

ЛЕКЦІЯ №10

Тема. Інформаційні технології в управлінні підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Навчальна мета: опанувати сучасні теоретичні знання та набути практичні навички із застосування сучасних інформаційних технологій у готельно-ресторанному бізнесі та технології обслуговування у готелях.

Виховна мета: Формувати якості особистості студентів та пізнавальний інтерес; показати значення теми для моделювання та розв'язку різних задач.

Розвивальна мета: Спонукає до пізнавальної, наукової, творчої діяльності; розвивати самостійність та творче мислення.

Методична мета: Використання презентації на занятті як засобу активізації процесу навчання.

План лекції.

1. Сучасні інформаційні технології і автоматизовані системи управління готелями та ресторанами.
2. Автоматизація управління діяльністю готелю
3. Інформаційний центр у готелі.
4. Інформаційні потоки в системі управління готелем.
5. Переваги впровадження в діяльність готелю систем автоматизації управлінської діяльності.
6. Технологічний цикл обслуговування клієнтів
7. Служба бронювання. Сучасні системи Інтернет-бронювання

Технічні засоби навчання: персональний комп'ютер, мультимедійний проектор, наочність, електронна презентація.

Міждисциплінарні зв'язки:

Забезпечувані: Основи програмної інженерії, Конструювання програмного забезпечення, Автоматизовані системи обробки інформації.

Забезпечуючі: Архітектура комп'ютера, Операційні системи, Бази даних, Об'єктно-орієнтовне програмування.

Зміст лекції

1. Сучасні інформаційні технології і автоматизовані системи управління готелями та ресторанами

За рівнем розвитку готельно-ресторанної мережі Україна значно відстає від середніх по Європі показників. Незважаючи на певні зрушення, діюча мережа готельного та ресторанного господарства ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів.

Готельне та ресторанне господарство України активно формувалося в 60-80-х роках ХХ ст. і було розраховане на забезпечення масового внутрішнього споживача, обслуговування якого не передбачало високих стандартів. Зараз у світі налічується понад 300 тис. готелів, загальна кількість номерів у яких перевищує 12 млн. Найбільшим номерним фондом володіє Європа (близько 5 млн.), далі йдуть США (4,5 млн.) і Східна Азія (1,5 млн.). Показник забезпеченості готелями

визначається нормативним показником - 10 готельних місць на 1000 жителів. В Україні такий показник становить у середньому 2,3; по Києву - 6 (для порівняння: у Відні - 25,6; в Парижі - 38,4).

Готельно-ресторанний бізнес забезпечує досить швидке повернення вкладених коштів, в Україні він розвивається недостатньо швидкими темпами. За даними Держкомстату України на 1 липня 2010 в Україні налічувалося 22 156 готелів і ресторанів, в той час як станом на 1 січня 2006р. їх було 20 264, тобто за 3 роки кількість готелів та ресторанів збільшилася на 9,3%.

В Україні найбільша кількість підприємств готельного господарства розташовано в м. Києві (8,8% від загальної кількості), Дніпропетровській (8,6%), Одеській (6,4%) областях та Автономній Республіці Крим (6,3%), що пов'язано з високим рівнем їх промислового розвитку, з наявністю центрів туристичних потоків або курортній місцевості. Більше двох третин (68,4%) усієї кількості підприємств готельного господарства - це підприємства приватної форми власності, невеликі готелі, що мають чисельність працюючих до 50 осіб. 16,8% підприємств готельного господарства перебувають у комунальній власності; 14,8% - у державній.

Ресторанний бізнес, як відомо, є одним з найбільш прибуткових. Він дає понад 30% валової і 9-10% чистого прибутку, тому є, на перший погляд, дуже привабливою сферою інвестицій. Але, в той же час, це один з найбільш складних і ризикованих бізнесів. Аналіз показує, що середній термін життя ресторану складає 1,5-2 роки, потім його або продають, або він закривається, не витримавши конкуренції. Для успішної роботи будь-якого ресторану необхідний потужний інструмент для обробки інформації, яким і є автоматизована система управління.

Одним з основних напрямків розвитку готельного бізнесу в Україні слід вважати широке впровадження інформаційних комп'ютерних технологій управління та сучасних систем бронювання на основі вивчення та застосування досвіду розвинених країн у цій області.

Сьогодні є більше десятка систем автоматизації управління готелями. Вартість одного проекту оцінюється іноді в десятки тисяч доларів. У результаті готель при використанні систем автоматизації управління перетворюється на

кероване підприємство, здатне гнучкого реагування на зміни в ринковій ситуації, що робить вкладення коштів в технології цілком окупаються. На жаль, у багатьох холдингах і групах компаній в Україні поширена тільки «часткова» автоматизація. Однак, якщо мова йде про комплексну автоматизацію мережі готелів, то тут не обійтися без інтегрованої системи управління бізнесом на базі сучасної системи управління ресурсами підприємства.

Автоматизована система управління готелем "B52 ® Готель"

Компанія «Студія ПЛЮС» є провідним українським розробником систем автоматизації готелів, ресторанів, фітнес-центрів, медичних центрів, підприємств торгівлі. Центральний офіс знаходиться в Одесі, комерційний центр в Києві. Є представництва в Донецьку, Луганську, Мукачеві, Кременчуці та Севастополі. Загальна кількість автоматизованих об'єктів перевищила 1500.

Система B52 ® Готель дозволяє ефективно управляти об'єктом будь-якого розміру, від невеликого готелю до великих розподілених готельних комплексів. Номерний фонд, ресторани і бари, спортивний центр, більярдні зали - все підлягає оперативному управлінню. Гнучкість і оперативність управління за допомогою програмного комплексу B52 ® Готель дозволяє максимально швидко і чітко приймати маркетингові рішення, підвищити рівень обслуговування гостей, знизити витрати і підвищити фінансові показники підприємства.

Формат підприємств: готелі, готельні комплекси, санаторні комплекси, пансіонати, будинки відпочинку. Система B52 ® Готель має модульну структуру.

Автоматизована система управління "Fidelio"

Вперше в Україні автоматизована система управління готелем Fidelio була встановлена на початку 90-х років в готелі "Русь", яка входила до системи Інтурист СРСР. ЗАТ HRS ("Ейч Ар Ес") - системи для готелів та ресторанів - є офіційним дистриб'ютором компанії Micros-Fidelio, яка є провідною в світі серед розробників програмного забезпечення для індустрії гостинності. HRS пропонує широку гаму технічних рішень на базі сучасних технологій побудови інформаційних систем: клієнт-сервер, файл-сервер, Oracle, Windows, DOS, Novell, Internet.

Компанією «Micros-Fidelio» розроблені системи управління готельними комплексами, які є корпоративним стандартом для 70 найбільших міжнародних мереж, які охоплюють 8500 готелів у 107 країнах. ЗАТ "Ейч Ар Ес" (HRS) має представництво в Києві. Системи Micros-Fidelio встановлені в донецьких готелях «Вікторія», «Донбас-Палас» і «Атлас», київських готелях «Русь», «Либідь», «Редіссон САС Київ», «Ландхауз», «Національний», «Опера», «Поділ Плаза», «Рів'єра», «Славутич», в одеських готелях «Одеса» і «Лондонська», в Ялті в готелях «ЯЛТА-Інтурист», «Пальміра-Палас», «Респект-Хол».

Fidelio V8 - це система автоматизованого управління готелем, яка здатна вирішувати завдання продажів, бронювання, прийому та розміщення гостей, організації конференцій і банкетів, надання повних даних для фінансового контролю й обліку діяльності підприємства. Fidelio Front Office (FO) - це найбільш популярна в світі система автоматизації служби бронювання, прийому та розміщення. Всього в Росії і країнах СНД з такою системою працюють понад 100 готелів.

Програма автоматизації готелів "ШТРИХ-М: Готель"

Компанія "ШТРИХ-М" - це російська компанія, основними напрямками діяльності якої є розробка, виробництво і продаж торгового устаткування. У Києві перебуває українська філія цієї компанії.

Програма автоматизації готелів "ШТРИХ-М: Готель" - це масштабований інструмент для управління як маленькими і середніми готелями, так і великими готельними комплексами з розвинутою структурою додаткових послуг. Програма "ШТРИХ-М: Готель" дозволяє вести оперативний облік і контроль використання номерного фонду та додаткових послуг, отримувати дані про історію бронювання номерів та про стан взаєморозрахунків з клієнтами. Програма є інструментом для контролю та аудиту грошових операцій і дій персоналу готелів з метою запобігання можливих зловживань.

Система управління готелями Едельвейс «UCS Shelter»

UCS Shelter - це система управління готелями, яка встановлена більш ніж в 30 готелях України. "Ukrainian Computer Laboratory" UCL-регіональний

представник в Україну російської фірми Reksoft, яка розробила програмний продукт Едельвейс / Medallion автоматизації готелів.

Едельвейс - це система управління готелем (Property Management System, PMS), яка дозволяє не тільки проводити бронювання номера, спростити процедуру оформлення гостя з урахуванням його переваг, але і планувати завантаження готелю, вести статистику, надавати дані для бухгалтерської та управлінської звітності.

«Інтеротель»: АСУ Готель

Фірма «Інтеротель» - це науково-виробниче підприємство, що спеціалізується в області розробки і впровадження комплексних систем автоматизації готелів. Комплексні системи, запропоновані фірмою, встановлені і успішно функціонують у Києві та інших містах.

Фірма «Інтеротель» є представником іспанської фірми "Tesa" - світового лідера у виробництві електронних систем обмеження і контролю доступу для готелів.

Libra Hospitality

Провідний постачальник інформаційних технологій для готельної індустрії «Лібра Інтернейшнл», яка є офіційним партнером і дистриб'ютором корпорації Hotel Information Systems - найбільшого світового розробника автоматизації для міжнародної індустрії гостинності з досвідом установки більше 4000 систем в 83 країнах світу.

Запропоновані рішення ґрунтуються на системах сімейства epitome Solutions і Core і включають системи управління для готелів, системи корпоративного управління, електронної комерції та бізнес-аналітики. Libra Hospitality надає також сервіс провайдинг системи Karuon в міжнародних каналах продажу.

