 р.	2021 р.
1. Прибутки від основних видів діяльності, тис. грн.	673980,5	688199,9	697963,9
В тому числі:			
- продаж номерів	289693,0	295383,8	299291,5
- здача обладнання в оренду	52573,5	54150,7	55233,7
- телекомунікаційні послуги та інтернет	42172,0	43137,2	43799,9
- транспортні послуги та паркова	42088,0	43050,6	43711,7
- доходи відділу F&B і обслуговування в номерах	63056,5	64648,2	65741,2
2. Витрати	507991,2	520230,9	528635,5
В тому числі:			
- заробітна плата працівникам і податки за з/п	88777,5	91440,8	93269,6
- телекомунікаційні послуги	44167,0	45192,0	45895,9
- витрати на ремонтні роботи	79674,0	82064,2	83705,5
- амортизація	16086,0	16568,6	16900,0
-матеріальні витрати (чистячі і миючі засоби, канц. товари, інвентар, автозапчастини)	8322,7	8542,4	8693,2

Як ми бачимо прибуток готельно-ресторанного комплексу більший за його витрати, а отже можна зробити висновки про рентабельність закладу.

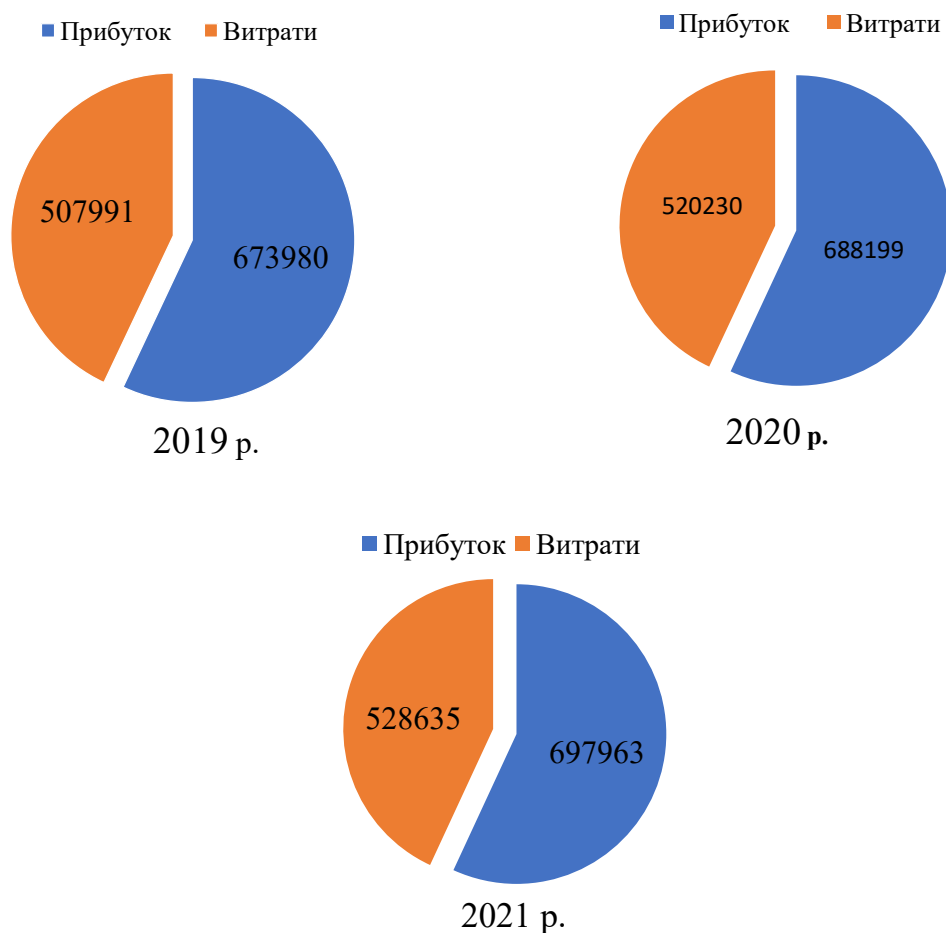


Рисунок 2.2 Частка витрат в прибутку діяльності закладу «Маєток»

На рисунку 2.2 відображена частка витрат в прибутку від діяльності готельно-ресторанного комплексу «Маєток» за роками. Ми бачимо, що за останні два роки прибуток закладу збільшився, як і витрати.

Саме тому є необхідність у використанні інформаційно-комунікаційних технологій, як один із методів збільшення прибутку та зменшення витрат.

Використання сучасних комп'ютерних технологій, як правило, настільки дороге в розробці та впровадженні, а також в обслуговуванні та розвитку, що багато готелів не змогли їх впровадити.

З економічної точки зору, технологію інформаційно-комунікаційних систем можна розглядати як засіб виробництва готельно-ресторанних послуг, який може вільно замінити персонал. Надаючи цінність, інформаційні технології замінюють найманих працівників, витрати на яких зростають.

Тому інформаційно-комунікаційні технології мають призвести до скорочення кількості менеджерів середньої ланки і службовців, оскільки вони замінюються інформаційними системами. Інформаційні технології також можуть знизити вартість готельних послуг за рахунок скорочення операційних витрат [4].

Інформаційні системи можуть стати потужним інструментом для створення більш конкурентоспроможного та ефективного готельного комплексу. Інформаційні технології можуть бути використані для перепроєктування організацій і перетворення їхньої структури, сфери діяльності, засобів комунікації, механізмів управління роботою, трудових процесів і надання послуг [19].

Внутрішнє середовище підприємства готельно-ресторанного закладу та його потенціал і ресурси важко оцінити лише узагальненими показниками. Діяльності готельно-ресторанного комплексу «Маєток» доцільно проаналізувати також за допомогою відгуків та оцінок гостей. Адже заклади розміщення та харчування функціонують в першу чергу для задоволення потреб споживачів даних послуг. Дійсно неможливо повністю розраховувати на думку гостей, адже всі люди різні і для кожного поняття якості буде відрізнятися. Однак навіть не будучи спеціалістами в сфері послуг порівняння людей закладу «Маєток» з конкурентами може принести чималу користь у аналізі підприємства. Для цього слід встановити відповідність очікувань споживачів з їх реальним досвідом відвідання готельно-ресторанного комплексу «Маєток», задоволення тим обслуговуванням, яке їх було надане та цінність тієї послуги чи продукції, що пропонується закладом.



Рисунок 2.3 Рейтинг готельно-ресторанного комплексу «Маєток»

Оцінки споживачів готельно-ресторанного «Маєток» були взяті на інтернет-сайтах: Booking, Zruchno.Travel та Google. В загальному було опрацьовано майже 800 відгуків. Результати у показниках від 1 до 10 зірок, де 1 – мінімальна, а 10 – максимальна оцінка представлені на рисунку 2.3.

Як ми бачимо на рисунку, максимальну оцінку комплекс отримав за такими категоріями: розташування та атмосфера. Далі оцінкою 9 споживачі відзначили номери та кухню ресторанів при готелі. На вісімку оцінили ціни та чистоту закладу і на 7 балів обслуговування. Звівши всі ці дані до середнього значення ми отримуємо загальну оцінку готельно-ресторанного комплексу – 8, що є дуже гарним результатом.

Найменший бал за результатами оцінювання споживачів отримав персонал закладу за показником обслуговування. Проблема з обслуговуванням та нестачею висококваліфікованого персоналу у сфері послуг – це загальна проблема вітчизняних закладів готельно-ресторанного господарства. Саме тому для керівника готельно-ресторанного комплексу «Маєток» важливо першочергово зосередити увагу на орієнтації

обслуговування на світові стандарти якості та зайнятися підвищенням рівня професіоналізму та кваліфікації персоналу.

Трудові ресурси значно впливають на загальний потенціал підприємства. Кваліфікаційний рівень кадрів є неоціненним скарбом для кожного підприємства, а тому слід приділяти велику увагу вивченню цього питання. Одною з причин проблеми з обслуговуванням може бути не тільки некваліфікований персонал, а і неправильна організація роботи та використання часу під час виробничої діяльності. Найважливішим елементом нормування праці є вивчення фактичних витрат робочого часу на виконання операцій і процесів.

З метою вивчення і аналізу трудового процесу й витрат робочого часу працівників в закладі «Маєток» слід проводити спеціальні наукові спостереження.

Фотографія робочого дня	Хронометраж	Фотохронометраж
<ul style="list-style-type: none"> <li>Вивчення і виміри всіх без винятку витрат робочого часу протягом зміни або протягом робочого дня</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Проведення виміру часу, протягом якого виконуються окремі циклічно повторювані елементи операцій</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Одночасне проведення фотографії робочого часу й хронометражних спостережень</li> </ul>

Рисунок 2.4 Види наукових спостережень витрат робочого часу  
Складено на основі [20]

Спостереження залежно від їх призначення, мети, обсягу й змісту, витрат часу поділяють на такі види: фотографія робочого дня, хронометраж і фотохронометраж (рис. 2.4).

На основі отриманих розрахунків та даних проводиться детальний аналіз витрат робочого часу окремими працівниками, визначаються резерви щодо підвищення витрат часу на виконання основної роботи, за рахунок зменшення часу на перерви. За допомогою даного методу вивчення витрат

робочого часу можна виявити приховані трудові резерви, визначити невикористаний кадровий потенціал, приймати рішення щодо збільшення або зменшення кількості персоналу закладу, а також значно підвищити продуктивність і якість праці персоналу готельно-ресторанного комплексу «Маєток». Саме з цими завданнями повинні допомогти інформаційно-комунікаційні технології.

Підводячи підсумок можна сказати, що заклад «Маєток» має свої переваги перед конкурентами і це дозволяю комплексу пропонувати більш ширший асортимент послуг більш високої якості. А визначивши слабкі місця діяльності закладу необхідно впровадити інформаційно-комунікаційні технології для всебічного аналізу та вибору найефективніших шляхів їх вирішення.

### **2.3 Особливості застосування інформаційно-комунікаційних технологій в закладі**

У готельно-ресторанному комплексі "Маєток" за обслуговування та комунікацію з гостями відповідають десять служб. Дані служби є вкрай важливими для повноцінного функціонування закладу і від їх спільної роботи залежить рівень обслуговування споживачі. Перелік даних служб зображений на рисунку 2.5.

Основне завдання служба обслуговування номерів – забезпечення комфортного перебування гостей у готелі. Ця служба включає в себе персонал з обслуговування поверхів (покоївки та прибиральники), пральню, каштелянку та пральню.

