



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
филиал в г.Туапсе

Кафедра «Экономики и управления»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

На тему «Совершенствование системы управления информационным обеспечением деятельности малого гостиничного предприятия (на примере гостиницы «РУД» г. Краснодар)»

Исполнитель Асатрян Асмик Мушеговна

Руководитель к.г.н., доцент Аракелов Микаэл Сергеевич

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой _____

доктор экономических наук, профессор

Темиров Д.С.

«_____» _____ 2017 г.

Туапсе

2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1 Теоретические и методические основы информационного обеспечения деятельности гостиничного предприятия	6
1.1 Понятие и сущность системы управления информационным обеспечением деятельности современных гостиничных предприятий	6
1.2 Автоматизированные системы управления и их роль в гостиничном бизнесе.....	12
1.3 Нормативно-правовое регулирование использования информационных технологий в гостиничном бизнесе.....	18
Глава 2 Анализ и оценка системы информационного обеспечения деятельности гостиницы «РУД» г. Краснодар.....	22
2.1 Общая организационно-экономическая характеристика исследуемого объекта.....	22
2.2 Анализ и оценка качества предлагаемых гостиницей услуг	31
2.3 Оценка информационных систем и информационных технологий в деятельности гостиницы	42
Глава 3 Разработка предложений по совершенствованию информационного обеспечения деятельности гостиницы «РУД» г. Краснодар.....	51
3.1 Предложения по развитию автоматизированной системы управления гостиницы	51
3.2 Предложения по совершенствованию сайта гостиницы	59
3.3 Оценка экономического эффекта от предложенных мероприятий	67
Заключение.....	76
Список использованной литературы.....	79

Введение

Индустрия социально-культурного сервиса и туризма за последние годы претерпела весьма существенные изменения в связи с внедрением новых информационных технологий. Бизнес в этой сфере является не только одним из самых динамичных, но и представляет собой отрасль, чрезвычайно насыщенную информацией.

Современное гостиничное предприятие предоставляет потребителям не только услуги проживания и питания, но и широкий спектр услуг транспорта, связи, развлечений, экскурсионное обслуживание, медицинские, спортивные услуги, услуги салонов красоты и пр. Фактически гостиничные предприятия в структуре индустрии туризма и гостеприимства выполняют ключевые функции, так как формируют и предлагают потребителям комплексный гостиничный продукт, в формировании и продвижении которого принимают участие все секторы и элементы индустрии туризма и гостеприимства.

Компьютерные технологии активно внедряются в сферу гостиничного бизнеса, их применение становится неотъемлемым условием успешной работы отелей. Владение информацией актуально для индустрии гостеприимства, так как именно оперативность, надежность, точность, высокая скорость обработки и передачи информации во многом определяют эффективность управленческих решений в этой области. Реализация этих условий возможна только в рамках применения информационных компьютерных систем.

В настоящее время мировой рынок гостеприимства высоко технологичен, и трудно себе представить сегодня серьезную фирму, не использующую какого-либо программного комплекса. Любая гостиница от мини-отеля в несколько номеров до крупнейших гостиничных комплексов в тысячи номеров стремится решить вопросы управления предприятием с помощью современных автоматизированных систем управления.

Каждый владелец отеля думает о том, чтобы минимизировать потери прибыли на всех этапах, эффективно контролировать работу персонала,

повышать качество обслуживания, предвосхищая желания своих гостей. Добиться этого позволяет комплексная система информационного обеспечения, объединяющая в единый цикл управления все жизненно важные элементы гостиничного бизнеса.

Внедрение современных технологий в работу предприятий гостиничной индустрии позволяет повысить качество продукта и ускорить процесс сбора и обработки информации, обеспечить взаимодействие в режиме реального времени с участниками рынка, расширить ассортимент услуг, а также автоматизировать процессы ведения документации, отчетности, бухгалтерского учета.

Актуальность темы исследования состоит в том, что вопрос комплексной автоматизации процессов бронирования, расчетов с гостями, агентами, туроператорами и хозяйственной деятельности становится первостепенным для российских гостиниц.

Объектом исследования данной выпускной квалификационной работы является гостиница «РУД», представляющая собой малую форму гостиничного предприятия и расположенная в г. Краснодар. **Предметом исследования** является система управления информационным обеспечением деятельности данного гостиничного предприятия.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка и экономическое обоснование предложений по совершенствованию информационного обеспечения деятельности гостиницы «РУД» г. Краснодар.

В соответствии с целью были поставлены следующие **задачи**:

- изучить теоретические и методические основы информационного обеспечения деятельности гостиничного предприятия;
- дать общую организационно-экономическую характеристику исследуемого предприятия;
- охарактеризовать предлагаемые гостиницей услуги и провести анализ ее конкурентных преимуществ;

- провести анализ и дать оценку информационных систем и информационных технологий в деятельности гостиницы «РУД»;
- разработать и экономически обосновать мероприятия по совершенствованию информационного обеспечения деятельности гостиницы «РУД» г. Краснодар.