В Україні автоматизовані системи управління встановлені фахівцями фірми Libra Hospitality в ряді готелів, у тому числі «Централь» Донецьк, «Аркадія Плаза» Одеса, «Дніпро» Київ, «Senator Apartments» Київ, «Парк Готель» Дніпропетровськ, «Dakkar Resort» Севастополь, «Прем'єр-палас» Київ, «Норд» Ялта, «Левант» Ялта, «Ореанда» Ялта, «Rixos Prikarpatye» Трускавець,

«Водоспад» Яремча, «Чічков Готель» Харків, санаторно-курортний комплекс «Форос» Крим, курортний готель «Heliopark Сосновий Гай» Ялта і у ряді інших.

«Інтурсофт»: Hotel 2000

Hotel 2000 - це програмний комплекс, який просувається компанією «Інтурсофт» і може ефективно використовуватися в готелі будь-якого типу. В основі комплексу - програмне забезпечення, що використовується більш ніж в 200 готелях різних країн Середземномор'я. Комплекс адаптований до умов нашої країни і поєднує в собі основні риси західного готельного менеджменту і специфіку пост-радянської системи управління та організації роботи.

Korston Hospitality

Одним з рішень на сучасному ринку, яке реалізує концепцію автоматизації холдингу або мережі готелів, є система Korston Hospitality, яка розроблена компанією «АВК-софт». В якості платформи обрано ERP-система Microsoft © Dynamics NAV, що має багатий функціонал для управління підприємством.

Система забезпечує засоби комунікації та доповнена галузевими модулями (PMS, F & B), що дозволяє забезпечити потреби готельного бізнесу як для окремо взятих готелів, так і для мереж. На території України розповсюдженням і впровадженням даного рішення займається компанія «Атлас».

"Парус-Готельне господарство" - це система для автоматизації бізнес-процесів обслуговування клієнтів підприємствами готельного типу.

Система може надавати інформацію про наявність вільних, зайнятих і заброньованих місць в готелі по мережі Internet. Для реєстрації точної інформації про телефонні переговори клієнтів програмний комплекс "Парус-Готельне господарство" може працювати спільно з білінговими системами реєстрації дзвінків, зокрема, із системою Dial Audit.

Якщо система використовується спільно з модулем "Парус-Бухгалтерія", можуть реєструватися всі операції відповідно до норм бухгалтерського та податкового обліку і друкуватися всі стандартні бухгалтерські та податкові звіти.

Систему "Парус-Готельне господарство" сьогодні використовують такі готелі, як "Дружба", "Борисфен" (м.Київ) і готельний комплекс "Кичкине" (м.Ялта).

3. Інформаційні технології в ресторанному бізнесі

Сьогодні ресторан без автоматизованої системи управління (АСУ) сприймається як неповноцінний бізнес. Автоматизація охопила всі сфери ресторанного бізнесу, дані передаються в режимі реального часу на будь-які відстані, використовуються новітні інформаційні технології.

Практично всі системи автоматизації управління на сьогоднішній день мають схожі функціональні можливості. Тому вирішальним чинником стає ціна. Середня ціна програми для автоматизації робочого місця персоналу підприємства громадського харчування, наприклад, в компанії Штрих-М складає 300 \$ США.

Робоче місце з обладнанням коштує близько 2000\$. За розцінками компанії ЮСІЕС мінімальна вартість автоматизації становить 1000\$. У компанії Iiko вартість проекту залежить від кількості робочих місць, кожне з яких коштує від 400 до 800\$ і містить в собі весь функціонал системи. Середня вартість автоматизації робочого місця в компанії TillyPad обходиться ресторатору в 1000\$, не враховуючи обладнання та послуги з впровадження.

За розрахунками компанії Альянс, у середньому вартість проекту становить близько 3000\$ за робоче місце. У цю суму входить повна організація системи автоматизації «під ключ»: обладнання зі встановленими програмами, ліцензія на програмне забезпечення, послуги з встановлення, налагодження і навчання.

Характеризуючи ринок, можна виділити три групи продуктів.

Першу групу складають системи, чії платформи спеціально розроблялися під завдання даної області. Крім R-Кеерер тут найбільш відомі програмні рішення "Рст": РЕСТОРАТОР" компанії Рст' і Tillypad. Обидва розробника повідомляють про приблизно 1000 встановлених систем.

Друга група - це сімейство програм, створених на базі платформи "1С". Найбільш відомі продукти: "1С-Рарус: Громадське харчування"; "Астор: Ресторан"; "Трактір". Хоча зараз виробники все частіше пропонують комплексні рішення, спочатку розробники цих продуктів приділяли більше уваги системам роботи бек-офісу. Якщо в фронт-офісі частина програм на платформі "1С" є невеликою, то для бек-офісу програми на платформі "1С" займають близько 50% ринку.

Третя група - це західні програми, розроблені великими корпораціями. Наприклад, "Майкрос" від компанії Micros-Fidelio. Окрім "Майкрос" слід відзначити такі системи, як Aloha POS виробництва Aloha Technologies (США) і німецьку систему Guscom.

Сучасні автоматизовані системи управління рестораном: R-Keeper.

Розробник - компанія UCS знаходиться на ринку автоматизації з 1992 року. Основні програмні продукти: R-Keeper (АСУ для ресторанів), Store House (складська програма), Shelter (комплекс для автоматизації готелів). Комплекс працює під управлінням PC DOS. Мінімальні вимоги до обладнання: POS-термінал. Вартість установки комплексу R-Keeper (без обладнання): stand-alone-мінімальна комплектація - \$5200, мережева концепція - \$ 8200.

R-Keeper використовується в більш ніж 3000 ресторанах, кафе, підприємствах швидкого обслуговування (FastFood), використовується в 135 містах в 16 країнах. У мінімальній конфігурації система працює на одній касовій машині, максимальна кількість терміналів обмежена лише параметрами комп'ютерної мережі.

Для автоматизації ресторанів Компанія UCS пропонує клієнтам системи на базі R-Keeper V6, яка стала стандартом для автоматизації ресторанного бізнесу в Росії і Східній Європі; на базі R-Keeper V7 - це нова версія системи, яка може бути використана для управління як одного ресторану, так і мережі з великою кількістю об'єктів і на базі R-Keeper 6100 - це програмно-технічний комплекс для малобюджетних підприємств харчування.

1С-Рарус.

Системи для автоматизації підприємств громадського харчування відомі з 1997 року. Користувачами програм є понад 4500 підприємств у Росії та країнах СНД. Компанія 1С-Рарус першою розробила рішення на платформі 1С: Підприємство 8.0 - «1С-Рарус: Управління рестораном (Бек-офіс)».

Розроблено такі адаптовані до вимог України версії програми - "1С-Рарус: Громадське харчування 1.5 Українська версія" для автоматизації обліку підприємств громадського харчування. Будучи доповненням до конфігурації "Бухгалтерський облік для України, редакція 2 ", рішення надає можливості по

веденню обліку на підприємствах громадського харчування і дозволяє використовувати всі схеми бухгалтерського та податкового обліку, які закладені в типову конфігурацію.

"1С-Рарус: Громадське харчування, українська версія, редакція 8, ПРОФ" призначена для автоматизації бухгалтерського і податкового обліку на підприємствах харчування: в ресторанах, їдальнях, кафе, барах, підприємствах швидкого харчування (fast-food), а також у невеликих цехах з виготовлення напівфабрикатів або кондитерських виробів.

"1С-Рарус: Управління рестораном, редакція друга, Українська версія, професійний варіант" призначена для забезпечення інформацією управлінської ланки підприємства: директора, керуючого, головного бухгалтера та власника бізнесу.

Програмне забезпечення коштує близько 10 тис. грн., а додаткові ліцензії - 1000-9000 грн. (В залежності від кількості користувачів).

"1С-Рарус: Ресторан + Бар + Кафе 1.5 Українська версія" є конфігурацією типового рішення "1С-Рарус: Ресторан + Бар + Кафе", переробленого відповідно до специфіки української системи обліку.

TillyPad.

Розробник - компанія Компліт. На ринку автоматизації ресторанів з 1991 року.

Працює під управлінням Windows і СУБД MS SQL. Можлива тільки стандартна реалізація. Приблизна вартість повного комплексу програмного забезпечення TillyPad і послуг з налаштування роботи програми, а також навчання персоналу роботі в програмі - 5150 \$ США.

Для комплексного управління мережею підприємств громадського харчування, компанія Тілліпед розробила систему автоматизації TillyPad XL, яка за своїм функціональним можливостям випереджає існуючі на ринку СНД системи автоматизації підприємств громадського харчування.

Z-Cash.

Розробник - компанія Z-Lab Tech. В АСУ представлені рішення тільки для ресторанів.

Система побудована на Інтранет-технологіях. Працює під управлінням сервера Денвер-2 PRO та СУБД MySQL (друга версія підтримує СУБД Oracle, Postgree SQL). Можливі як стандартна реалізація, так і stand-alone і мережева концепція.

Магія-Ресторан.

Розробник - компанія IBC (Москва). На ринку автоматизації з 1996 року. Комплекс автоматизації управління та обліку на підприємствах громадського харчування. Працює під управлінням Windows і СУБД MS SQL.

Астор. Система побудована на базі 1С. Розробник - Астор ОЦ. Для сфери громадського харчування пропонуються рішення: Астор Громадське харчування, Астор Ресторан. Система являє собою комплекс бухгалтерського і складського обліку. Мінімальна вартість АСУ - \$ 3100 (Астор Ресторан Проф, Астор Ресторан АРМ Касира, Астор Ресторан АРМ Офіціанта). Можлива тільки стандартна реалізація (stand-alone і мережева концепція не представлені).

PCT'.

На ринку автоматизації з 2001 року. Середня вартість установки - \$ 5000 і безкоштовне відновлення ліцензії, обслуговування \$ 100 на місяць (за бажанням). Можлива стандартна реалізація, а нова версія підтримує і мережеву концепцію (stand-alone не представлена). PCT' @ Ресторатор - це функціональна система управління рестораном, з ефективним розмежуванням прав.

X-POS.

Розробник - компанія Інкомсофт. Працює під управлінням Windows і MS SQL (плюс \$ 1500). Мінімальна вартість установки - \$ 1300 (плюс вартість СУБД при установці \$ 890). Відсутні варіанти реалізації stand-alone і мережевий концепції. Мало розповсюджена АСУ.

ALOHA POS.

Розробник - компанія Aloha Technologies (США), офіційний представник в Росії - Сервіс Плюс. На ринку автоматизації з 1992 року. Основна діяльність - найбільший системний інтегратор, розробник програмного забезпечення і постачальник обладнання. Користувачі Aloha POS - понад 30 000 ресторанів у 30 країнах світу, серед них Burger King, TGI Fridays, Baskin Robins, KFC. Відсутня

власна система Back Office (пропонується розробка компанії Сервіс Плюс «Супер Бос»).