Служба food and beverage забезпечує обслуговування клієнтів у ресторанах і барах готелю, а також організовує і проводить банкети. Обслуговування в номерах пропонує широкий вибір бутербродів, салатів, закусок, гарячих страв і алкогольних напоїв.

Інженерно-технічні служби виконують контроль, ремонт усіх інженерних систем готелю (водо- і тепlopостачання, каналізації, санітарії, систем центрального опалення, вентиляції та кондиціонування, освітлення, транспортних систем готелю, слабкострумowego устаткування, телефонного зв'язку, внутрішніх комунікацій, радіо- і телевізійних мереж) і профілактичне обслуговування.

Основне завдання служба обслуговування номерів – забезпечення комфортного перебування гостей у готелі. Ця служба включає в себе персонал з обслуговування поверхів (покоївки та прибиральники), пральню, каштелянку та пральню.

Служба food and beverage забезпечує обслуговування клієнтів у ресторанах і барах готелю, а також організовує і проводить банкети. Обслуговування в номерах пропонує широкий вибір бутербродів, салатів, закусок, гарячих страв і алкогольних напоїв.

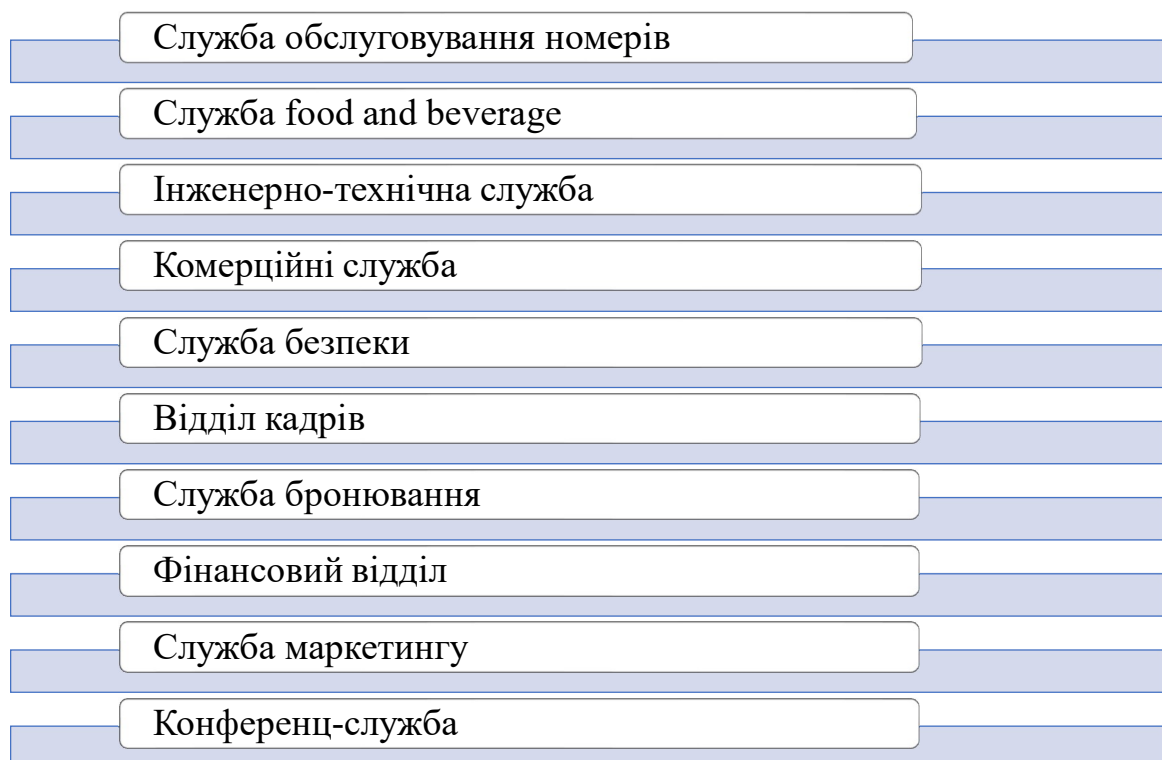


Рисунок 2.5 Функціональні служби готельно-ресторанного комплексу

«Маєток»



Інженерно-технічні служби виконують контроль, ремонт усіх інженерних систем готелю (водо- і тепlopостачання, каналізації, санітарії, систем центрального опалення, вентиляції та кондиціонування, освітлення, транспортних систем готелю, слабкострумowego устаткування, телефонного зв'язку, внутрішніх комунікацій, радіо- і телевізійних мереж) і профілактичне обслуговування.

Відділ кадрів відповідає за кадрове забезпечення готельно-ресторанного комплексу (планування, підбір і наймання персоналу, аналіз звільнень і плинності кадрів), розвиток персоналу (професійна орієнтація та перепідготовка, кваліфікація й оцінювання, організація кар'єрного зростання), удосконалення організації праці та її стимулювання.

Служба бронювання приймає заявки телефоном та онлайн.

Фінансовий відділ відповідає за бухгалтерський облік, контроль обігу фінансових коштів і наявності матеріально-технічних і виробничих ресурсів у готелі та складається з бухгалтерії, планового й економічного відділів.

Служба маркетингу аналізує динаміку ринкового середовища, шукає можливості виходу на нові ринки, виявляє і розвиває канали просування готельних послуг, регулярно переглядає ринкову і цінову політику готелю, оцінює потенціал основних ринків і сегментів збуту, виявляє найперспективніші готельні послуги. Вивчає споживчий попит з метою одержання, опрацювання та систематизації інформації про клієнтів готелю. Формує клієнтську базу через демографічні й соціальні змінні. А також аналізує конкурентне середовище готельно-ресторанного комплексу «Маєток».

Конференц-служба (бізнес-центри) – організовують і проводять різні конференції та симпозіуми. Іншими словами, це основний відділ, що надає бізнес-послуги готелю.

Крім основних служб, існують також допоміжні служби. Це відділ постачання, склад, пральня, відділ виробництва і майстерень та відділ комп'ютеризації. Співробітники готелю підпорядковуються правилам

внутрішнього трудового розпорядку та індивідуальним посадовим інструкціям.

Відповідно до світової практики, в готельно-ресторанному комплексі «Маєток» працює інформаційний центр. Він забезпечує цілодобову роботу всіх підрозділів, що беруть участь у моніторингу готельного комплексу (економіка, виробництво) і підготовці можливих варіантів оперативних і стратегічних рішень.

Інформаційний центр готельного комплексу "Маєток" є частиною інформаційно-комунікативних технологій в організації управління готелем і підпорядковується технічному директору [25]. Він складається з шести технічних співробітників і забезпечує підтримку та інформацію для різних служб і відділів готельного комплексу 24 години на добу. За роботу інформаційного центру відповідають чотири співробітники, якими курує технічний директор. До їхніх обов'язків входять:

- обслуговування і технічна підтримка автоматизованих інформаційних систем;
- надсилання та управління вхідною інформацією;
- забезпечення контролю та безпеки онлайн-комунікацій, програмного забезпечення готельного комплексу;
- контроль номерного фонду та фінансових порушень, запобігання різним загрозам;
- оперативне управління персоналом готельного комплексу;
- реєстрація та управління інформацією та матеріальними потоками готельного комплексу;
- обслуговування та підтримка серверів, електронної пошти та інтернет-з'єднань;
- супровід і підтримка придбаних програмних продуктів, обслуговування та підтримка необхідних баз даних;

- визначення завдань у сферах діяльності різних підрозділів готельно-ресторанного комплексу та управління щодо їх автоматизації;
- проектування методів розвитку інформаційних систем;
- розробка та оновлення офіційного сайту готельного комплексу;
- впровадження інформаційних технологій у діяльність, створення та оновлення баз даних;
- консультаційна допомога співробітникам з питань використання інформаційних технологій у роботі;
- програмне та технічне обслуговування мереж;
- передача інформації, регулярний моніторинг, аналіз інформації та звіт про результати керівнику відділу;
- управління споживанням води, тепла, електроенергії тощо.

Сьогодні будь-який заклад, сфери обслуговування, має справу з різноманітними інформаційними потоками, які необхідно обробляти швидко й ефективно. Обсяг інформації насамперед залежить від розміру готелю, і що більший готель, то більший обсяг і складність оброблюваної інформації. Великою підмогою тут є сучасні комп'ютерні інформаційні технології. Професійно розроблені комп'ютерні інформаційні системи значно полегшують роботу бухгалтерії, менеджерів та інших співробітників, дають змогу швидко й точно вести оперативний облік готельно-ресторанного комплексу, надають широкі можливості для аналізу, автоматизують облікові завдання, усувають величезну кількість непотрібного паперу та дозволяють уникнути багатьох людських помилок, що призводять до фактичної втрати контролю над фінансовим станом комплексу, заважають менеджерам ухвалювати своєчасні та правильні рішення, що призводить до порушення порядку і процедур та правил внутрішнього документообігу.

Саме тому готельно-ресторанній комплекс «Маєток» використовує програму автоматизації інформаційно-комунікаційних процесів B52.

Програма B52 розроблена для автоматизації готелів від міні формату, до готельних комплексів. Також відмінно підходить для будинків відпочинку, пансіонатів і санаторіїв.

За допомогою програми управління готель «Маєток» веде контроль номерного фонду, а також стежить за роботою ресторану, бару та інших структурних об'єктів. ПО має модульну структуру. Кожен користувач має свій пароль доступу. Система управління готелем дозволяє налаштовувати і обмежувати права доступу для різних користувачів.

Функціональні можливості програми:

- бронювання – пошук, підбір та бронювання номера, з урахуванням кількості дорослих і дітей, зазначенням всіх даних гостя;
- можливість групового бронювання номерів і управління цими групами;
- реєстрація гостей і поселення, як з попереднім бронюванням так і без нього;
- реєстрація паспортів та ведення журналів;
- широкі можливості розрахунків з гостями – від можливості розрахунку з пластикових карт, до багатовалютних рахунків з можливістю конвертації валюти за діючим курсом і ін.;
- ведення розрахунків за клубними картками;
- графічне відображення стану номерного фонду, облік стану кожного номера, швидка зміна його статусу (вільний / зайнятий / на збиранні / не справний);
- функції управління ремонтом і облік процесу;
- функція зберігання історії гостя – бази даних;
- ведення бази даних компаній, з якими готель має взаємовідношення;
- пошук гостей (проживають, майбутніх, які виїхали), їх облік, передача повідомлень гостям, побудка.