Структура работы сформирована в соответствии с поставленной целью и определенными для ее достижения задачами исследования. Во введении обосновывается актуальность выбранной темы исследования, определяется объект и предмет исследования, раскрываются цель и задачи. В первой главе рассматриваются теоретические и методические основы информационного обеспечения деятельности гостиничного предприятия. Во второй главе проведен анализ и дана оценка существующей системы информационного обеспечения деятельности гостиницы «РУД». В третьей главе представлены предложения по совершенствованию информационного обеспечения деятельности гостиницы «РУД». В заключении помещены выводы и предложения по работе.

Теоретической и методической основой исследования послужили труды зарубежных и отечественных экономистов, посвященные проблемам организации системы информационного обеспечения деятельности гостиницы. Что касается **информационной базы исследования**, то в этой связи были использованы статистические материалы различных источников, а также документация самого предприятия.

Общий объем работы составляет 80 страниц, включая 18 таблиц и 15 рисунков.

Глава 1 Теоретические и методические основы информационного обеспечения деятельности гостиничного предприятия

1.1 Понятие и сущность системы управления информационным обеспечением деятельности современных гостиничных предприятий

Современное гостиничное хозяйство - динамично развивающаяся отрасль. Тенденции ее развития связаны с ростом спроса и расширением спектра оказываемых услуг. Использование новейших информационных технологий, их интеграция с системами жизнеобеспечения, позволяют оптимизировать функционирование всех служб и сервисов гостиничного комплекса [8, с. 37].

Информационное поле управленческой деятельности включает в себя совокупность самых разнообразных и разнородных информационных ресурсов, информационных потоков, алгоритмов и технологий их передачи, контроля и обработки [20, с. 42].

Чем точнее и объективнее информация, находящаяся в распоряжении системы управления, чем полнее она отражает действительное состояние и взаимосвязи в объекте управления, тем обоснованнее поставленные цели и реальные меры, направленные на их достижение.

Так как руководитель в своей работе опирается на информацию о состоянии объекта и создает в результате своей деятельности новую командную информацию с целью перевода управляемого объекта из фактического состояния в желаемое, то информацию условно считают предметом и продуктом управленческого труда.

Информационное обеспечение - это часть системы управления, которая представляет собой совокупность данных о фактическом и возможном состоянии элементов производства и внешних условий функционирования производственного процесса и о логике изменения и преобразования элементов производства.

При характеристике информации в системе управления выделяются две

ее части [22, с. 45]:

1. Первичные элементы информации (данные), которые могут быть присущи всем объектам определенного класса и различаются лишь количественным выражением.
2. Схемы классификационных связей, которые отражают логику изменений в производственном процессе и обосновывают направления преобразования информации (информационной модели).

Они в большей мере связаны со спецификой объекта. Это позволяет выделить два уровня характеристик информационного обеспечения:

- элементный, т.е. совокупность данных, характеристик, признаков;
- системный, т.е. воспроизводящий взаимосвязи и зависимости между классификационными группами информации, реализуемый в виде информационных моделей.

Для анализа информационного обеспечения наибольшее значение имеет выделение следующих разновидностей информации (табл. 1).

Таблица 1

Классификация видов информации [9, с. 28]

Классификационный признак	Вид информации
В зависимости от описываемых процессов	Производственно-экономическая; технико-технологическая; организационная, социальная; информация о внешних хозяйственных связях
По отношению к управляемому объекту	Внешняя; внутрипроизводственная
По роли в процессе управления	Директивная; нормативная; плановая; аналитическая
По степени обновляемости и порядку обновления	Постоянная; переменная; длительного хранения; оперативная; циклическая; периодическая
По степени агрегирования	Простая; интегрированная; усредненная и т.п.
По степени преобразования	Первичная; производная; обобщенная
По степени обработки	Бухгалтерская; статистическая; оперативно-производственную и т.п.

При организации информационного обеспечения принципиальное значение имеет распределение информации на прямую, т.е. командную, исходящую от управляющей системы, и обратную, отражающую реакцию управляемого объекта на происходящие изменения и реализуемые решения.

Процесс формирования информационного обеспечения включает несколько этапов (табл. 2).

Таблица 2

Этапы формирования информационного обеспечения [19, с. 66]

Этап формирования информационного обеспечения	Характеристика
Описание состояния объекта	Предполагает набор технико-экономических показателей и параметров, характеризующих управляющую и управляемую систему, с соответствующей классификацией этих показателей
Формирование частных статических моделей	Моделирование классификационных связей в информационных массивах с выделением причинно-следственных зависимостей
Обоснование тенденций количественного и качественного изменения в производстве	Отражение в информационных моделях динамики отдельных элементов и процессов. Количественное изменение предполагает корректировку информации, а качественное изменение - ее частичную или полную перестройку
Интегрирование информационной модели процесса производства	Отражает взаимосвязь и динамику локальных процессов и всего производства

Порядок формирования определяет подход к анализу состава информации. Организация информации в значительной степени предопределяет порядок ее хранения, регистрации, обновления, передачи и использования. Четкая организация банков данных позволяет более полно обосновать направления движения, интенсивность потоков, закономерности ее преобразования, методику запросов и получения.