До основних переваг програмного забезпечення, розробленого Aloha, відносяться, перш за все, його доступність для невеликих підприємств харчування (кафе, піцерій, кав'ярень, їдалень), надійність і зручність користування. Система забезпечує інтуїтивно зрозумілий графічний інтерфейс, багаторівневу систему знижок, деталізовані звіти.

Система Aloha керує всім спектром ресторанного IT-обладнання: сенсорними терміналами, комп'ютерними касами (POS-терміналами), відео-моніторами кухні, фіскальними та кухонними принтерами.

Систему "Aloha POS" використовують більш 33000 ресторанів в 30 країнах світу. Програмні продукти компанії неодноразово відзначалися міжнародними нагородами.

B52 Ресторан

- це розробка компанії Студія Плюс (Україна), яка є провідним українським розробником систем автоматизації ресторанів, готелів, фітнес-центрів і підприємств торгівлі. Центральний офіс компанії знаходиться в Одесі. Комплекс B52 встановлений і працює в 57 ресторанах і готелях Одеси та, більш ніж, у 500 інших підприємствах України. Система працює під управлінням СУБД Interbase 5.0 або Firebird 1.0.

Ціна - 600 євро за кожен front-office і 600 євро за перший (300 євро за кожний наступний) back-office.

"B52 Ресторан" - це інструмент контролю роботи залу, товарного та фінансового обліку підприємства громадського харчування. Фіскальна частина - це програмно-апаратний комплекс для автоматизації залу та кухні, причому всі рухи товару і грошей в залі фіксуються в системі і автоматично потрапляють в облік, так що в будь-який момент можна отримати інформацію про поточну виручку кожного офіціанта, бармена і ресторану в цілому. Бухгалтерська частина представлена програмним комплексом "B52 Товарно-Фінансовий облік". При існуючій методиці обліку немає необхідності у великому штаті бухгалтерів.

Отже, впровадження системи автоматизації в комплексі підприємств ресторанного господарства вартує більше 20000 \$ США. В умовах низької рентабельності велика частина установ гостинності не може дозволити собі таке управління. З іншого боку, коли готелі хочуть залучити якомога більше клієнтів за рахунок підвищення якості запропонованих послуг, АСУ необхідна. На думку експертів, вартість вкладень у систему автоматизації окупається досить швидко.

Найчастіше комп'ютерні системи для ресторанного господарства створюються тими ж компаніями, які розробляють АСУ для готелів. Між тим, не всі АСУ для готелів пропонують модулі для підприємств ресторанного господарства. Аналіз наявності модулів для ресторанного господарства у відомих АСУ готельними комплексами показано у таблиці 4.

Таблиця 4 - Наявність модулів для ресторанного господарства в АСУ готелів

Система	Модулі для підприємства харчування
Fidelio Front Office	"Система складського обліку"
Lodging Touch Libica	-
Centium PMS	"Конференції та банкети"
Едельвейс (Росія)	"Банкет"
UCS Shelter	"Ресторан (R-Keeper)"
Hotel - 2000 (Росія-Кіпр)	"Restaurant-2000", "Stock-2000"
Синимекс: Готель	-
KEI-Hotel	-
АБІ-Готельний комплекс	"Ресторан", "Склад", "Бар"
Navison	"Management of Restaurant"

Наведений аналіз показує, що галузь впровадження інформаційних технологій і автоматизації управління готелями та ресторанами Україна відстає від провідних розвинених країн світу.

У той же час є великі перспективи розвитку в цьому напрямку, тому що на українському ринку є понад десять високоякісних сучасних систем автоматизації управління готелями та ресторанами, причому деякі з них - це не адаптація зарубіжних систем, а оригінальні розробки українських компаній і тому найбільш

пристосовані до умов України. Впровадження таких систем істотно підвищить конкурентоспроможність українських готелів і ресторанів.

4. Автоматизація управління діяльністю готелю

Можливості автоматизації обслуговування придбали комплексний характер і охоплюють усі процеси функціонування готелю і взаємин з гостями. Донедавна українська готельна індустрія знаходилася в ізоляції від світових тенденцій розвитку і сьогодні переживає етап масштабної переорієнтації з паперово-ручного методу роботи на застосування автоматизованих ІТ управління готелем. Для більшості готелів України (60 %), впровадження автоматизованих інформаційних технологій (АІТ) управління є необхідним і вже стало реальним фактом, вкрай важливим для успішного розвитку бізнесу. Як в усьому світі, так і в Україні, використання сучасних АІТ стає засобом конкурентної боротьби готелів. Найвідомішою Корпорацією що пропонує комплексні програмні засоби автоматизації підприємств є: Корпорація ПАРУС. Ця компанія пропонує свій програмний продукт і сервісне обслуговування. «Корпорація ПАРУС» - один з найбільших гравців на українському ринку високих технологій.

Більш дев'ятнадцяти років Корпорація ПАРУС утримує лідируючі позиції на ринку інформаційних технологій. Володіючи хорошою репутацією, завидним досвідом роботи, потужними трудовими ресурсами, стабільним фінансовим становищем і явно простежується динамікою розвитку, компанія завжди виступає в ролі надійної фірми-партнера, здатної вирішити не тільки задачі автоматизації управління підприємством, але й надалі оперативно здійснювати супровід своїх програмних продуктів.

Розглянемо систему для автоматизації бізнес-процесів обслуговування клієнтів підприємствами готельного типу - "Парус-Готельне господарство".

"Парус-Готельне господарство" надає користувачам наступні можливості при автоматизації бізнес-процесів готелей:

- автоматизація рецепції;
- управління номерним фондом;
- автоматизація бронювання;
- автоматизація реєстрації поселення і виїзду клієнтів;

- формування вартості наданих послуг;
- розрахунки з клієнтами.

Функціонал системи дозволяє вести по підприємству актуальну базу даних, яка надає інформацію про:

- номерному фонді з переліком послуг, які можуть надаватися клієнтам;
- переліку майна номерів;
- реєстрації карток клієнтів з усією необхідною інформацією про них;
- веденні картотеки номерів з відображенням вільних / зайнятих / заброньованих номерів / місць;
- надання даних про категорії, вік, стать проживають в номерах;
- відображення переліку послуг, наданих клієнтам;
- ведення обліку звернень клієнтів за будь-яких питань;
- контроль виконання виникаючих питань;
- реєстрація переліку операцій з номерами / місцями;
- ведення картотеки надання погодинних послуг (сауна, масажний кабінет тощо);
- ведення журналу телефонних розмов клієнтів.

Програмний комплекс "Парус-Готельне господарство" має можливість готувати у друкованому вигляді такі документи:

- візитні картки для мешканців (форма № 3-Г);
- рахунок на оплату послуг (форма № 4-Г);
- реєстраційна картка клієнта (форма № 2-Г);
- анкета проживаючого (форма № 1-Г);
- касовий або фіскальний чек.

Програмний комплекс "Парус-Готельне господарство" також надає можливість роздруковувати та аналізувати такі звіти:

- журнал обліку проживаючих (форма № 5-Г);
- касовий звіт (форма № 8-Г);
- звіт за довільний період про оплату послуг з підсумками;
- звіт за довільний період про оплату за проживання;
- звіт за довільний період про оплату додатково наданих послуг;

- відомість руху номерів у готелі (форма № 9-Г);
- звіт про надані послуги за довільний період в розрізі послуг.

Система може надавати інформацію про наявність вільних, зайнятих і заброньованих місць в готелі по мережі Internet. Для реєстрації точної інформації про телефонні переговори клієнтів програмний комплекс "Парус-Готельне господарство" може працювати спільно з білінговими системами реєстрації дзвінків, зокрема, із системою Dial Audit.

Якщо система використовується спільно з модулем "Парус-Бухгалтерія", можуть реєструватися всі операції відповідно до норм бухгалтерського та податкового обліку і друкуватися всі стандартні бухгалтерські та податкові звіти.

Систему "Парус-Готельне господарство" сьогодні використовують такі готелі, як "Дружба", "Борисфен" (м.Київ) і готельний комплекс "Кичкине" (м.Ялта).

"Парус-Готельне господарство" - автоматизована система управління для готелів, дозволяє вирішувати наступні облікові й управлінські завдання:

- ведення структури готельного комплексу;
- характеристика номерів, тарифи, фото номерного фонду;
- бронювання, поселення, додаткові послуги, розрахунок будь-якою формою оплати (нал., безнал.) через фіск. реєстратор або через платіжні документи;
- відстеження повторного приїзду;
- оперативне управління (скарги, ремонти, прибирання, простий номерів);
- поселення іноземців, валютний облік;
- гнучкі зміни (розрахунковий час, гнучка система оплати, знижки, спец. тарифи);
- облік майна в номерах;
- інтеграція з білінговими телефонними системами;
- погодинне планування - сауни, масажні кабінети, спортзали;
- вся затверджена та специфічна звітність.

Загальними особливостями ІТ-готелів є автоматизація процесів планування, обліку і управління основних напрямків діяльності готелю.

Тому загалом їх можна розглядати як інтегровану сукупність таких основних підсистем: управління фінансами, управління матеріальними потоками, управління обслуговуванням, управління якістю, управління персоналом, управління збутом, аналіз фінансів, собівартості, оборотних коштів, управління маркетингом тощо.

Наведена послідовність функціональних підсистем не претендує на повноту і відбиває основні напрямки діяльності сучасних готелів.

Управління фінансами включає чотири функціональних підсистеми:

- фінансове планування діяльності готелю;
- контроль над фінансовими процесами;
- реалізація фінансових процесів;
- фінансовий контроль діяльності.

Фінансове планування діяльності готелю передбачає складання фінансового плану за двома методами: «знизу вгору» і «згори донизу». При використанні методу «знизу вгору», відповідні частини фінансового плану формуються в низових підрозділах (модулях), після чого система здійснює їхнє агрегування. А при використанні протилежного методу основні показники кошторисів визначаються на верхньому рівні ієрархії готельного підприємства, після чого відбувається їхня деталізація на нижніх рівнях. Усі фінансові плани і бюджети базуються на основі рахунків головної книги і заздалегідь описані в системі управлінської структури.