Модуль служби портьє дозволяє вести аналіз номерного фонду, реєстрацію гостя і додаткових послуг, облік міні-бару, оплату інтернету,

виписку періодичних і остаточних рахунків. Також є модулі служби бронювання, господарської служби та консьєржа.

Програма B52 для роботи в закладах готельно-ресторанного бізнесу – призначена для вирішення основних завдань. Основною перевагою даної системи в порівнянні з аналогами – є відносно невисока ціна за ліцензію та можливість виконання основних функцій з реєстрації гостей, управлінні послугами, введенні звітності та оцінка фінансових показників. Але, на жаль, ця програма недостатньо заточена та спеціалізована для більш серйозних функцій готельних підприємств. Зручна для міні готелів та допомагає з стандартним переліком робіт. До того ж рідно виходять оновлення тому програє більш професійним та досконалим програмам автоматизації готельно-ресторанних комплексів.

Сучасні технології передавання даних дали багатьом готельним комплексам можливість більш гнучко реагувати на зміни ринку. Невеликі готелі можуть використовувати інформаційні системи, щоб вижити нарівні з великими готелями. Вони можуть координувати такі види діяльності, як виконання замовлень і відстеження запасів, за допомогою невеликої кількості менеджерів.

Інформаційна технологія в готельно-ресторанному комплексі «Маєток» має такі характеристики:

- допомагає подолати розрив між економікою і математикою;
- найбільш ефективний спосіб вирішення економічних проблем;
- дає змогу привести економічні процедури у відповідність до міжнародних вимог;
- пов'язує готельний комплекс у єдиний інформаційний простір.

Комп'ютерні технології дають змогу оптимізувати та раціоналізувати управлінські функції, використовуючи нові засоби збирання, передавання та оброблення інформації.

Інформаційно-технологічна система, що використовується в готельному комплексі "Маєток", складається з комп'ютерної системи

бронювання, системи телеконференцій, відео-системи, комп'ютерів, управлінської інформаційної системи, електронної інформаційної системи, електронного грошового переказу, телефонної мережі та засобів мобільного зв'язку.

Таким чином, у готельному бізнесі поширюються інтегровані системи інформаційних технологій. З вищесказаного випливає, що в готельно-ресторанному комплексі «Маєток» циркулюють не комп'ютери, телефони чи відео-термінали, а система взаємопов'язаних комп'ютерів і комунікаційних технологій.

Є ще одна інформаційно-комунікаційна технологія, яка в останні роки набирає популярність та стає невід'ємною частиною діяльності будь-якого закладу готельно-ресторанного бізнесу. Це популяризація закладу в соціальних мережах.

Дана концепція будується на понятті, що щоб конкурувати на ринку, закладам необхідно стати медіа-компанією. Адже за допомогою активної взаємодії зі споживачами в інтернеті готельно-ресторанний комплекс може надавати інформацію про акції, заходи, новинки меню. Без сильної присутності в соціальних мережах неможливо успішно конкурувати з іншими закладами, причому потрібно зосередитись на тих соціальних мережах, які відповідають бренду закладу та його цільовій аудиторії.

На жаль готельно-ресторанний комплекс «Маєток» не використовує таку стратегію. В інтернеті немає офіційної сторінки закладу. І це є великий мінус. Адже потенційні споживачі не можуть зайти на сайт готельно-ресторанного комплексу «Маєток» і отримати всю необхідну інформацію, починаючи з категорій номерів і закінчуючи додатковими послугами.

Окрім цього заклад також не веде комунікацію в соціальних мережах. Наприклад в Instagram є сторінка готельно-ресторанного комплексу «Маєток», але остання публікація датована 2017 роком. На інших платформах на кшталт Facebook, Pinterest, Telegram заклад також не має офіційних сторінок.

## РОЗДІЛ 3.

# ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

### 3.1 Досвід інформаційно-комунікаційних технологій у світовому готельно-ресторанному бізнесі

Конкуренція на ринку готельно-ресторанних послуг щороку зростає. Сьогодні стає все складніше привабити гостя комфортним номером, смачною кухнею, супутниковим телебаченням і доступом до інтернету. Ці послуги вже стали звичними для готельно-ресторанних комплексів. Гостей потрібно здивувати, переконати і навіть завоювати. А отже постає гостра необхідність у формуванні стратегії розвитку готельно-ресторанних підприємств шляхом впровадження інформаційно-комунікаційних технологій та інновацій в сферу.

Інноваційний розвиток підприємств – це визначений безперервний рух, що базується на впровадженні і реалізації інновацій, які зумовлюють поліпшення кількісних та якісних характеристик діяльності підприємства, забезпечують зміцнення його ринкових позицій та створюють умови для його прогресивного розвитку [24].

Стрімкі зміни в індустрії гостинності вимагають нових ідей та постійних змін, адже використання неактуальних інформаційно-комунікаційних технологій не забезпечить стабільний дохід і гарний імідж для готельно-ресторанного комплексу. Тому важлива пильна увага до інновацій в сфері готельно-ресторанного бізнесу та осмислення перспектив їх використання. Адже дослідження і впровадження інноваційних рішень є гарантією підвищення конкурентоспроможності та покращення репутації.

Інновації в готельній індустрії приносять на ринок нові ідеї, новаторські послуги, продукти і процеси. Інновації в сфері послуг потрібно

розглядати як системні заходи, які не тільки приносять новизну, а і призводять до позитивних зрушень, які забезпечать сталий розвиток функціонування підприємства.

Раніше готелі були лише місцем, де люди ночували під час подорожей. Але зараз роль технологій у готельному бізнесі різко зросла. Адже заклади розміщення стають центром активності. Більшість цієї діяльності залежить від технологій, що робить їх більш важливими як для роботи готелю, так і для обслуговування та комфорту гостей.

Як зазначалось в попередніх розділах, вітчизняні готелі відстають від світових стандартів якості. Готелі використовують у своїй діяльності примітивні системи бронювання та управління номерним фондом. У більшості готелів відсутні сучасні засоби зв'язку та комунікацій, конференц-зали з відповідною аудіовізуальною технікою та технічними засобами для синхронного перекладу. В закладах відсутні передові системи захисти для забезпечення безпеки життєдіяльності гостей та охорони праці персоналу.

Саме тому в останні роки серед українських закладів все популярнішим стає стратегія максимальної автоматизації та роботизації закладів готельно-ресторанного господарства. Адже подальший розвиток готелів неможливий без сучасного обладнання та інноваційних технологій, без яких стає все складніше досягти високого рівня якості послуг.

Особливих успіхів готельне і ресторанне господарство досягло за останні 30 років за рахунок впровадження ефективних систем управління з використанням технологічних інновацій [30]. Зараз відчувається стрімкий розвиток технологій в галузі гостинності.

З розвитком науково-технічного прогресу з'являються раніше невідомі предмети та методи, які полегшують та вдосконалюють процес виробництва послуг. Дослідження, проведенні в галузі сучасних технологічних розробок для готельних та ресторанних підприємств, представляють чималу кількість к інновацій. Для готельного господарства який обрав стратегію автоматизації



бізнес-процесів існує чимало інноваційних рішень для досягнення поставлених результатів.

ТТІ коди («ТТІ codes») – система, за допомогою якої готелю привласнюється унікальний код. Цей сервіс дозволить уникнути плутанини з готелями, які мають майже однакові назви.

В готелях також впроваджуються інформаційні інновації направлені на удосконалення моніторингу роботи закладу. До такої технології відносять мікрочіпи для моніторингу халатів, рушників та постільної білизни – пристрій, не сприйнятливий до прання, успішно допомагає боротися з крадіжками. Готель в Гонолулу, який одним з перших почав використовувати дану технологію, протягом року зменшив кількість вкрадених рушників з 4000 до 750-ти штук. Економія коштів склала близько 15 200 доларів на місяць. Також слід відзначити, що чіпи не тільки запобігають крадіжкам, але і дозволяють відстежувати кількість матеріалів на складах.

Електронні системи бронювання (глобальні й альтернативні – GDS й ADS) зв'язують між собою покупців і постачальників готельного розміщення.

Смартфон замість електронного ключа – технологія, завдяки якій гості готелю отримують можливість відкривати номер за допомогою Apple iPhone, Blackberry і Android-смартфонів. Така інновація є актуальною у сучасний вік мобільних телефонів, дозволяє спростити заїзд та заощаджувати час гостей.

Інтерактивні столи, розташовані в лобі готелів – допоможуть гостям знайти будь-яку інформацію про туристичні пам'ятки міста, а також надають можливість детального дослідження інфраструктури самого готелю.

У сучасних готелях також є "безшумні електронні дверні дзвінки". Обслуговуючий персонал натискає на кнопку дзвінка біля дверей, і у номері включається інфрачервоний сканер. Якщо він фіксує якийсь рух, з'являється електронний сигнал "не турбувати" і службовець йде, щоб прийти пізніше.

Готелі все частіше використовують QR-коди у своїй діяльності. Проживаючи у готелі, гостю завжди необхідно для отримання інформацію дзвонити на стійку reservation. Але за допомогою QR-коду можна покращити

якість сервісу та підняти його на високий рівень. У номері на тумбочку наносять QR-код з наступною інформацією:

- робота всіх служб, що надають послуги гостю;
- меню ресторану при готелі;
- ціни на всі додаткові послуги;
- інформація про околиці міста.

Більш того інновації не стоять на місці і постійно вдосконалюють технології. Зараз заклади починають використовувати символи штрих-кодування при заселенні до готелю. Гостю необхідно завжди заповнювати реєстраційну картку, що безумовно займає час. Тепер гість може закодувати свою необхідну інформацій. А персонал готелю, за допомогою зчитувального пристрою, що знаходиться на стійці ресепшн, зможе швидко завантажити всю інформації на комп'ютер без заповнення реєстраційної картки.

В готельному бізнесі перспективним є впровадження інтелектуальних систем управління засобом розміщення. Такі системи дозволять перетворити номери, зони загального користування та виробничі приміщення в готелі на «розумні» та автоматизовані. Системи «Smart Hotel» включає в себе наступні функції управління:

- управління освітленням;
- управління водопостачанням;
- клімат-контроль;
- управління аудіо -відео потоками;
- управління контролем доступу;
- відеоконтроль;
- контроль проникнення.