Фінансовий контроль діяльності. Функціональність фінансових підсистем пропонує можливість організації бюджетного контролю і управління рухом грошових коштів. Він ґрунтується на єдиній базі формування бюджетів та інтеграції фінансових операцій, рахунках головної книги та аналітичних об'єктах управлінського обліку. Прогнозні дані, розбиті за періодами, можуть оперативно порівнюватися з поточними результатами на рахунках головної книги. Є можливість також порівнювати плановані і фактичні результати по відповідних етапах витрат/доходів для центрів фінансової відповідальності. Підсистема фінансового плану разом з підсистемою управління розподілом витрат дозволяють оцінити схожість результатів планової і фактичної собівартості

продукції, що випускається; здійснити наступний аналіз відхилень на основі об'єктивних даних, сформулювати думку про рентабельність продукції, що випускається, та асортименту, управління рухом грошових коштів тощо.

Контроль над процесами. Повсякденний облік операцій на рахунках головної книги припускає дві операції: нерознесену операцію (документ) і рознесену операцію (документ).

Стандартними модулями підсистеми управління фінансами, які реалізують функції, є головна книга (фінансовий облік), рахунку до одержання, багатовалютність основних коштів, кон-солідація.

Управлінський облік основного призначення, система фінансових планів і бюджетів, управління рухом грошових коштів, розподіл витрат, облік витрат, калькуляція собівартості, фінансові звіти.

В управління обслуговуванням входять:

1. Підготовка до поселення. Формування номерного фонду з урахуванням реквізитів кожного номера, контроль за станом номера, історія зміни реквізитів номера, розмежування прав доступу користувачів до редагування і перегляду документів, архівів і довідників, протоколювання змін документів системи.

2. Управління поселенням: аналіз номерного фонду на певний період, бронювання номерів, реєстрація гостей, поселення гостей. Перегляд карти розміщення.

3. Облік наданих послуг: настроювання довільних програм розрахунку тарифів на послуги, типова специфікація послуг, історія цін на послуги, кількісний облік наданих послугу розрізі матеріально відповідальних осіб, автоматичне формування рахунків до одержання та актів виконаних робіт, автоматичний облік телефонних переговорів.

4. Облік взаєморозрахунків з контрагентами: оперативний контроль взаєморозрахунків, аналіз документів, формування вимоги на погашення дебіторської заборгованості.

Модуль «Управління додатковими послугами» управляє всіма додатковими послугами, що пропонує готель.

Модуль «Управління запасами» включає облік запасів по партіях і довільних характеристиках (атрибутах), оцінку запасів за методом середніх цін, FIFO, LIFO, обліковими цінами, цінами останніх закупівель, інвентаризацію і переоцінку запасів тощо.

Підмодуль «штрих-коди». Деякі українські готелі пропонують для впровадження модуль «штрих-коди», що зменшує витрати і збільшує оборот, дозволяє ефективно відслідковувати, що надійшло на склад і що відправлено на надання послуг, скільки товару залишилося на складі, а також дає можливість прогнозувати товаропотоки.

У даній системі основний акцент робиться на підтримці необхідної для надання послуг кількості матеріалів і комплектуючих. Велику важливість має використання інформації про постачальників, споживачів і процеси надання послуг для управління матеріалопотоками. Поточний стан запасів відбивається у відповідних таблицях бази даних із вказівкою щодо необхідних характеристик облікових одиниць. За допомогою використання штрих-кодів разом із сучасними автоматизованими ІТ управління запасами стає більш ефективним, і кожний, хто відповідає за управління запасами, може в реальному часі побачити стан і рух матеріалопотоків у готелі, а також здійснити необхідні у даній ситуації дії.

Інший аспект впровадження в управління обслуговуванням - це модуль електронних замків, що автоматично підтримує безпеку, престижність і зручність номера, регулювання освітлення, тепла тощо.

Сталою тенденцією останніх років розвитку міжнародної готельної індустрії стало активне використання готельних систем оптимізації прибутку (систем управління тарифами). Підприємства, що активно застосовують такі системи, одержують істотну конкурентну перевагу і досягають помітного збільшення доходів. Ця система працює в реальному часі, аналізує отриману від системи управління готелем інформацію (тенденції бронювання, сезонні коливання, динаміку попередніх днів тощо) враховує специфіку сегментів ринку і проведені зміни у ціноутворенні, управлінні тарифами і встановленні правил бронювання. Рекомендації стосуються як стратегії комерційної політики готелю в середній і довгостроковій перспективі, так і щоденних дій відділів бронювання, продажів і

розміщення готелів. Модуль дозволяє проводити оцінку кожної заявки на розміщення груп і приватних гостей з метою визначення оптимальних умов, вимог і обмежень для даного бронювання. При експлуатації модуль оптимізації прибутку дозволяє збільшити доходи готельного комплексу на 4-8%. Він показує ключові параметри діяльності готелю для різних керівників, у тому числі, для головного менеджера:

- загальна тенденція бізнесу готелю;
- віддача від проведених заходів;
- напрямок сконцентрованих зусиль для підвищення прибутковості;
- цінова політика.

Модуль оптимізації прибутку складається з таких підмодулів: «Управління доходами», «Ціноутворення», «Прогнозування».

Будь-яка автоматизована «ІТ» набудовується на різні технології роботи готелів і дозволяє враховувати самі прискіпливі вимоги. Разом з тим, системи приносять у готель світову практику управління і контролю. Результатом впровадження будь-якої автоматизованої ІТ управління в готелі є підвищення ефективності роботи, високий рівень сервісу для гостей і суворий фінансовий контроль. Модульність та інтеграція ІТ дозволяє нарощувати їхню функціональність зі зміною потреб готельного комплексу.

Комплексний взаємозв'язок програмних модулів підвищує якість взаємодії готельних служб і відділів і рятує від необхідності подвійного введення інформації.

Системи управління продажами готелю. Це сучасний підхід до управління відділом продажів і вирішення завдань з організації і проведення заходів у готелі, що ефективно управляє діяльністю комерційного відділу готелю, здійснює групові продажі, аналізує прибутковість заявок, що надходять, формує цінову політику, складає контракти і контролює їхнє виконання, здійснює бронювання, продаж і оренду конференц-приміщень, допомагає організовувати банкети і заходи. Вона сприяє збільшенню продажів при істотній економії ресурсів і часу. Створення пакета необхідних послуг для клієнтів при організації заходів різного характеру відбувається за лічені хвилини користувач має доступ до необмеженої

кількості категорій імен, описів, опцій. А інвентарний модуль здійснює чіткий контроль за додатковими послугами та обладнанням та пропонує інформацію про наявність кожного виду обладнання в будь-який час і день. Автоматизовані ІТ управління готельним комплексом функціонують як в окремих готелях, так і в готельних ланцюгах. Перехресний продаж між готелями збільшує завантаження по групових продажах. Вони оснащені могутнім інструментарієм із збереження і управління всією кореспонденцією між відділом продажів готелю і клієнтами. Функціональний блок управління документацією зберігає та організує роботу з документами, відправленими клієнтами. Сучасні ІТ управління готельними комплексами працюють на базі операційної системи Windows NT і СУБД MS SQL Server. Вони мають «відкриту архітектуру», що надає системі великої гнучкості, легкості у використанні і великі можливості інтеграції з зовнішніми програмами. Сучасні АІТ працюють не тільки в локальній мережі готелю, але і мають можливість підключення і роботи в глобальній мережі Інтернет. Спеціальний модуль системи (ART, Automated Request Tools), (Автоматизовані Інструменти Бронювання) виконаний за принципом (ASP, application service provide provider) і функціонує на будь-якому комп'ютері, підключеному до мережі Інтернет. Модуль ART дозволяє клієнтам готелю самостійно в реальному режимі часу через Інтернет здійснювати бронювання номерів, конференц-приміщень і передавати заявки на проведення заходів. Модуль включає такі системи: «Обмін даних», «Конфігурація», «Клієнти», «Туристичні агентства», «Рахунок до одержання», «Продаж», «Управління тарифами», «Центральне бронювання». На сьогоднішній день практично кожен готель з ланцюгів «Sheraton», «Hyatt», «Inter-Continental», «Kempinski», «Best Western», «Ramada», «Choice International» та ін. мають виділений канал зв'язку з «GDS» (системи Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan). Такий зв'язок дає можливість об'єднати систему розподілу номерного фонду із системами управління готелів.

Переваги тут у тому, що це дозволяє не тільки в реальному режимі часу приймати заявки і передавати підтвердження бронювання, але і дає готелям можливість проводити гнучку маркетингову і цінову політику, досягаючи максимальної прибутковості від кожної отриманої заявки. Створювати

високоєфективну стратегію продажів номерного фонду, що базується на аналізі тенденцій і взаємодій на ринку, готель має можливість, контролюючи умови реалізації своїх номерів (мінімальний тариф і тривалість проживання гостя, обмеження на кількість продаваних номерів по типах, вимоги, гарантії заявок, передоплату тощо), приво-дячи їх у відповідність з кон'юнктурою ринків у тих або інших географічних регіонах. У такий спосіб готель одержує максимально можливу віддачу від кожного сегменту ринку. Важливою перевагою для будь-якого готелю, представленою в міжнародних системах бронювання (GDS) і в Інтернеті, безперечно, є своєчасність, повнота і доступність переданої інформації.

Традиційного методу оцінки економічної ефективності від впровадження ЛІТ - підрахунку прибутку від капіталу, що інвестується, недостатньо. Для цього потрібна велика методика, здатна показати повну віддачу. А це кількісний і якісний ефект сервісу в готельній індустрії.

Ефективність досягається й у відділі збуту, про що свідчить підвищення продажів на 50% і зменшення вартості ліквідних угод на 15%.

Ефективність для виробничого відділу - це скорочення часу технологічного циклу на 20% або зниження товарних запасів на 5 %.

Ефективність і матеріальні вигоди від впровадження нового бухгалтерського модуля полягають скороченні термінів пересилання платіжних документів, прискоренні поточних розрахунків тощо.

Ефективність досягається за допомогою впровадження нового покоління АІТ готельних систем, що створюють своєрідну інтерактивну інформаційну базу по готелях ланцюга, інтег-ровану з електронними системами бронювання. Запит кінцевого клієнта щодо готельних послуг автоматично обробляється з урахуванням його індивідуальних переваг, дозволяючи миттєво скласти оптимальну пропозицію, і з великою ймовірністю забезпечення позитивної реакції клієнта і наступне здійснення бронювання.

Однією з проблем європейських готелів при високому завантаженні номерного фонду стало завдання реалізації попередньо заброньованих, але незадовго до прибуття гостя анульованих заявок. Для мінімізації можливих втрат, у таких ситуаціях готель змушений вдаватися до перебронювання номерного

фонду, що може привести до складностей, якщо відсоток пере-бронювання розрахований неправильно. Уданому випадку на допомогу знов-таки приходять інформаційні технології, що дають можливість оперативно виставляти на продаж останні на-явні номери за цінами, що явно користуються попитом (функція Last Room Availability). Якщо раніше готелю було потрібно заздалегідь блокувати і передавати до сервера бронювання визначені «пули» номерів і нести ризик з їхніх недопродажів або перепродажів без можливості оперативного реагування на ситуацію, що змінюється, то сьогодні з використанням сучасних інформаційних засобів готель здатний на постійній основі підтримувати в серверах бронювання реальну картину стану свого номерного фонду, крім небезпеки його перепродажу. Найбільш повна інтеграція офісів бронювання готельних компаній з окремими готелями досягається при використанні спеціалізованих систем центрального бронювання (Central Reservations Systems). Вони дають найбільш широкі можливості пошуку, вибору і бронювання номерів у готелях мережі. Крім того, за допомогою систем центрального бронювання окремі готелі також одержують можливість здійснювати взаємне бронювання номерів у інших готелях мережі. Таким чином, досягається тісна взаємодія готелів одного з одним і з центральним офісом, відбувається об'єднання зусиль усіх готелів для залучення нових і утримання старих клієнтів усередині свого ланцюга.

Перевагою перед незалежними готелями є об'єднання інформаційних і управлінських ресурсів окремих готелів у єдиний інформаційний простір. Збір і аналіз інформації тісно пов'язані із системами центрального інформаційного забезпечення. Така система надає величезні можливості щодо збору та аналізу даних. Дані про заявки гостей, тарифи, за якими гості проживають, їхні переваги і побажання автоматично із системи управління одного готелю передаються до іншого готелю. Створюється єдина інформаційна база, що являє собою наймогутніший інструмент для аналізу ринку та ефективного маркетингу готельних послуг. Один раз заведена історія гостя може бути доступна менеджеру з будь-якого готелю ланцюга, а також на корпоративному рівні. Можна одержати статистику про кількість заїздів (незаїздів) і про загальний дохід від проживання

будь-якого гостя. Нове покоління систем дозволяє навіть зберігати електронні фотографії і зразки підписів своїх гостей.

Маркетинг у готельній індустрії набуває нового відтінку. Тепер це не лише пошук нових клієнтів, але і робота з людьми, що уже коли-небудь зупинялися в готелі. На сьогоднішн день практично кожен готельний ланцюг пропонує програму заохочення постійних клієнтів. А сучасні інформаційні засоби надають директорам з продажів і маркетингу готелів можливості для ефективного управління такими програмами.

Надання виняткового сервісу стає цілком реальним. Нові завдання, нові можливості інтеграції баз даних, інформаційний аналіз, двосторонній зв'язок з міжнародними системами бронювання і управління і є остаточною моделлю інформаційних готельних технологій.

Інформаційний технологічний прогрес випереджує очікування готелів у довгостроковій адекватності впроваджених АІТ систем. Якщо раніше готелі змінювали технологічне оснащення в середньому кожні 7-9 років, то сьогодні цикл скоротився до 3-5 років, і тенденція до скорочення цього терміну продовжується. Згідно з проведенням на Заході компанією Microsoft дослідженням, 60-70% усіх готелів протягом найближчих п'яти років закуплять нову систему управління готелем. Важливо відзначити, що сам як такий факт установки сучасної системи не означає безумовного отримання віддачі від здійснених витрат. Ефективність автоматизації обумовлюється цілим комплексом скоординованих заходів щодо перегляду сформованих методів і порядку роботи, перепідготовки персоналу готелю, розробки і перетворення інформаційно-технологічної стратегії підприємства. Цінність системи можна розглядати в двох розрізаху процесах, які система автоматизує, і даних, які акумулює система в ході своєї роботи.

Розглянемо значення і переваги кожного з них. Автоматизація процесів функціонування систем готелю дозволяє автоматизувати виконання щоденних завдань персоналу і керівництва готелю. При цьому досягається взаємозв'язок між різними службами готелю, що значною мірою підвищує ефективність і дозволяє позбутися помилок. Багато завдань, наприклад, прийом і розміщення

великих груп гостей і застосування складних тарифних планів, стають легко здійсненними. Разом з цим керівництво одержує могутній інструмент контролю над станом готелю і фінансових потоків, а можливості зловживань персоналом готелю скорочуються до мінімуму. У цілому з використанням автоматизованих систем готель стає більш керованим. Керівництво готелю, одержуючи адекватні дані про стан справ на поточний момент і прогнози на майбутнє, має можливість приймати коректні і своєчасні рішення.

Крім функцій управління, системи пропонують додаткові можливості підвищення рівня сервісу для гостей. Гість стає центром уваги та одержує індивідуально-орієнтований сервіс. Система дозволяє враховувати різноманітні побажання і переваги гостей, а процес надання послуг робити безпроблемним для клієнта. Система зберігає дані по кожному гостю, що коли-небудь проживав у готелі, і при наступному його приїзді дозволить визначити правильний тариф, провести швидке поселення і випередити його побажання. Готель також одержує можливість вести централізований облік нарахунків і розрахунків з гостями.

Управління даними. В основі сучасних систем управління готелями лежать могутні бази даних, що дозволяють акумулювати і зберігати детальну інформацію з роботи готелю та його взаємин з кожним гостем. І якщо автоматизацію процесів функціонування готелю можна назвати обов'язковою умовою для успішної роботи готелю, то ефективне використання зібраних даних є ключовим чинником для досягнення готелем конкурентної переваги на ринку. Накопичені дані стають безцінним капіталом для готелю. Вони полегшують готелям прогнозування попиту на послуги і проведення більш ефективної маркетингової політики. Готель одержує можливість реалізовувати програми частого гостя і заохочувати своїх постійних клієнтів. Платіжна історія кожного клієнта готелю дозволяє правильно будувати кредитну політику. Без сумніву, комп'ютерні технології відкривають нові можливості в сфері управління і сервісу. Українські готелі усе більше усвідомлюють необхідність використання АІТ у своїй роботі.

6. Технологічний цикл обслуговування клієнтів

Технологія (грец. *techne* — мистецтво, майстерність, *logos* — учення, слово) — це сукупність методів, прийомів, режим роботи, послідовність процедур у

поєднанні з використанням засобів, обладнання, матеріалів, інструментів, координованих процесом управління й організації.

У сфері гостинності технологія обслуговування належить до вагомих чинників, які впливають на якість процесу обслуговування, фінансово-економічну ефективність функціонування, процес управління підприємством. Організація цього процесу в готелях є стандартною стосовно такого типу підприємств, хоча в кожному з них, відповідно до розмірів, структури організації, категорії орієнтації на ринковий сегмент, технологічному процесу притаманна певна ідентичність.

Технологія обслуговування клієнтів у готелях характерна циклічністю — послідовним повторенням процесу обслуговування гостя від часу його прибуття до остаточного від'їзду. Технологічний цикл обслуговування — це уніфікований стандартний обсяг послуг із певною послідовністю їх надання, яким має намір скористатись клієнт і які пропонує засіб розміщення. Перелік послуг, їхня якість можуть бути варіативними, але основні етапи, надання головних послуг на кожному етапі завжди забезпечується в певній послідовності.

Технологічний алгоритм гостьового циклу умовно поділяють на чотири етапи:

1. До приїзду в готель — бронювання (Reservation).
2. Прибуття клієнта в готель (Arrival), реєстрація (Check in Procedure) і розміщення клієнта (Accommodation).
3. Проживання (Staying) й обслуговування гостя в готелі.
4. Виїзд (Departure), остаточна оплата гостем послуг готелю.

Перша фаза гостьового циклу починається зі спілкування потенційного клієнта з персоналом готелю задовго до прибуття гостя у засіб розміщення. Це здійснюється через телекомунікаційні засоби і пов'язане з можливістю попереднього замовлення (бронювання) послуг готелю.

Інформація про змогу бронювання номерів (місць) може надходити з різних джерел — постійних та епізодичних.

Постійні джерелу заявок на бронювання надходять від туристичних агентів із продажу, компаній, фірм, які організовують виставки, конференції, семінари, а також від промислових та інших компаній, близьких у розташуванні до готелю,

що зумовлює необхідність розміщення співпрацівників, партнерів у бізнесі. До постійних джерел бронювання також належить централізоване (ОВБ).

Епізодичні (поодинокі) заявки на бронювання надходять від фізичних осіб або компаній, у котрих виникла потреба в одноразовому розміщенні в готелі.

У процесі першого потенційного контакту клієнт отримує від працівника готелю вагому інформацію про структуру послуг, розташування відомих об'єктів, тарифи тощо або може підтвердити важливу для себе інформацію про засіб розміщення. Попереднє спілкування завершується внесенням працівником служби реєстрації заявки клієнта в журнал реєстрації календарного бронювання номерів (місць) та обліку клієнтів у готелі. Відтоді починається офіційний початок гостьового циклу обслуговування клієнта у готелі. Журнал реєстрації заявок бронювання номерів (місць) та обліку клієнтів у готелі, крім прогнозування та планування обсягів завантаження готелю, раціонально розподіляє на перспективу затрати зусиль і ресурсів у створенні готельного продукту, руху фінансових ресурсів, визначає необхідну кількість штатних працівників та ін.

Упродовж першої фази гостьового циклу відбувається остаточна підготовка засобу розміщення до прийому гостя — до прибуття підтверджується факт його приїзду, ймовірна часткова зміна терміну прибуття, необхідність трансферу, передбаченого послугами готелю, екскурсійні послуги, спрямовані на ознайомлення з культурно-історичними особливостями міста. У переддень поселення здійснюють остаточну санітарну підготовку номера.

Друга фаза гостьового циклу пов'язана зі зустріччю гостей на вокзалі, в аеропорту, трансфером у готель, реєстрацією та розміщенням клієнта в готелі.

Зустріч гостей і трансфер у готель мають важливу психологічну й анімаційну функцію, адже перші враження від контакту з персоналом, містом, готелем найяскравіше та найдовше запам'ятовують клієнти. Водночас зустріч і трансфер менше втомлюють гостей. Вагомий момент у готельному бізнесі; надто втомлений, невдоволений клієнт — це втрачені кошти від невикористання ним додаткових послуг готелю. У процесі трансферу доцільно надати інформацію

клієнтові про особливості положення готелю стосовно важливих об'єктів соціально-культурної, ділової інфраструктури міста.