Системи клімат контролю та інтелектуальної енергетики в готелях допомагають не тільки зробити проживання гостей більш комфортним, а й заощадити кошти. Наприклад за рахунок оптимізація системи опалення – автоматичне підтримання заданої температури, її вимкнення, коли в

готельному номері немає гостей, або коли температура в кімнаті досягає певної позначки. Або регулювання потужності ламп освітлення: збільшення чи зменшення їх потужності в залежності від рівня освітлення в кімнаті, автоматичне вимкнення освітлення, коли гість виходить з номеру.

Одним із найбільш інноваційних технологій стало розпізнавання голосу. В готельному бізнесі вже використовуються системи розпізнавання облич та сканування відбитків пальців, щоб отримати доступ до номеру. Голосові технології, інтеграції програм Google, Alexa або Apple Siri та віртуальна допомога – це нова тенденція, що розвивається в готельній сфері. З їх допомогою гості зможуть робити замовлення їжі в номер, отримувати необхідну інформацію, кликати покоївку, замовляти додаткові послуги та інше за допомогою віртуального голосового помічника прямо зі свого номеру.

Не менш важливим компонентом в інформаційно-комунікаційних технологіях є маркетингові інновації. Це інновації спрямовані на більш повне задоволення все зростаючих потреб споживачів та їх вимог, спонукання споживачів до здійснення купівлі, а також для відкриття нових ринків збуту з метою підвищення обсягів продажу [10].

До основних маркетингових інновацій готелів відносять:

- застосування інноваційних напрямків в брендинговій політиці;
- застосування нових методів та інструментів популяризації ресторану на ринку;
- використання нових комунікативних процесів;
- застосування сучасних інформаційних технологій;
- дослідження стилю життя та поведінки споживачів.

Щоб конкурувати на ринку, закладам необхідно стати медіа-компанією і не лише надавати інформацію про ціни, акції, заходи, нові послуги, але і створювати власне шоу, робити відеоконтент у вигляді коротких скетчів, ділитися корисною інформацією та ін. Без сильної присутності в соціальних мережах неможливо успішно конкурувати з іншими закладами. Створення

власної сторінки та популяризація готелів вперш за все повинна відбуватися в таких соціальних мережах як Instagram, Facebook, Telegram. Використання соціальних мереж дозволяє бренду стати впізнаваним, використовуючи відмітки гостей на фотографіях як спосіб популяризації закладу, а також полегшує обслуговування гостей онлайн.

Однією з нових маркетингових інновацій є використання інтерактивних столів, новітніх комп'ютерних технологій, телевізорів нового покоління та найсучаснішого інтерактивних проекцій. Interactive Desk – це революційний мультисенсорний комп'ютер, який дозволяє легко взаємодіяти з цифровим вмістом без необхідності використання додаткового обладнання. Це дає можливість продемонструвати гостям готель для ознайомлення у вигляді віртуального туру. Цей маркетинговий хід дуже цікавий і привабливий для гостей, тому що за допомогою цієї інтерактивної форми вони можуть побачити весь готельний комплекс у 3D, побачити номери готелю та повернути зображення на 360 градусів.

Новітні інформаційно-комунікаційні технології також спрямовані на автоматизації роботи ресторанів, вдосконалення виробничих процесів, послуг та продуктів для задоволення зростаючих потреб. До таких технологій відносять:

- Інтерактивне меню. З його допомогою можна ознайомитися з описом страви, підрахувати калорійність, самостійно сформувані замовлення;
- Доповнена реальність. Наводячи на мітку з меню камеру свого смартфона ви бачите 3D-модель будь-якої страви;
- QR-код. Можна отримати доступ до меню, списку співробітників, історії ресторану, дізнатися про поточні акції та спеціальні пропозиції.

Перспективним напрямком покращення ефективності діяльності засобу розміщення є автоматизація процесів комунікації відвідувачів з персоналом. Такі великі готельні мережі, як Hyatt, Starwood, Marriott визнали зростаючу перевагу споживачів, які використовують мобільні додатки для обміну

повідомленнями, та впровадили своїх чатботів в якості каналів зв'язку зі службою обслуговування клієнтів. Застосування такої технології дозволяє опрацювати до 90% запитів без втручання персоналу готелю і суттєво заощаджувати [27]. Віртуальний консьєрж Edward з'явився в 12 готелях готельної мережі Radisson Blu у Великобританії. Він майже повністю розвантажив співробітників, в обов'язки яких входило листування з гостями. Edward може розповісти про послуги готелю, допомогти замовити обслуговування номеру, надати рекомендації туристу щодо вибору закладу ресторанного господарства та прийняти від клієнта скаргу.

В Українській мережі Ribas Hotels Group також виконують роботу всіх департаментів готелю: від бронювання до обслуговування номерів – через мобільні додатки та месенджери. Співробітники готелів мережі Ribas спілкуються з гостями під час проживання і виселення лише через Telegram і WhatsApp, комунікація віч-на-віч – обмежена. Окрім месенджерів, у мережі Ribas для ведення робочих процесів створили чат-бота в Telegram

Нині на ринку готельно-ресторанних послуг представлено понад десяток різних систем автоматизації управління готелями. У результаті використання систем автоматизації управління перетворює готелі на керовані підприємства, здатні гнучко адаптуватися до мінливих умов ринку і гарантувати, що їхні інвестиції в технології повністю окупляться. На жаль, багато холдингів і корпоративних груп в Україні мають лише "часткову" автоматизацію.

Найбільшими комп'ютерними системами бронювання на міжнародному туристичному ринку є Amadeus, Galileo, Sabre та Worldspan. Разом ці системи мають близько 500 000 терміналів, встановлених у готелях по всьому світу, що відповідає 90% ринку. Невипадково їх називають "золотою четвіркою" [31].

У готелях, що належать до готельних ланцюжків, таких як InterContinental і Radisson, зв'язок із GDS централізований і є невід'ємною частиною маркетингової стратегії всієї готельної мережі.

У будь-якій GDS відображення готелю має містити такі елементи, як загальний опис, опис номерного фонду, опис тарифів, ціни та інформацію про наявність вільних номерів.

З розглянутих систем бронювання тільки Amadeus Global System бере активну участь на українському туристичному ринку, але при цьому не існує єдиного стандарту для використання вами Інтернету або інших інформаційних технологій.

Основні переваги системи Amadeus Global полягають у такому:

1. Економія часу, оскільки вся інформація про поїздки, клієнтів та агентства доступна.
2. У режимі онлайн ви отримуєте нову інформацію щогодини.
3. Підвищення продуктивності праці завдяки спрощенню доступу до інформації.
4. Стабільна робота і негайне підтвердження знижують витрати.
5. Управління за допомогою інтегрованої системи відповідає всім потребам агентства.

Широкий спектр можливостей дає змогу задовольнити будь-яке замовлення гостя, тим самим збільшуючи ваш прибуток.

Хоча система Amadeus має безліч переваг, у майбутньому можна очікувати таких позитивних результатів від використання інших систем в Україні. В українській індустрії гостинності розширення системи Amadeus і впровадження систем Galileo, Sabre і Worldspan дасть змогу компаніям значно скоротити час обслуговування клієнтів, забезпечити онлайн-бронювання і знизити вартість послуг.

Системи Sabre в українських готелях дасть змогу забезпечити доступ до широкого спектра послуг, продаж готельних продуктів і послуг, а також впровадження системи, яка дасть змогу поширювати й розвивати технологічні рішення для української індустрії гостинності.

Система Worldspan не потребуватиме чітко визначених обсягів бронювання, оскільки це досить демократична система.

Galileo надає готельним підприємствам Windows-версію системи бронювання, а Premier дає змогу агенціям повністю автоматизувати обслуговування клієнтів.

Система Lodging Touch від компанії MAI Hospitality, лідера в розробці програмного забезпечення для готельної індустрії, є інтегрованим пакетом програмного забезпечення, що автоматизує різні відділи готелю, включно з приймальною, ресторанним обслуговуванням, продажами та банкетними залами. Він може бути об'єднаний з периферійними системами, такими як бухгалтерські додатки, системи оптимізації доходів готелю, платне телебачення, телефонні системи і контроль доступу.

Система Nimeta – це відносно новий продукт, розроблений для малих і середніх готелів. Nimeta пропонує можливість орендувати і використовувати систему управління, засновану на інтернет-технології. Ця технологія означає, що дані готелю і саме програмне забезпечення системи управління готелем знаходяться на спеціально виділених серверах за межами готелю. Такі сервери знаходяться в сервісних центрах інтернет-провайдерів. Тому все, що потрібно для під'єднання та використання системи Nimeta – це комп'ютер і доступ до Інтернету.

Програмний пакет Eritome Enterprise було розроблено компанією HIS (США), світовим лідером у галузі інформаційних технологій для готельної індустрії. Інформаційно-комунікаційні рішення HIS підтримують діяльність багатьох всесвітньо відомих готелів і готельних мереж. Серед клієнтів компанії – понад 4 000 готелів різного рівня у 83 країнах світу.

Для готелів України HIS пропонує систему автоматизації готельного обслуговування (HOTEL 2000), автоматизацію барів і ресторанів (Restaurant 2000), автоматизовану систему управління складом ресторану (Stock 2000), автоматизований інтерфейс до бухгалтерських систем, внутрішню АТС і автоматичний інтерфейс із системами контролю доступу (електронні замки), відносно недорогі та вельми практичні рішення.

Система Hotel 2000 – це класичний фронт-офісний додаток, що автоматизує роботу основних служб готелю (бронювання, ресепшн, касир, покоївки тощо). Система забезпечує індивідуальне і групове бронювання номерів, резервування блоків номерів компаніями і туроператорами, а також відстеження призначень для кожної організації.

Інша не менш успішна програма - "Хорс-21". Екзотичну назву цієї системи легко пояснити: це аббревіатура від назви Hotel Reservation Service. Horse-21 належить голландській компанії Hors BV і працює в Європі з 2000 року. У її базі даних міститься інформація про понад 240 000 готелів. Серед систем бронювання ця система має п'ять основних переваг: реальний онлайн (підтвердження бронювання впродовж кількох секунд), централізована система одержання комісійних, унікальна база даних готелів, можливість роботи без абонентської плати, сегментних зборів або депозитів, простота використання: не потрібне навчання, спеціальне програмне забезпечення або устаткування.

Крім комп'ютеризованих систем бронювання, у готельному бізнесі широко використовується програмне забезпечення для управління різними готельними послугами. Система Lodging Touch була створена американською компанією MAI Hospitality, яка є лідером у розробці програмного забезпечення для індустрії гостинності. Це інтегроване програмне забезпечення, яке автоматизує різні відділи готелю, як-от приймальня, ресторанне обслуговування, продажі та банкетний відділ. Lodging Touch може бути інтегрована з периферійними системами, як-от бухгалтерське програмне забезпечення, системи оптимізації доходів готелю, платне телебачення, телефонні системи та управління входом у номер.