З прибуттям у готель друга фаза гостьового циклу причетна до організації поселення гостей. Клієнт отримує інформацію про послуги, особливості організації роботи засобу розміщення, його планування, попередньо оплачує проживання та наперед обумовлені додаткові й супутні послуги готелю. Отже, ця фаза виконує також інформаційну, адаптаційну й комунікаційну функції.

Третя фаза гостьового циклу найтриваліша і пов'язана з обслуговуванням гостей.

Готелі, крім пропозиції номерів, мають для комфортного проживання надавати (згідно з категорією, спеціалізацією, розмірами та ін.) певний обсяг додаткових послуг. Кожне готельне підприємство, незалежно від функціональних характеристик, повинно висувати перед собою основну мету — впродовж усього терміну перебування в ньому гостей наблизити умови проживання клієнта до домашніх, створити можливості для ефективної роботи, відпочинку, розваг. У готелях з високим рівнем обслуговування діють бізнес-центр, бюро обслуговування, оздоровчий центр, послуги з пропозиції автотранспорту тощо. Додаткові й супутні послуги також забезпечують доходи готелів. Частка доходів від пропозиції таких послуг може сягати 30 %.

Фаховість персоналу, раціонально побудований процес обслуговування гостей — це своєрідні інвестиції на перспективу в готельному бізнесі, адже згодом вони окупляться фінансово під час повторного візиту клієнтів, ймовірно, їхніх родичів, знайомих, приваблених позитивним відгуком про належний рівень сервісу.

У четвертій фазі гостьового циклу відбувається повний розрахунок клієнта за проживання та надані додаткові платні послуги. Під час остаточного розрахунку необхідно переглянути точність рахунку і разом з клієнтом — відповідність усіх нарахунків за термін його перебування в готелі. Потрібно завжди звертати увагу гостя на перевірку правильності нарахування суми, а якщо допущена помилка, — внести відповідні зміни і вибачитись перед клієнтом. Підтверджує правильність рахунку підпис клієнта.

В окремих готелях завершальна фаза гостьового циклу пов'язана зі трансфером гостей на вокзал. Запровадження цієї послуги стимулюватиме гостей повторно відвідати засіб розміщення завдяки комфортності, індивідуальному підходу в процесі надання послуг.

7. Служба бронювання. Сучасні системи Інтернет-бронювання

Служба бронювання (резервування) виконує функції безпосереднього збуту готельного продукту, тому ефективність управління процесом бронювання позначається на рентабельності готелю. Процес бронювання — це налагодження співпраці між уповноваженими працівниками готелю й гостями, розгляд замовлення місць і номерів у готелі — саме з нього розпочинають обслуговування гостей. Для здійснення цього процесу існують різні технічні засоби — телефон, Інтернет, пошта, факс тощо, але власне від ефективної його організації залежить враження клієнта про готель. Тому оператор з бронювання обов'язково повинен мати фахову підготовку, телемаркетингові навички спілкування, виявити вищий професіоналізм гостинності. У процесі пошуку клієнт знайомиться з декількома готелями, вибирає кращий, тому агент з бронювання повинен вплинути на його вибір, наголосити на перевагах в обслуговуванні саме цього готелю [7,35].

Відділ бронювання номерів (місць) у готелях діє як окрема структурна ланка управління, але найчастіше — у структурі служби прийому та розміщення. Очолює відділ менеджер. Він здебільшого перебуває на одному службовому рівні з головним адміністратором і підпорядковується директору відділу обслуговування або директору відділу збуту. Цей факт зауважує, що резервування функціонально пов'язане зі збутом і впливає на управління доходами готелю.

Цей відділ найчастіше працює у період найвищої активності клієнтів — з 8 до 18 год. Кількість службовців залежить від розмірів готелю і становить 3—5 осіб. Їхнє основне завдання полягає в реалізації найбільшої кількості номерів готелю за максимально високу ціну. Окрім цього, відділ досліджує ринок — вивчає динаміку попиту на готельні послуги, аналізує заповнення номерів, програму заходів, які відбуватимуться в регіоні (спортивні змагання, фестивалі, конференції та ін.), і разом зі службою маркетингу прогнозує діяльність готелю.

Під час масових заходів попит на готельні послуги зростає в декілька разів. Для готелів вигідно бронювати місця для заходів з великою кількістю учасників, оскільки в таких випадках попереднє замовлення здійснюють заздалегідь до події, і ризик його анулювання незначний.

З-поміж основних посадових та фахових обов'язків персоналу відділу резервування виокремлюють:

- комунікабельність у стосунках із клієнтами, швидке та чітке реагування на замовлення з розміщення;
- фахове знання процесу бронювання, оперативна систематизація інформації, яка надходить від клієнтів, та інформації про стан заповнення номерного фонду;
- знання тарифів на послуги розміщення, додаткові послуги, цінові пільги й сезонні зміни цін;
- уміння аналізувати характерні риси клієнта, прогнозувати його реальні наміри, впливати на нього з метою досягнення максимального ефекту від співпраці;
- навички праці з технічними системами резервування, насамперед із телекомунікаційними.

Використовують різні технічні засоби й організаційні форми для резервування. Серед технічних засобів типові: телефон; мережа Інтернет; факс; телеграма; лист.

З-поміж організаційних форм бронювання розрізняють: централізоване; міжготельними агентствами; центральний офіс із бронювання; туристичними підприємствами; транспортними агентствами; організаторами конференцій і нарад; безпосередньо у готелі.

Використання телефону й Інтернету — найпоширеніші способи бронювання. Перший спосіб має певні переваги порівняно з іншими видами, оскільки забезпечується "живе" спілкування клієнта й оператора. Внаслідок цього клієнт отримує перші враження про готель, тому службовець повинен виявити майстерність і вплинути на вибір клієнта, зазначити переваги готелю над іншими.

Водночас оператор з бронювання має змогу одержати значно повнішу інформацію про клієнта, запропонувати йому, крім основних, додаткові послуги.

У готелях, що приймають замовлення на резервування номерів по телефону, використовують спеціальні бланки з графами, де проставляють відмітки про бронювання. Цей спосіб передбачає необхідне письмове підтвердження.

Дедалі більшої популярності набуває бронювання номерів із використанням мережі Інтернет у вітчизняних готелях, країнах Європи, США та ін. Його переваги пов'язуються з:

- оперативністю зв'язку (здійснюється з різними регіонами світу в режимі on-line за лічені секунди, переадресовуються замовлення у готельній мережі від одного до іншого готелю, розташованих в одному місті);
- повнотою інформації (набором послуг і візуальним її сприйняттям на моніторі комп'ютера);
- зручністю формулювання замовлень на резервування, простотою програмного забезпечення, доступністю для клієнта;
- розміром оплати за користування інформаційними послугами;
- надійністю технічного забезпечення та зв'язку.

Таке резервування можна здійснювати декількома варіантами:

- готель володіє власною Інтернет-сторінкою;
- готель входить у систему Інтернет-бронювання ("Amadeus", "Galileo", "Worldspan", "Sabre", "Nota Bene" та ін.);
- замовити місця в готелі через комп'ютерну мережу по телефону. Підхід готелю до системи електронного бронювання дає змогу внести власну інформацію у довідкову систему, доступну всім потенційним клієнтам, операторам, зайнятим реалізацією послуг цього готелю. Безпосередній вихід на ринок послуг дає змогу уникнути перекручування інформації й оперативно коригувати її у випадку змін. Робота в системі бронювання полегшує організацію процесу, оскільки готель отримує єдину довідкову систему, побудовану за єдиною схемою. Сучасні системи бронювання становлять широкий спектр засобів надання інформації — використання світлин, детальний опис готельних номерів.

Деякі готельні комплекси застосовують тривимірну графіку — клієнт може віртуально ознайомитись з готелем.

Співпраця з глобальною системою резервування дає готелю змогу пропонувати клієнтам низку додаткових послуг. Комп'ютерні системи у найкоротший час (за декілька хвилин-секунд) підбирають, згідно зі замовленням, номери, надають інформацію про місто, регіон, важливі туристські атракції.

Такі комп'ютерні системи активно використовують в організації управління, плануванні діяльності регіональними туристичними агентствами. Комплексний характер цих систем забезпечує не лише бронювання номерів у готелях, авіапослуги, оренду автомобілів, круїзні поїздки, а й інформацію про курси валют, погоду, роботу місцевого транспортного сполучення. Великі готельні комплекси мають свій веб-сайт у мережі Інтернет, на якому розміщують власну сторінку для on-line бронювання.

Щоби резервувати послуги готелю, клієнт повинен мати навички роботи з персональним комп'ютером: він заходить на веб-сайт системи Інтернет-бронювання, знайомиться з правилами бронювання, обирає готель, вивчає замовлення номерного фонду, тарифи. Після цього заповнює необхідні інформаційні поля і відправляє замовлення до системи електронною поштою. Система резервування автоматично опрацьовує замовлення і надсилає попереднє підтвердження з умовою внесення клієнтом передоплати, прізвище клієнта вносять до листа очікування. Після отримання гарантії передоплати, гарантійного листа й інших гарантій, оператор відправляє клієнтові остаточне підтвердження броні. У готелі інформацію вводять у комп'ютер, до графіка завантаження з поступовою автоматичною зміною. У випадку бронювання по телефону й іншими неавтоматизованими формами оператор вводить інформацію до Журналу реєстрації заявок на бронювання номерів (місць).

Заявка повинна містити таку інформацію:

- прізвище, ім'я осіб, котрі прибувають;
- дату прибуття, термін перебування, дату від'їзду;
- категорію номера, кількість номерів;

- форму оплати (готівкова, безготівкова, реквізити організації, яка оплачує послуги).

Відповідно до заявок відділ бронювання складає перспективний план заселення готелю на певний період — добу, тиждень, місяць, рік. Вагомий аспект цього процесу полягає в своєчасній реєстрації замовлення та прискіпливому веденні бази даних.

Діяльність відділу бронювання безпосередньо пов'язана зі службою прийому та розміщення, між якими постійно повинен відбуватися обмін інформацією про заповнення номерів у поточний час. Недостовірна інформація про номерний фонд і стан резервування спричинить зниження доходів від нереалізації номерів та втрату довіри клієнтів у випадку подвійного бронювання.

Типи бронювання. У готелях розрізняють два види бронювання: гарантоване і негарантоване.

Гарантоване бронювання підтверджується гарантією забезпечити клієнтові номер до розрахункового часу в наступний після прибуття день (12 год). Актуальність цього бронювання для клієнта полягає у можливості скористатись послугами готелю у випадку запізнення, але не більше ніж до розрахункового часу наступного дня. Водночас готель забезпечує гарантію використання номера, отримавши передоплату від клієнта. Якщо клієнт не скористається послугами до розрахункового часу наступного дня, готель отримує передоплату та використовує номер за власним бажанням. У деяких випадках гарантоване бронювання може діяти на весь термін перебування клієнта в готелі.

Бронювання номера можна підтвердити декількома способами. Наприклад, у багатьох країнах широко використовують кредитні картки. Службовець із бронювання фіксує номер кредитної картки клієнта, зв'язується з компанією, що її обслуговує, і перевіряє дієздатність. Якщо бронювання не було анульоване до визначеного часу, готель виставляє рахунок на кредитну картку клієнта, і компанія, яка обслуговує кредитні картки, знімає зазначену суму і переводить на рахунок готелю.

Згідно з рішенням адміністрації окремі готелі встановлюють внесення передоплати за надання готельних послуг під час бронювання номера.

Передоплата має повністю вноситись до дати прибуття і зараховуватись в оплату готельних послуг під час остаточного розрахунку. Форма гарантованого бронювання з передоплатою нетипова, має епізодичний характер і зумовлена значним попитом на готельні послуги у період вагомих подій (Олімпіада, саміт, форум, визначні культурні події та ін.). Ця форма бронювання найбажаніша для готельних підприємств.

Використовують також неповну передоплату до прибуття клієнта (авансовий внесок), що становить 50 % вартості номера. Якщо поселяють у двомісний номер та номери більшої місткості, бронювання більше одного місця не оплачують.

У випадку запізнення клієнта або групи осіб, окрім оплати за бронювання, нараховують оплату за фактичний простій номера, але не більше ніж за добу. Якщо клієнт запізнився більше ніж на добу, бронь анулюють.

Угода з гарантованого бронювання, укладена з юридичними особами (підприємствами, організаціями, в тому числі турагентами), зобов'язує їх до фінансової відповідальності за простій номерів у випадку відсутності клієнтів. Згідно з "Правилами користування готелями", якщо підприємство не забезпечує належну підготовку номера до заселення, бронювання не оплачують.

Ціну послуги з бронювання номера встановлює готель, форму оплати визначає угода між клієнтом (замовником) і готелем. Найчастіше для індивідуальних туристів розмір плати за послугу бронювання становить 50 % тарифу на номер за добу. Для туристської групи визначені знижки, розмір оплати коливається в межах 25—35 % тарифу. Обсяг знижки залежить від кількості осіб у групі, терміну проживання.

Негарантоване бронювання — це форма бронювання, згідно з якою готель пропонує номер клієнту до настання часу ануляції — 18 год, у день прибуття. Якщо клієнт не з'явиться до цього часу, готель пропонує номер відповідно до інших замовлень. Запізнення клієнта, прибуття у час після ануляції бронювання — і номер залишається непроданим, готель може запропонувати його клієнтові. Послуги негарантованого бронювання не оплачують.

Організаційні форми бронювання. Централізоване бронювання — типову форму в світовій готельній практиці — широко використовують провідні

корпорації. Відомі готельні ланцюги вносять інформацію у довідкову систему централізованого резервування, яка стає доступною потенційним клієнтам та операторам, котрі зайняті реалізацією послуг готелів цього ланцюга, розташованих у різних регіонах світу. Корпоративні зв'язки в готельних ланцюгах сприяють прискоренню процесу бронювання та зниженню загальних витрат. Витрати у системі централізованого бронювання незначні, доступні навіть невеликим готелям. Одночасно централізовані системи використовують готелі, що не входять до її структури. Ці готелі можуть отримати замовлення на бронювання лише після заповнення всіх номерів у готелях із контрактними угодами.

Різновидом централізованого бронювання є система, яка об'єднує на основі угоди незалежні готелі. Вона часто функціонує на зразок першої, але сформована з окремих компаній, зайнятих обслуговуванням готелів невеликого регіону.

Центральний офіс для бронювання працює безпосередньо з потенційними клієнтами, використовуючи безплатний телефонний номер. В асоціаціях зі значною кількістю готельних підприємств систему централізованого бронювання підтримують два чи більше центри, які діють найчастіше цілодобово.

З метою ефективнішого функціонування центральні офіси обмінюються інформацією про наявність вільних номерів, здійснюють резервування в готелях, що входять у мережу, через певні відтинки часу згідно з графіком. Використання у готельній сфері автоматизованих комп'ютерних систем сприяє механічному спрямуванню телефонних дзвінків у певний готель відповідно до змісту замовлень. Центральні системи з бронювання забезпечують діяльність філій мережі необхідним технічним обладнанням для зв'язку й отримують певний відсоток з операцій із бронювання. Водночас кожен готель повинен регулярно надавати у центральний офіс з резервування чітку інформацію про заповнення номерного фонду.

Міжготельні агентства — централізовані системи бронювання, які укладають угоду зі співпраці з більш ніж однією виробничою лінією. У роботі міжготельні агентства найчастіше переадресовують замовлення на бронювання номерів у централізовану систему або з'єднуються безпосередньо з готелями. Окрім

резервування місць у готелях, такі агентства часто надають послуги з бронювання для авіакомпаній.

Бронювання безпосередньо в готелі здійснює переважно відділ бронювання у готелях, що характерно насамперед для малих незалежних підприємств.

Бронювання туроператорами й іншими організаціями. В окремих випадках туроператори виконують функцію з бронювання місць у курортних готелях. Аналогічні функції здійснюють організатори конференцій і нарад у спеціалізованих конференц-готелях. У таких випадках туроператори стають основним джерелом резервування.

Технологія бронювання номерів (місць) у готелях. Процес бронювання складається з таких етапів:

- заявки на бронювання;
- визначення вільних номерів для бронювання;
- реєстрації замовлення;
- підтвердження бронювання;
- складання звіту з бронювання.

Заявка на бронювання. саме з неї починається процес співпраці клієнта та готелю. Заявка надходить по мережі Інтернет, телефону, пошті й іншим шляхом особисто від клієнта або посередника — фізичної чи юридичної особи. Кожну заявку повинен реєструвати відділ бронювання. У ній клієнт має повідомити прізвище, ім'я, по батькові, дату прибуття, термін перебування, дату від'їзду, категорію та кількість номерів, форму оплати.

Визначення вільних номерів для бронювання. Після отримання замовлення незалежно від системи бронювання, оперативно аналізують номерний фонд. Цей етап особливо важливий для іміджу й ефективності діяльності готелю. Ретельний аналіз замовлення номерного фонду необхідний для уникнення прийому попередніх замовлень на кількість номерів, яка перевищує кількість вільних. Вільні місця контролюють у процесі резервування через використання різних технологічних методів:

- комп'ютерної системи у випадку бронювання через мережу Інтернет;
- книги контролю бронювання;

- настінного графіка.

Комп'ютерні системи бронювання в автономному режимі відстежують попередні замовлення, кількість зайнятих та вільних номерів і тих, що звільнились, щоденний дохід від замовлення. Аналіз здійснюють згідно з категорією номерів, категорією гостей та інших характеристик.

Сучасні інформаційні технології управління дають змогу програмувати функціонування комп'ютерних систем повністю в автономному режимі. Програми блокують замовлення під час заповнення готелю чи окремих категорій номерів, але водночас можуть пропонувати альтернативні номери з відповідними розцінками або інші найближчі готелі певної категорії, спеціалізації та ін.

Застосування комп'ютерних систем бронювання зумовлює також необхідну періодичну перевірку систем, зокрема у період їхнього інтенсивного використання. Навіть у системах, що раціонально запрограмовані, виникають збої.

Книгу контролю бронювання використовують у некомп'ютеризованих готелях. Вона має стандартний скорозшивач, який дає змогу заміняти сторінки. На кожній сторінці номери поділені на типи і кожному номеру присвоєне певне число. Під час отримання попереднього замовлення на певний тип-номера на невідміченому числі присвоєного номера ставлять хрестик у день прибуття. У випадку бронювання номера на декілька днів на наступних сторінках відповідні номери обводять колом. Окремі труднощі використання книги контролю пов'язуються з ануляцією замовлень або зі зміною у попередніх замовленнях. З метою уникнення технічних труднощів книги контролю бронювання регулярно необхідно замінювати.

Настінний графік для контролю бронювання застосовують у некомп'ютеризованих готелях. Він складений у такий спосіб: номери готелю розташовані вертикально, дні й місяці — горизонтально, зазначені також розцінки. Для різних типів номерів використовують різні кольори. Під час поступлення замовлення перевіряють наявність вільних місць за графіком на основі дати прибуття клієнта, тривалості перебування і типу номера. Якщо виявлено вакантне місце, службовець з бронювання виділяє клієнту певний

номер, закріпивши стрічку над лінією, що відповідає цьому номеру. Стрічку протягують від дати прибуття до дати від'їзду, на ній часто зазначають прізвище клієнта. Якщо виникає необхідність внесення змін у датах настінного графіка, службовець пересуває стрічку в інше місце; після анулювання замовлення стрічку вилучають із графіка.

Використавши автоматизовану систему контролю або систему контролю ручного режиму, приймають попереднє замовлення відповідно до заявки. Якщо номер згідно з заявкою зайнятий, клієнту пропонується номер альтернативного типу і ціни. За відсутності альтернативного номера або незгоди клієнта на пропозиції, відділ бронювання пропонує альтернативний готель. Корпоративні стосунки між готелями допомагають швидко компенсувати тимчасові незручності в бронюванні.

Реєстрація замовлення з бронювання. Після надходження заявки на бронювання та перевірки наявності відповідно до заповнень номерів у готелі оператор із бронювання реєструє її. Водночас із реєстраційним записом працівник служби бронювання отримує важливу інформацію про клієнта: прізвище, ім'я, по батькові або дані про організацію-замовника, форму оплати, кількість і категорію номерів, термін перебування та побажання стосовно умов проживання, інформацію з передоплати. Така інформація може стати основою для індивідуального підходу в обслуговуванні клієнта та перевірки його платоспроможності. Після внесення необхідної інформації відділ бронювання присвоює клієнтові номер для підтвердження бронювання.