У нашій країні впровадження комп'ютерних систем управління готелями (property management systems/PMS), заснованих на західних технологіях, почалося з появою готелів класу люкс, багато з яких працюють за корпоративними правилами, що передбачають "вірність" певній системі.



Сьогодні готельні компанії використовують кілька програмних рішень для готелів - Fidelio, GDS, SAHARA, Lodging Touch, Horse 21, Hotel-2000, Cinemex Hotel, Inning Hotel, Edelweiss. Це типові системи для глобальних готелів.

Хоча використання інформаційних технологій у готельному бізнесі має очевидні переваги, існує й безліч проблем, пов'язаних з умовами експлуатації, вимогами до компетентних користувачів і нерозвиненістю українського ринку інформаційних технологій.

Кількість комп'ютерних систем, що надають послуги, продовжує зростати, і в найближчому майбутньому очікується поява "глобальної системи управління готелем".

Отримавши доступ до електронної системи бронювання, готелі можуть вносити власну інформацію в довідкову систему, доступну всім потенційним гостям і операторам, які беруть участь у продажу готельних послуг. Прямий доступ до ринку послуг запобігає спотворенню інформації та гарантує, що будь-які зміни будуть оперативно виправлені. Робота із системою бронювання полегшує організацію процесу бронювання, оскільки готель отримує єдину довідкову систему, побудовану за єдиною схемою. Сучасні системи бронювання пропонують різноманітні засоби подання інформації, як-от фотографії та докладні описи номерів. Деякі готелі також використовують 3D-графіку, щоб надати гостям віртуальний тур готелем.

У поєднанні з глобальними системами бронювання готелі можуть пропонувати своїм гостям різні додаткові послуги, що відкриває нові можливості для організації бізнесу.

Комп'ютеризовані системи бронювання можуть підбирати номери для замовлення всього за кілька хвилин або секунд і надавати інформацію про місто, регіон і важливі пам'ятки.

Глобальні комп'ютеризовані системи бронювання активно використовуються в управлінні та плануванні місцевих туристичних агентств. Комплексний характер комп'ютерних систем використовується не

тільки для бронювання готелів, авіаквитків, оренди автомобілів і круїзних подорожей, а й для отримання інформації про курси валют, погоду та місцевий транспорт.

Сьогодні глобальна готельна система може задовольнити будь-який смак. Один із готелів у Токіо розрахований на 1300 номерів і пропонує найкраще у світі обслуговування. Гості витрачають до однієї години на реєстрацію, оплату проживання та отримання ключів. Усе робиться автоматично за допомогою спеціальної системи відеоконтролю.

Будучи одним із найкращих готелів світу, Brenners у Баден-Бадені (Німеччина) може задовольнити потреби усіх гостей. Адже кожен номер у Brenners обладнаний за останнім словом техніки. Телевізор має 50 каналів, а стереосистема – кілька дисків, спеціально записаних для готелю. На стінах висить безліч пультів дистанційного керування, за допомогою яких можна керувати світлом і кондиціонером, а також опускати жалюзі й тіні на балконі. А ще в готелі є спеціальна людина, єдине завдання якої - вести світські бесіди з гостями, і, як поліглот, ерудит і гарний психолог, вона готова обговорити будь-яку тему і відповісти на будь-які запитання. Це приклад найвищого ступеня комунікацій з гостями.

Тому готелі, що пропонують своїм клієнтам "комфорт і домашній затишок", серйозно ризикують з часом залишитися позаду. Сьогодні, коли ціна вже не є єдиним критерієм "співвідношення ціни та якості", чимало гостей шукають щось нове та екзотичне. Саме тому завдяки інформаційно-комунікаційним технологіям можна задовольнити більший сегмент споживачів та збільшити прибуток готельно-ресторанного комплексу.

### **3.2 Шляхи вдосконалення інформаційно- комунікаційних технологій в готельно- ресторанному комплексі «маєток»**

Зараз відбулися серйозні еволюційні зміни не тільки в принципах і способах управління готелями, а й у самому готельному продукті. Він став високотехнологічним і повністю орієнтованим на споживача. Розвиток світової готельної індустрії характеризується певними сучасними тенденціями.

У 2023 році на думку аналітиків розвиватимуться наступні тенденції щодо вдосконалення інформаційно-комунікаційних технологій та просування готельних послуг, які можна використовувати в готельно-ресторанному комплексі «Маєток»:

1. Мобільність. Більше половини бронювань сьогодні відбувається через мобільні пристрої. Цьому передують фази пошуку, вивчення та порівняння готельних пропозицій, які також виконуються за допомогою смартфона (рідше – планшета). «Мобільному» вивченню при цьому піддаються не тільки ОТА-майданчики, але й сайти відгуків поряд із численними форумами та соціальними мережами. Сайт самого готелю зазнає найсуворішого аналізу: пропозиція, пакет послуг, цінова політика, галерея, зворотний зв'язок. Кожен розділ та функція сайту готельно-ресторанного комплексу мають бути зручними та адаптивними для «мобільних» клієнтів. Висока популярність готельного сайту – найміцніша гарантія онлайн-бронювань.

2. Уважність до гостей. Примітно, що вивченням регіону та району, а також того, чим можна зайнятися в тому чи іншому туристичному місці, 85% гостей займаються вже після прибуття до готелю. Цей факт дає додаткові можливості для привернення уваги та підтримки лояльності гостей. Виявляючи живу участь до їхніх інтересів, готельєр може допомогти, порекомендувавши ту чи іншу розвагу, варіант дозвілля, прогулянки тощо. – надіславши своїм гостям sms-повідомлення або ранковий email про те, чим

можна зайнятися в місті чи околиці, попередивши про майбутні культурні заходи. Така комунікація з гостей підвищить рівень обслуговування в закладі.

3. Персоналізація. У світі розвитку технологій та зростання компаній, що впроваджують інноваційні ноу-хау, індивідуальний маркетинговий досвід стає все більш очікуваним самими гостями та ефективнішим. Сьогодні вже нікого не здивуєш використанням іменних звернень в електронному поштовому листуванні або вітальними бонусами та спецпропозиціями, що приходять від компаній якраз до дня народження гостя. Тепер готельєру як ніколи раніше важлива мета візиту гостя. Так, якщо це певна бізнес-конференція, готель дізнається про сферу ділових інтересів людини, і в майбутньому можете запрошувати її до себе, відштовхуючись від афіші тематичних подій у регіоні. Більше того, співробітники можуть, зважаючи на становище ділової людини, яка має трохи часу на відпочинок, підготувати для неї спеціальну дозвільну програму, виходячи з графіка конференції та варіантів місцевих розваг. Інформація про те, що гість хотів би подивитися та відвідати, також не буде зайвою у базі даних готелю.

4. Гості віддають перевагу відео. За даними YouTube, споживання мобільного відео щорічно збільшується на 100%. Facebook генерує 8 мільярдів переглядів відео на день. Увімкнення відео на офіційній сторінці сайту дозволяє збільшити коефіцієнт конверсії на 80%. І це необхідно враховувати під час формування digital-маркетингової стратегії готельно-ресторанного комплексу «Маєток». Таким чином готелі можуть запропонувати гостю, який ще не прийняв рішення про бронювання, здійснити подорож готелем. Показати, як виглядають готельні номери, який вигляд із вікон, яке оточення готелю. Це дасть потенційним гостям уявлення про те, як усе влаштовано та скільки місця в номері насправді. Проведення відеотуру по всьому готелю «Маєток» – це гарна інформаційно-комунікаційна технологія, адже тут є що показати. Гостям курортного готелю буде цікаво подивитися на природу, краєвиди, річку та зони відпочинку,

сімейним парам з дітьми завжди важлива інфраструктура для дітей. Якість та зміст відео мають бути такими, щоб аудиторія змогла відчувати атмосферу того, що відбувається, «побачити» себе в запропонованих умовах, і щоб від сумнівів про вибір та бронювання у них не залишилося й сліду. Незвичайна концепція готелю, використання відео та привабливих зображень, якісний веб-дизайн – інструменти, які допомагають звернути увагу відвідувача на унікальну цінність готелю, яку шукає гість.

5. Контент користувача – це фотографії відвідувачів готелю, їх відеоролики і навіть огляди, зроблені гостями готелю на форумах і в своїх соціальних мережах. Так, понад 70% американців говорять, що вони розглядають огляди продуктів, перш ніж купувати. Необхідно зробити так, щоб потенційні гості змогли знайти не лише «класичні» відгуки, а й реальні, емоційні та, звичайно, позитивні враження від справжніх клієнтів готелю.

6. Месенджери та чат-боти як нові канали залучення гостей. Потенційний гість з гідністю оцінить запропонований йому варіант онлайн спілкування за допомогою Messenger або чатів зі штучним інтелектом. Останнім часом все частіше можна почути думку, що дзвінки поступаються місцем листування в Messenger. Але справа не лише у новому digital-етикеті. Людям дійсно стало зручніше ставити свої питання та завдання у Messenger, протоколюючи і таким чином фіксуючи ситуацію. Messenger в арсеналі готельного менеджера – це, у свою чергу, ефективний інструмент для виявлення інтересів та потреб потенційного гостя, а також для отримання миттєвого зворотного зв'язку та відгуків, що потребують оперативної реакції з боку готелю. Маркетолог має можливість запуску реклами через Facebook Messenger. Але в такому форматі гість не сприймає це як рекламу, а лише як повідомлення. 1,2 млрд користувачів Facebook використовують Messenger. 80% – показник відкриттів повідомлень. Реклама у Messenger у 7 разів дешевше.

7. Довести до автоматизму. Ефективний маркетинг неможливий без автоматизації процесів. Ефективна стратегія передбачає, що всі активності

щодо залучення нових гостей, так само як і робота з існуючими клієнтами, акумулюється в одному місці. Йдеться про систему CRM для готелю, яка дозволить поставити на чіткий контроль дзвінки, рекламні кампанії, SEO-просування сайту і навіть завантаження та контроль роботи ваших менеджерів. Ідеальною з точки зору ефективності вкладень та віддачі виглядає наступна схема: високий трафік за заявками та дзвінками готелю приносять комплексний маркетинг та реклама – менеджери чітко фіксують кожен вхідний контакт – з клієнтською базою ведеться активна системна робота. Так адміністратори можуть відстежувати ситуацію щодо кожного клієнта та звернення, контролювати завантаження та продуктивність роботи співробітників, отримувати достовірний прогноз продажів у готелі на майбутнє.

Сьогодні упроваджуються нові технології в інформаційно-комунікаційну стратегію готелів, зокрема, широко використовується мережа Інтернет з метою просування готельних продуктів.

Комунікативна політика, як і інші складові маркетингової політики має свої цілі, а саме:

- інформаційна (знання про продукт, бренд, фірму; знання про канали збуту; знання про пільги та цінові знижки; знання про нові пропозиції);
- переконання (зручність, вигода, економічність; переваги до бренду, продукту; подолання сезонного попиту; створення відчуття задоволеності; унікальність обслуговування, розкриття проблем, що вирішує запропонований продукт);
- бажаний результат (стабілізація збуту; підтримка лояльності до бренду, продукту; підтримка впізнавання) [21].

Впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в готельно-ресторанний комплекс варто розпочати з найбільш ефективного засобу комунікації – реклами. Слід звернути увагу, що структура рекламного ринку готельного господарства, через свою низьку рентабельність, вузький сегмент

споживачів має дещо видозмінену схему – низька частка телевізійної, радіо-реклами та друкованих засобів масової інформації, але значна частка рекламного бюджету належить всезростаючій ролі Інтернет-реклами у всіх її проявах.

Для цього в інтернет-маркетингу передбачений ряд засобів, найпопулярнішими серед яких є наступні:

- SEO (від англ. search engine optimization) або пошукова оптимізація;
- контекстна реклама;
- Google places – спеціальний сервіс пошукових систем;
- SMM (від англ. Social media marketing) - просування в соціальних мережах;
- тематичні розсилки чи email-маркетинг;
- тематичні майданчики - тематичні блоги, форуми і т.д.

Вигідне позиціонування готельно-ресторанного комплексу «Маєток» в Інтернеті є однією з найважливіших складових успіху. Більш того, відсутність веб-проекту у готелю сприймається цільовою аудиторією як показник низького рівня підприємства, незалежно від реальної якості надаваних послуг.

Як зазначалось в розділі 2.3, готельно-ресторанний комплекс «Маєток» не має офіційного сайту в інтернеті, що є суттєвим недоліком закладу. Саме тому на цьому потрібно зосередити увагу керівництва комплексу. Адже це є одним з основних елементів інформаційно-комунікаційних технологій.

Інтернет може стати інструментом ефективного просування послуг для готельно-ресторанного комплексу «Маєток» тільки в тому випадку, якщо сайт є каналом продажів, на ньому у вигідному світлі представлені продукти і послуги, які пропонуються в готелі, а маркетологи безперервно працюють над поліпшенням продажу за допомогою сайту.

Коректний підхід до розробки сайту і організація раціональної маркетингової кампанії з залученням фахівців в області веб-аналітики

дозволить вибрати правильні методи популяризації готельно-ресторанного комплексу «Маєток», підвищити інтерес цільової аудиторії до даного закладу та його послуг.

Інтернет-сайт надає реальну можливість не тільки скоротити витрати на зв'язок, а й створити єдиний офіс для всіх учасників готельного ринку. У поєднанні з глобальними системами бронювання через Інтернет готелі можуть надавати своєчасну і достовірну інформацію про ціни та наявність місць усім учасникам ринку, а також відстежувати їх просування на всіх етапах виконання замовлення.

Успішні готельні комплекси сьогодні мають свій власний сайт в Інтернеті, де є сторінка для онлайн-бронювання.

Для того щоб забронювати готельні послуги, споживачам не потрібні навички роботи з комп'ютером. Клієнт заходить на сайт готелю в розділ онлайн-бронювання, знайомиться з правилами бронювання, вивчає наявність номерів і прейскурант. Після вибору номера гість заповнює необхідні інформаційні поля та надсилає замовлення на систему електронної пошти готельно-ресторанного комплексу «Маєток».

Система бронювання автоматично опрацьовує замовлення і надсилає попереднє підтвердження, за умови, що гість внесе передоплату, і клієнт додається в лист очікування. Після отримання передоплати або гарантійного листа, оператор бронювання надсилає клієнту остаточне підтвердження бронювання. У самому готелі інформація про бронювання вводиться в комп'ютер і поступово та автоматично вноситься в графік завантаження.

Заявка на бронювання повинна містити таку інформацію

- ім'я та прізвище особи, яка прибуває.
- дата прибуття, тривалість перебування і дата від'їзду.
- категорія номера, кількість номерів.
- спосіб оплати (готівковий, безготівковий, реквізити організації, що надає послугу).



При бронюванні, яке не автоматизоване, а відбувається через телефон, оператор з бронювання особисто спілкується з потенційним гостем та вносить інформацію в книгу заявок на бронювання.

Проаналізувавши роботу закладу і виявлено середній рівень задоволеності гостей персоналом готельно-ресторанним комплексом «Маєток». Саме тому для вдосконалення комунікації з гостями необхідно підвищити рівень обслуговування до світових стандартів якості та зайнятися підвищенням рівня професіоналізму та кваліфікації персоналу.

Пропозиції для полегшення роботи з гостями:

1. Контроль над інформацією. Хоча останніми роками готельний бізнес зосередився на розвитку електронних методів продажів, бронювання телефоном не зникне ще деякий час. Нерідко гості, які зателефонували до відділу бронювання, отримують ціни, що необґрунтовано відрізняються від цін на сайті. Уважно перевіряйте достовірність зазначених цін і перевіряйте наявність інформації про тимчасові тарифи та рекламні пакети. Будь-які неточності або розбіжності між інформацією на сайті та словами оператора можуть стати причиною відмови потенційних гостей;

2. Використання ефективних технік продажів. Багато гостей можуть телефонувати в готель без наміру забронювати номер, щоб дізнатися тарифи або отримати загальне враження про готель. Завдання персоналу – утримати таких потенційних клієнтів і перетворити їх на реальні бронювання. Такі навички дають змогу персоналу залучити більше гостей. Завдання будь-якого готелю – максимізувати приплив гостей з найменш витратного каналу – зрозуміло, прямого бронювання;

3. Правильне надання інформації. Гості часто починають розмову з того, що хочуть знати лише вартість свого перебування. В умовах економії коштів ціна часто є ключовим фактором вибору. Вона важлива, але не є вирішальним фактором. Якщо готель має спеціальну пропозицію чи акцію, адміністратор має почати з її представлення. Пропонуючи ціну, необхідно спочатку запропонувати найнижчу на цей момент, а потім під час розмови

запропонувати альтернативні варіанти, обґрунтовуючи вищу ціну і роблячи акцент на її привабливості. Клієнти, які стоять перед вибором комфортного розміщення, сприймають співробітника служби бронювання як консультанта, який допоможе їм максимально комфортно провести час у готелі. Як правило, у гостя є бюджет, а рішення про те, який номер забронювати, ухвалює співробітник служби бронювання. Під час опису дорожчих номерів замість того, щоб підкреслювати різницю в ціні, слід акцентувати увагу на додатковому комфорті, який пропонують гостю номери вищої категорії.

Конкуренція на ринку готельно-ресторанних послуг щороку зростає, тому гостям вже недостатньо запропонувати номер. Необхідно застосувати новітні інформаційно-комунікаційні технології у введенні бізнесу. Адже дослідження і використання актуальних систем управління закладом та впровадження інновацій є гарантією підвищення конкурентоспроможності та покращення репутації.

Впровадження та інтеграція інноваційних технологій в готельну структуру дозволить підприємству бути конкурентним та задовольняти більш широкий сегмент попитів гостей, що є безпосередньою запорукою економічного успіху.

Готельно-ресторанний комплекс «Маєток» застосовують програма B52 для автоматизації діяльності закладу. Але ця програма недостатньо досконала. Тому для готельно-ресторанного комплексу «Маєток» рекомендується обрати іншу більш професійну та ефективну систему управління для покращення роботи всіх служб закладу.

Впровадження новітніх інформаційно-комунікаційних технологій у систему управління готельно-ресторанним комплексом "Маєток" потребує значних інвестицій. Оцінка економічної доцільності інвестицій є дуже складним завданням, тим паче, що метою придбання нової технології є не тільки зниження трудових витрат, а й підвищення якості та асортименту послуг, скорочення часу на підготовку нових послуг і підвищення гнучкості процесу обслуговування.

Одними із переваги впровадження автоматизованої системи управлінської інформації в практику готелю «Маєток» є маркетингові переваги. Скорочуючи тривалість операційного циклу, готель можуть зменшити час, необхідний для надання послуг, і отримати можливість швидко реагувати на зміни попиту. Однак ці ефекти важко і практично неможливо точно оцінити і передбачити, оскільки вони сильно залежать від поведінки конкурентів. Проте ці переваги не можна ігнорувати, оскільки вони мають стратегічний характер і мають вирішальне значення для довгострокового успіху будь-якої компанії.

Інформаційні системи готелів дають змогу в найкоротші строки виключити з асортименту послуг ті, що погано продаються, та замінити їх новими, а також більш точно визначити, які категорії гостей отримують ті чи інші послуги, коли та як змінюються їхні вподобання тощо.

Впровадження автоматизованих інформаційних систем знижує трудовитрати приблизно на 30%, зменшуючи потребу в робочій силі і, відповідно, підвищуючи продуктивність праці. Інакше кажучи, робочий час і трудовитрати на надання послуг будуть меншими, ніж аналогічний показник при використанні старих методів.

Використання та впровадження автоматизованих інформаційно-комунікаційних систем дає змогу значно знизити витрати на обслуговування та ремонт, енергоспоживання тощо, а також скоротити операційні витрати за рахунок ефективнішого використання номерного фонду готелю та підвищення ефективності обслуговування гостей.

Таким чином, впровадження інформаційних систем відкриває нові можливості для ефективного вирішення ключових завдань у готельно-ресторанному комплексі «Маєток». Експлуатація системи дасть змогу готелю реалізувати програми ресурсозбереження, як-от скорочення експлуатаційних витрат на обслуговування систем зв'язку, зниження споживання енергії та води, уникнення пікових навантажень, підвищення

продуктивності праці, поліпшення якості обслуговування та роботи, підвищення кваліфікації співробітників готелю.