Заявки на бронювання номерів (місць) реєструють у журналі єдиного зразка, затвердженого до використання як форма документів чіткої звітності й первинного обліку форма № 7.

У випадку гарантованого бронювання відділ повинен отримати від клієнта інформацію про форму оплати послуг готелю. Якщо оплачують за кредитною карткою, необхідно визначити її тип, перевірити дієздатність через комп'ютерну службу, номер, термін дії та власника.

Якщо розраховуються за передплатою або попереднім внеском, готель повинен отримати від клієнта гарантії внести грошову суму до узгодженої дати.

Перед настанням дати попереднього внеску або передоплати службовець з бронювання має перевірити виконання зобов'язань клієнта. Якщо необхідна сума не внесена згідно з рішенням відділу бронювання, гарантоване бронювання переводять у категорію негарантованого.

У бронюванні, яке здійснює турагент за дорученням клієнта, організатора конференцій, нарад, підприємства тощо, необхідно з'ясувати назву, адресу організації-замовника, реквізити уповноваженої особи, рахунок організації.

Під час реєстрації замовлення працівник відділу бронювання повинен узгодити важливі аспекти гарантії: клієнт повинен бути переконаним, що номер зберігатиметься до настання розрахункового часу в день, наступний після прибуття згідно з узгодженим графіком. Якщо клієнт не анулює бронювання до встановленого часу, це може спричинити втрату авансованого грошового внеску або виставлення рахунку на організацію — замовника броні.

Вагомий аспект діяльності відділу бронювання під час реєстрації замовлення із резервування полягає у наданні тарифів на послуги готелю. Клієнт також повинен отримати інформацію про:

- додаткові послуги, які надають за додаткову плату;
- вимоги стосовно мінімального терміну проживання, що діють на дату подання заявки з бронювання;
- пільгові умови, які існують на дату бронювання;
- курс обміну іноземної валюти під час визначення рахунку для іноземних туристів;
- відсоток податку на номер.

Для позитивного іміджу готельного підприємства, довіри клієнтів необхідно дотримуватись тарифів, задекларованих у процесі бронювання.

Підтвердження бронювання. Цей етап узгоджує готовність готелю надати послуги з розміщення, а клієнтові — підтвердити наміри скористатись послугами з проживання.

На заявку, отриману по телефону або усно, підтвердження у письмовій формі направляють упродовж дня. На заявці, яка надійшла поштою, підтвердження

відсилають у письмовій формі протягом однієї-двох діб. У повідомленні-підтвердженні, надісланому факсом або листом, зазначають:

- номер реєстрації заявки;
- дату і час передбачуваного прибуття та від'їзду клієнта;
- термін перебування в готелі;
- ціну і тип замовленого номера;
- кількість осіб, котрі прибувають, і кількість місць;
- тип бронювання (з гарантією, без гарантії);
- додаткові побажання, які спеціально обумовлюються;
- інформацію про можливість зміни дати прибуття, відміну бронювання.

Після прибуття клієнта у готель підтвердження з бронювання у друкованому варіанті можна використовувати за певних непередбачуваних ситуацій під час поселення.

У періоди перевищення попиту над пропозицією номерів (конференції, спортивні події та ін.) готелі часто здійснюють подвійне бронювання: готель підтверджує розміщення окремим особам або групам навіть у випадку повного резервування номерів (місць). Ризик подвійного бронювання повсякчас зумовлений ймовірними відмовами у бронюванні, тому воно в кінцевому підсумку найчастіше призводить до рівноваги на попит і пропозицію щодо готельних номерів.

Перед менеджерами готелю завжди постає проблема подвійного бронювання: відсутність анулювання з бронювання та прибуття всіх клієнтів зобов'язує готель компенсувати відмову в уже підтвердженому розміщенні, водночас бронювання тотожне кількості місць і анулювання резервування зумовлює втрату максимальних прибутків.

Щоб уникнути проблем подвійного бронювання, готельні підприємства повинні постійно досліджувати споживчий ринок. Оскільки готелі найбільше цікавляться діловими туристами та державними службовцями, які становлять загалом понад 60 % споживачів готельних послуг, необхідно аналізувати привабливість поселення, регіону саме для цієї категорії клієнтів.

Розвиток готельних ланцюгів зумовив появу нової системи централізованого бронювання, внаслідок якої значну частку готельної квоти (60—70%) контролює централізована система бронювання компаній. Кількість номерів, що залишається, готель бронює безпосередньо. Така система надає значні переваги готелю, оскільки страхує його від зниження прибутку в несприятливі періоди, хоча водночас і створює для адміністрації труднощі в періоди підвищення попиту, коли існує можливість гнучкішого маневрування цінами.

Зміна заявки негарантованого бронювання. У резервуванні номерів клієнти надають перевагу негарантованому бронюванню, намагаючись прибувати у зазначену в заявці дату або до настання часу відміни бронювання. Протевокремих випадках, у зв'язку зі запізненням через незалежні від клієнта обставини (погодні умови, затримка транспорту та ін.), клієнт змушений змінювати бронювання на гарантоване. У такому випадку оператор повинен:

- отримати заявку від клієнта на зміну бронювання;
- мати інформацію про клієнта та дані негарантованого бронювання;
- володіти інформацією щодо кредитної картки (номер, термін дії, перевірити інформацію у компанії з обслуговування кредитних карток);
- надати клієнтові новий номер підтвердження бронювання;
- заповнити форму про зміни статусу бронювання із дотриманням усіх майнових норм, прийнятих у готелі.

Відміна бронювання. У випадку зміни намірів потенційного клієнта зупинитись у готелі він повинен заздалегідь повідомити про це відділ бронювання, який ліквідує статус броні на номер та пропонує його іншому клієнтові.

Щоби відмінити негарантоване бронювання, оператор повинен мати інформацію про клієнта, його прізвище, ім'я, адресу, кількість замовлених номерів, дату передбачуваного прибуття та від'їзду. Ця інформація формальна, однак необхідна для процедурної відміни броні. Факт відміни бронювання записують у реєстраційний журнал, комп'ютер, водночас оператор повинен дізнатись у клієнта, чи не бажає він змінити дату резервування.

Якщо здійснювалось гарантоване бронювання, що забезпечувалось кредитною карткою, внесенням авансу або передоплати, а також бронювання підприємствами, туристичними агентствами чи іншими організаціями, оператор повинен отримати інформацію про клієнта, кількість замовлених номерів, дату приїзду та від'їзду. В журналі реєстрації бронювання записують про відміну бронювання, зазначаючи номер. Якщо бронювання відмінює уповноважена від клієнта особа, потрібно назвати дані про особу. Після цього роблять запис у журналі обліку відміни бронювання зі зазначенням його номера. Якщо бронювання відмінюють із внесеним авансом або передоплатою до прибуття в готель, гроші повертаються клієнту.

Звіт із бронювання. В організації й ефективному управлінні діяльністю готелю вагоме значення мають маркетингові дослідження, ґрунтовані на обліку кількості нереалізованих номерів. Це дає змогу прогнозувати доходи від їхнього бронювання. Звіт складається з таких пунктів:

1. Про угоду (зазначають інформацію про щоденне бронювання — кількість заброньованих номерів, зміни у термінах, відміна бронювання, можливі зміни у кількості зайнятих номерів, неприбулих клієнтах та ін.).

2. Про відмови, що містять інформацію про кількість відмов клієнтам у зв'язку зі зайнятими номерами згідно з попереднім замовленням.

3. Прогнозування доходів (подають розрахунок можливого доходу від бронювання, називаючи суму, отриману множенням заброньованих номерів на їх вартість). У звітах із бронювання подають інформацію про кількість осіб, поселених у номері, джерело бронювання, кількість неприбулих клієнтів, кількість продовжених візитів і дострокових від'їздів, узгоджених з готелем.

Питання для самоконтролю

1. Розкажіть про структурні ланки управління в готелях.
2. Визначте поняття "технологічний цикл обслуговування". Проаналізуйте основні його етапи.
3. Що таке сучасні системи Інтернет-бронювання? В чому їх переваги перед традиційними засобами бронювання?

4. Які організаційні форми бронювання номерів (місць) типові для готельних підприємств?

5. Назвіть типи бронювання, характерні для готельних підприємств.

Тест за темою:

1. Етапи технологічного алгоритму гостьового циклу:

а) прибуття клієнта в готель, реєстрація, розміщення клієнта, проживання, обслуговування гостя в готелі, виїзд, остаточна оплата гостем послуг готелю;

б) до приїзду в готель — бронювання, прибуття клієнта в готель, реєстрація, розміщення клієнта, проживання, обслуговування гостя в готелі, виїзд, остаточна оплата гостем послуг готелю;

с) до приїзду в готель — бронювання, прибуття клієнта в готель, реєстрація, розміщення клієнта, проживання, обслуговування гостя в готелі, остаточна оплата гостем послуг готелю;

2. Переваги бронювання номерів із використанням мережі Інтернет;

а) оперативність зв'язку, повнота інформації, зручність формулювання замовлень на резервування, розмір оплати за користування інформаційними послугами, надійність технічного забезпечення та зв'язку;

б) оперативність зв'язку, повнота інформації, зручність формулювання замовлень на резервування, використання інформаційних послуг, надійність технічного забезпечення та зв'язку;

с) повнота та надійність інформації, зручність формулювання замовлень на резервування, розмір оплати за користування інформаційними послугами, надійність технічного забезпечення та зв'язку.

3. Яка інформація міститься у Журналі реєстрації заявок на бронювання номерів (місць):

а) прізвище, ім'я осіб, котрі прибувають, дату прибуття, термін перебування, дату від'їзду, категорію номера, кількість номерів, форму оплати;

б) прізвище, ім'я осіб, котрі прибувають, дату прибуття, термін перебування, дату від'їзду, кількість номерів, форму оплати, побажання;

с) прізвище, ім'я осіб, сімейний стан котрі прибувають, дату прибуття, термін перебування, дату від'їзду, категорію номера, кількість номерів, форму оплати;

4. Серед методів розрахунку в готелях використовують:

- а) пластикові картки, дорожні чеки, автоматизовану систему Інтернет;
- б) готівку, пластикові картки, автоматизовану систему Інтернет;
- с) готівку, пластикові картки, дорожні чеки, автоматизовану систему Інтернет.