На світовому ринку протягом функціонує чимала кількість компанія, які представляють системи автоматизації готельних підприємств. Серед них: Micros Fidelio, Lodging Touch LIBICA, Epitome PMS, Amadetis PMS, OPERA, Optima, Senium, Nimeta, Едельвейс, Готель 3, KEI Hotel, UCS Sheiter, Парус-Готель, Галактика та інші.

Одним з лідерів на ринку вважають саме «Micros-Fidelio», яка вже понад 30 років спеціалізується на створенні систем управління для готелів і ресторанів. Це сучасні багатофункціональні сервіси, здатні виконувати безліч завдань, характерних саме для такого виду бізнесу. Створена, спираючись на багаторічний та успішний досвід роботи закладів розміщення. Дана система встановлена на підприємствах більше 100 найбільших готельних мереж світового значення, таких як Sheraton, Hilton, Marriott, Kempinski, Hyatt та ін.

Система Fidelio Front Office (FFO) допомагає автоматизувати основні етапи роботи готелю: від комп'ютерного бронювання номерів, реєстрації, розміщення і виписки гостей, до управління номерним фондом, ведення бухгалтерії й фінансів. Система виключно проста в звертанні, не вимагає яких-небудь особливих персональних комп'ютерів і підходить для використання в готелях будь-якого розміру.

Функціонально комплекс Fidelio розбитий на декілька модулів:

1. База даних гостей;
2. Бронювання;
3. Реєстрація і виписка гостей (Фронт-офіс);
4. Управління номерним фондом;
5. Нічний аудит;
6. Управління конференціями та ресторанним обслуговуванням;
7. Каса.

До кожного модулю входить перелік функції, які можна використовувати в процесі організації діяльності закладу. Можливі операції, які дозволяє виконувати система Fidelio представлені в таблиці 3.1.

**Таблиця 3.1** Функції система Fidelio

Програмний модуль	Наявні функції та операції
1	2
База даних гостей	<p>У цьому модулі є дані всіх гостей готелю:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основні дані про гостей (ПІБ, дата та місце народження, стать, мова, національність);</li> <li>– контактна інформація (номери телефонів, адреси, адреси електронної пошти);</li> <li>– характеристики номера, яким гість надає перевагу; <ul style="list-style-type: none"> <li>– дані особистого документа;</li> <li>– члени сім'ї з їх основними даними.</li> <li>– історія перебування гостя у готелі;</li> </ul> </li> </ul>
Бронювання	<ul style="list-style-type: none"> <li>– зберігання інформації щодо кімнат у будь-який момент часу;</li> <li>– можливість бронювання у будь-який період часу (забронювати номер для гостя або групи, відмінити або коригувати бронювання); <ul style="list-style-type: none"> <li>– призначити конкретні номери з раніше зробленого бронювання;</li> </ul> </li> <li>– роздрукувати підтвердження бронювання;</li> <li>– можливість бронювання з урахуванням сплати рахунків індивідуально кожним гостем окремо;</li> <li>– управління відпочинком та дозвіллям гостя (бронювання тенісних кортів, басейну, місць у ресторанах).</li> </ul>
Реєстрація і виписки гостей	<ul style="list-style-type: none"> <li>– заселення та виписки гостей;</li> <li>– нарахування за проживання та інші послуги, що надаються готелем;</li> <li>– акумулювання інформації про неоплачені рахунки, що надходять з різних точок продажу;</li> <li>– облік інформації про безготівкові розрахунки;</li> <li>– отримання фінансових та статистичних звітів.</li> </ul>
Управління номерним фондом	<ul style="list-style-type: none"> <li>– повний огляд стану номерів;</li> <li>– можливість зміни статусу номера; <ul style="list-style-type: none"> <li>– інформація про стан приміщень</li> </ul> </li> <li>– розклад прибиральних робіт персоналу</li> </ul>

## Продовження таблиці 3.1

Нічний аудит	<ul style="list-style-type: none"> <li>– переведення програмної дати;</li> <li>– аналіз дій користувачів у системі;</li> <li>– роздрукування звітів про роботу готелю за день;</li> <li>– автоматичне нарахування вартості номера на рахунки гостей;</li> <li>– збереження даних та статистики за день;</li> </ul>
Каса	<ul style="list-style-type: none"> <li>– виконання поточної роботи з рахунками гостей;</li> <li>– підрахування проміжних рахунків; <ul style="list-style-type: none"> <li>– ведення головної каси;</li> </ul> </li> <li>– здійснювання операцій обмінного пункту; <ul style="list-style-type: none"> <li>– проведення прийому оплати;</li> </ul> </li> <li>– перенесення нарахування з одного рахунку на інший;</li> <li>– ділення та об'єднування нарахувань;</li> </ul>

До основних переваг систем Fidelio відносяться:

- простота використання;
- підтримка багатомовності, різних валют, різних правових норм;
- можливість виклику допомоги щодо кожної операції;
- широка функціональність системи;
- зручність та швидкість роботи для користувачів;
- велика кількість звітів та статистики;
- швидкість обслуговування, наочність та різні форми виставлених рахунків для гостей;
- конфіденційність зберігання інформації;
- високий рівень безпеки програми.

Таких переваг немає у жодна із систем, присутніх на ринку готельних послуг. А саме тому система Fidelio є важливим кроком у впровадженні інноваційних технологій в готельно-ресторанний комплекс Аристократ.

Постійні інновації в процесі виробництва товарів і послуг – обов'язкова умова розвитку закладу в умовах жорсткої конкуренції. Інновації в готельному бізнесі є економічно доцільними та ефективними за умови, якщо вони приносять готелю додаткові доходи, забезпечують конкурентні

переваги на ринку, підвищують частку ринку, знижують витрати, вдосконалюють процес обслуговування, підвищують ефективність роботи окремих підрозділів та готелю в цілому.

Дослідження розвитку готельно-ресторанного бізнесу показує, що компанії, які зробили інформаційно-комунікаційні технології частиною свого життя, отримують більш швидкий ріст на ринку та підвищення ефективності роботи. В свою чергу недооцінка автоматизованого управління в діяльності готельних підприємств призводить до зниження їх конкурентоспроможності, зниження якості готельних послуг та порушення технології управління. Саме тому найбільш ефективною інноваційна політика підприємства буде у разі впровадження інновацій, які допомагають максимально автоматизувати діяльність готелю.

Ефективне використання автоматизованих систем управління надає широкі можливості готельній індустрії: збільшення контингенту споживачів готельного продукту, збільшення прибутковості, а також займати високі позиції в конкурентній боротьбі та формувати позитивний імідж підприємства.

Основними вимогами готельно-ресторанного комплексу «Маєток» до системи автоматизації є:

1. Потужні та швидкі функціональні можливості управління тарифною політикою, номерним фондом і обслуговуванням гостей;
2. Використання всіх існуючих каналів продажів готельних послуг;
3. Широкі можливості фінансового контролю та аудиту;
4. Організація проведення заходів (конгресів, банкетів, конференцій);
5. Можливість реалізації бонусних програм для постійних гостей;
6. Можливість здійснювати групове бронювання з гнучкою системою індивідуальних розрахунків з гостями;
7. Надійність і безпечність;
8. Цілодобова підтримка;
9. Постійний розвиток систем відповідно до вимог ринку.

Всі перераховані задачі ефективно вирішує система автоматизації Fidelio. Це нова, немаюча аналогів на ринку система управління готелем. За її допомогою заклад вирішує задачі від продажу, бронювання, прийому та розміщення гостей, організації конференцій та банкетів до надання повних даних для фінансового контролю й управлінського обліку діяльності підприємства.

Перед тим як придбати систему необхідно зверніть увагу на переваги, які може отримати готель після автоматизації. Здійснюючи управління готелем, програмне забезпечення ефективно вирішує такі задачі як:

- вчасне формування всіх необхідних звітів та збір ключових показників у всіх аспектах роботи готелю;
- допомога в знятті зайвих робочих навантажень на персонал, що підвищує рівень його уваги гостям;
- можливість управління своїм бізнесом віддалено, без прив'язки до місця його розташування;
- ефективне й швидке реагування на ситуації, які виникають в процесі роботи;
- можливість для гостей легко знаходити інформацію на сайті готелю, зручно бронювати номер;
- виключення багатьох механічних неприємних ситуацій, як простій вільних номерів, які забули або не встигли виставити для продажу;

Загалом як показує успішний багаторічний досвід впровадження систем Fidelio в різні готелі, програма протягом кількох місяців використання доводить свою ефективність, позитивно впливаючи на швидкість обслуговування гостей, кількість замовлень номерів та виключаючи людські помилки у роботі з відвідувачами та формуванні найважливіших звітів.

До переваг Fidelio важливо зауважити легкість в експлуатації. Це обумовлену досить простою логікою побудови системи і зручністю інтерфейсу. Таким чином опанувати даною програмою буде достатньо легко



і кожен працівник готелю зможе навчитися користуватися системою за лічені дні. Саме тому система може успішно використовуватися як у великих готелях, що належать до готельних мереж, так і в незалежних невеличких готелях з абсолютно різною технологією роботи.

Система дозволяє в лічені хвилини заселити і виписати гостя, без необхідності оформлення безлічі паперів. Це в рази скорочує час очікування споживачів у рецепції, що особливо важливо для гостей, що цінують свій час.

Бронювання містить у собі повний спектр функцій, що не тільки допоможуть спростити цей процес, але і значно скоротити час на всі операції. Створення броні, поділ дітей за віковим, надання інформації про наявність номерів, їхньому типу, калькуляція за вимогою – усі ці функції значно прискорять роботу персоналу, що дозволить підвищити рівень обслуговування. Бронювання номеру онлайн в програмі автоматизації готелю стає максимально простим і зручним для гостей, збільшуючи тим самим і відсоток прямих оплачених бронювань з сайту готелю.

Мати завжди під рукою автоматично сформовані та оновлювані звіти про всі важливі процеси, які відбуваються з номерним фондом готелю – означає своєчасно реагувати на ситуації, які виникають. Це дозволить швидко вирішувати проблеми, що високо цінують гості. Інформація про поточний стан зайнятості та доступність усіх готельних послуг дає можливість обслуговувати та інформувати гостей чітко і правильно. Таким чином споживачі будуть бачити роботу висококваліфікованих спеціалістів, а заклад формувати гарний імідж серед конкурентів.

Враховуючи зазначені вище переваги системи автоматизації Fidelio можна зробити висновок, що дана інновація може суттєво вплинути на збільшення прибутків, рейтингу і конкурентоспроможності готельно-ресторанного комплексу «Маєток». А найголовніше – вона вирішує основні функції передання інформації як між всіма ланками персоналу так і між гостями і працівниками закладу.

В той же час варто зауважити, що важливим моментом інноваційного процесу є фінансова забезпеченість закладу. Вартість встановлення програми для готелю Fidelio розраховується для кожного замовника індивідуально та в першу чергу залежить від комплектації системи та розмірів готелю. Слід сказати, що це один із найдорожчих програмних продуктів. Вартість системи залежить від кількості номерів у готелі та від набору модулів системи. За приблизними підрахунками для готелю, що має 20 номерів, вартість системи становить приблизно 6 тис. доларів. У цю суму входять установка, налаштування, системи підтримки та навчання користувачів.

Сучасні інновації коштують недешево, проте власники готелів все одно витрачаються на них кошти, тому що тільки так можна забезпечити власне виживання на ринку, дозволить збільшити рентабельність та прибутковість підприємства, стати конкурентоспроможним закладом з гарним іміджем. Fidelio – це функціональність, надійність та можливості покращити діяльність закладу в декілька раз. Це революційне втілення перевіреної часом бізнес логіки та концепція подальшого розвитку.

## ВИСНОВКИ

Готельна індустрія, як одна з основних складових індустрії туризму, є високоприбутковим сектором економіки України, що динамічно розвивається.

Інформаційно-комунікаційні технології в готельно-ресторанному бізнесі економічно доцільні й ефективні, адже вони приносять готелю додатковий дохід, забезпечують конкурентну перевагу на ринку, збільшують частку ринку, знижують витрати, удосконалюють процеси обслуговування та підвищують ефективність роботи окремих підрозділів і готелю в цілому.

Впровадження цих систем може також радикально змінити методологічні, інформаційні та технологічні елементи процесу управління, даючи змогу йому протікати на якісно новому та ефективнішому рівні, і значно підвищити якість готельних послуг.

Згідно з даними, Україна відстає від провідних розвинених країн світу щодо впровадження інформаційних технологій та автоматизації управління готелями. Саме тому застосування інформаційно-комунікаційних технологій є пріоритетними для вітчизняних готельно-ресторанних комплексів.

Аналіз як особливостей туристичного ринку, так і світових досягнень у теорії та практиці менеджменту має вирішальне значення для розроблення ефективної інформаційно-комунікаційної політики управління. Практика впровадження таких технологій готельно-ресторанним комплексом "Маєток" враховує ці тенденції.

Інформація в управлінні готельно-ресторанними комплексами – це один з основних активів закладу. Склад, зміст і якість інформації, одержуваної керівництвом, відіграють вирішальну роль у забезпеченні ефективності управління. Було проаналізовано джерела інформації на підприємстві, які поділяються на планові, облікові та поза облікові, а також надана їх характеристика.

Досліджено рейтинг закладу за оцінками споживачів і встановлено його сильні сторони – розташування, атмосфера, смачна кухня, а також проблеми – рівень обслуговування.

Запропоновано інформаційно-комунікаційні технології, які використовуються в успішних закладах готельно-ресторанного бізнесу у світі, серед них: QR-коди, смартфонами замість ключів, мікрочипи для моніторингу активів готелю, безшумні електронні дверні дзвінки, інтелектуальні системи управління з клімат-контролем, інноваційні технології розпізнавання голосу, використання віртуальної та 3D реальності, інтерактивне меню ресторану.

Встановлено необхідність активної маркетингової кампанії в інтернеті, зокрема використання соціальних мереж для просування готельно-ресторанного комплексу «Маєток», зокрема Telegram Instagram та Facebook. Адже це основні платформи для надання всієї інформації про готельні послуги та комунікації з гостями.

Проаналізовано важливість створення офіційної сторінки готельно-ресторанного комплексу «Маєток» для полегшення процедури бронювання та приваблення більшої кількості споживачів.

Визначено перспективні інформаційно-комунікаційні технології для готельно-ресторанного комплексу «Маєток» з використання інноваційних рішень – це стратегії автоматизації бізнес-процесів.

Розроблено інноваційні моделі розвитку готелю «Маєток». Визначено найефективніший спосіб підвищення конкурентоспроможності закладу – впровадження Автоматизованих Систем Управління (АСУ).

Подано список компаній, які спеціалізуються на створенні систем управління для готелів, зокрема Micros-Fidelio, Lodging Touch LIBICA, Epitome PMS, Amadetis PMS, OPERA, Optima, Senium, Nimeta, Едельвейс, Готель 3, KEI Hotel, UCS Sheiter, Парус-Готель, Галактика.

Обрано найоптимальнішу систему автоматизації – «Micros-Fidelio». Розглянуто основні програмні модулі за якими функціонує система Fidelio,

серед яких: база даних гостей, бронювання, реєстрація і виписка гостей, управління номерним фондом, нічний аудит та каса.

Подано перелік переваг використання програми Fidelio, зокрема: простота, зручність та швидкість роботи для користувачів та сучасні багатофункціональні сервіси, здатні виконувати безліч завдань, характерні саме для готельного бізнесу.

Встановлено ефективність роботи автоматизованої системи, насамперед: збільшення швидкості та якості обслуговування гостей, мінімізація людських помилок у роботі з відвідувачами та формуванні звітів, а також можливість завжди мати оновлену інформація про поточний стан номерного фонду готелю.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів/ Людмила Агафонова, Ольга Агафонова,; Київський ун-т туризму, економіки і права. — К.: Знання України, 2016. — 351 с.
2. Агафонова Л.Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Навч. посібник. - К.: Знання України, 2016. - 358 с.45
3. Байлик С. Готельне господарство: проблеми, перспективи, сертифікація: Навчальний посібник/Станіслав Байлик,. - К.: Альтерпрес: ВІРА-Р, 2015. - 207 с.94-96
4. Виноградська А. Стратегія готельного бізнесу в Україні // Діловий вісник. — 2010. — № 11. — С. 24-25
5. Виноградська А. Технологія комерційного підприємництва: Навчальний посібник/ Алла Виноградська,; М-во освіти і науки України, Київ. економ. ін-т менеджм. (екомен). — К.: Центр навчальної літератури, 2016. — 778 с.
6. Готельний та туристичний бізнес: Підручник / За ред. Чудновського А.Д.. - К.: ЕКМОС, 2018. - 351 с.128-129
7. Гудзовата О. О. Автоматизовані системи управління" підприємствами ресторанного бізнесу / О.О. Гудзовата // Торгівля, комерція, підприємництво / Збірник наукових праць. – Вип.14. – Львів: ЛКА, 2012. – С.76-82.
8. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. - К.: Центр учбової літератури, 2017. - 224 с.
9. Кабушкін Н. Менеджмент готелів та ресторанів: учбовий посібник/ Микола Кабушкін, Галина Бондаренко,. - 3-тє вид., Перероб. і доп. - К.: Нове знання, 2016. - 367 с.

10. Карпова С. В. Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 457 с.
11. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. - Чернівці: Книги-XXI, 2014. - 300 с.48
12. Кияница А. Стратегія і тактика управління підприємствами готельного господарства та туризму в Україні // Вісник Української Академії державного управління при Президентові України. — 2017. — № 3. — С. 149-159. с. 223-225
13. Король О.Д., Крачило М.П. Менеджмент туризму: Навчальний посібник. - Чернівці: Рута, 2018. - 240 с.
14. Котлер Ф., Боуен Дж., Майкенз Дж. Маркетинг гостинність туризм: Пер. з англ. / За ред Р. Б. Ноздрьовой. - К.: Видавництво. об'єднання «Юніті», 2018. - 764с.
15. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. – К,: ЦУЛ, 2016. – 272 с.
16. Менеджмент туризму: основи управління. - К: Фінанси та статистика, 2016. - 352с.207-209,с. 72
17. Менеджмент туристичної індустрії / Школа І.М. та ін. - Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2014. - 662 с.
18. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник / Школа І.М. та ін.; за ред. проф.І.М. Школи. - Чернівці: Книги-XXI, 2015. - 596 с.
19. Нечаюк Л. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент: Навчальний посібник для студ. вузів/ Лідія Нечаюк, Наталія Телеш,; Центр навчальної літ., М-во освіти і науки України, Київський нац. ун-т культури і мистецтв. — К.: Центр навчальної літератури, 2016. — 346 с.102-104
20. Організація ресторанного господарства : навч. посібник / В. В. Архіпов. – 2-ге вид., перероб. та доп. – Київ : ЦУЛ, 2012. –280 с.

21. П'ятницька Н.О., Коваленко А.М. Теоретичні та практичні аспекти конкуренції у ресторанному бізнесі // Ресторанне господарство та туристична індустрія у ринкових умовах. К.: КНТЕУ, 2004.
22. Папірян Г. А. Менеджмент у промисловості гостинності. - К.: Економіка, 2016.
23. Подзігун С. М. Управління маркетинговими комунікаціями у готельно-ресторанному бізнесі / С. М. Подзігун // Інтелект ХХІ. - 2017. - № 2. - С. 163-168.
24. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємства у транзитивній економіці: Монографія/ За аг.ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005.-582с. С15, 20;
25. Роглев Х. Основи готельного менеджменту: Навчальний посібник / Христо Роглев,; Київський ун-т туризму, економіки і права. — К.: Кондор, 2015. — 405 с.384-385
26. Рябенька М.О., Троян В.В., Молодовець Т.М. Застосування новітніх інформаційних систем управління готелем / М.О.Рябенька // Матеріали конференції "Перспективні питання світової науки " — 2014.
27. Халілова-Чуваєва Ю.А. Сучасні тенденції розвитку ІТ технологій у сфері готельного господарства / Ю.А. Халілова-Чуваєва, Н.С. Сорокіна // Матеріали Х Міжнародної науково-практичної конференції "Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання": 21—22 березня 2019 р. — Черкаси: ЧДТУ, 2019. — Т. 1. — 195 с.
28. Хаустова І. Є. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій у діяльності підприємств готельної сфери / І. Є. Хаустова, І. А. Юр'єва, В. О. Александрова // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Сер. : Економічні науки = International Scientific Journal "Internauka". Ser. : Economic sciences. – 2018. – № 11 (19). – С. 33-37.
29. Чупріна М. О. Інформаційно-комунікаційні технології в бізнесі. Навчальний посібник – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 116 с.14



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

31. Школа А.М. Менеджмент туристичної індустрії: навчальний посібник / За ред. проф. І.М. Школи. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.