Таким образом, система информационного обеспечения - это совокупность данных о целях, состоянии, направлениях развития объекта и окружающей его среды, организованная во взаимосвязанных потоках сведений. Эта система включает методы получения, хранения, поиска, обработки данных и выдачи их пользователю [5, с. 54].

К организации информационного обеспечения предприятия предъявляется ряд требований. Это аналитичность информации, ее объективность, единство, оперативность, рациональность.

Смысл первого требования заключается в том, что вся система экономической информации независимо от источников поступления должна соответствовать потребностям руководителя, т.е. обеспечивать поступление данных именно о тех направлениях деятельности и с той детализацией, которая в этот момент нужна руководителю для всестороннего изучения экономических явлений и процессов, выявления влияния основных факторов и определения внутрихозяйственных резервов повышения эффективности производства. Поэтому вся система информационного обеспечения должна постоянно совершенствоваться [24, с. 114].

Это очевидно в сегодняшней практике организации учета, планировании и статистики на предприятии. Там постоянно пересматриваются формы документов, их содержание, организация документооборота, появляются принципиально новые формы накопления и сохранения данных (имеется в виду компьютерная техника). Все изменения диктуются не только собственно требованиями учета или планирования. Они в значительной степени подчинены необходимости информационного обеспечения для выработки управленческих решений [21, с. 112].

Экономическая информация должна достоверно, объективно отражать исследуемые явления и процессы. Иначе выводы, сделанные по результатам анализа, не будут соответствовать действительности, а разработанные аналитиками предложения не только не принесут пользы предприятию, но могут оказаться вредными.

Следующее требование, предъявляемое к организации информационного потока, - это единство информации, поступающей из разных источников (планового, учетного и внеучетного характера). Из этого принципа вытекает необходимость устранения обособленности и дублирования разных источников информации. Это означает, что каждое экономическое явление, каждый хозяйственный акт должны регистрироваться только один раз, а полученные результаты могут использоваться в учете, планировании, контроле и анализе.

Одно из требований к качеству информации - это обеспечение ее

сопоставимости по предмету и объектам исследования, периоду времени, методологии исчисления показателей и ряду других признаков.

И наконец, система информации должна быть рациональной (эффективной), то есть требовать минимума затрат на сбор, хранение и использование данных. С одной стороны, для комплексного анализа любого экономического явления или процесса требуется разносторонняя информация. При ее отсутствии анализ будет неполным. С другой стороны, излишек информации удлиняет процесс ее поиска, сбора и принятия решений. Из данного требования вытекает необходимость изучения полезности информации и на этой основе совершенствование информационных потоков путем устранения лишних данных и введения нужных.

Таким образом, информационная система должна формироваться и совершенствоваться с учетом перечисленных выше требований, что является необходимым условием повышения действенности и эффективности управления.

Получение информации не является самой целью бизнеса. Целями, как правило, можно назвать выживание и получение прибыли. Информационная система управления является кровеносной системой, обеспечивающей достижение целей компании путем доставки организованной, четко структурированной и своевременной информации [7, с. 44].

Кроме того, нередко отсутствует стратегическое планирование с эффективным контролем.

Иными словами, для успешного развития нужна комплексная система управления, объединяющая все аспекты менеджмента, а не одну бухгалтерию. И это не только технологические задачи. Это, во-первых, проблемы постановки регулярного менеджмента и, во-вторых, - проблемы выбора и порядка внедрения информационной системы.

При выборе и внедрении системы необходимо решить технические, административные и организационные задачи. Информационная система есть плод совместных усилий поставщика и персонала компании. При выборе

программно-аппаратных платформ и отдельных бизнес приложений должны применяться непротиворечивые, согласующиеся технологии.

Информационная система управления должна обладать следующими свойствами [6, с. 86]:

1) Сохранение инвестиций. Внедрение и эксплуатация системы всегда предусматривает расходы, выходящие за рамки стоимости «коробки» и договора. Необходимо учитывать позиции разработчика на рынке, его техническую политику в отношении инноваций. Имеет значение и стоимость самой базы данных. Второй аспект - техническая реализация в разработке преимуществ, предоставляемых системой управления базами данных: объектно-ориентированный подход, модульная структура и т.д.

2) Надежность - во-первых, гарантированная сохранность и доступность данных при любых технических неполадках, во-вторых, обеспечение эффективной защиты данных от несанкционированного доступа.

3) Возможность роста - масштабируемость, расширяемость, модульность, разработка модулей на заказ.

4) Степень автоматизации различных видов деятельности - полнота автоматизации всех видов деятельности, а не только бухгалтерии.

5) Интуитивность интерфейса - возможность пользователя разобраться в интерфейсе без описания.

6) Возможности интеграции с электронным документооборотом - реализация функции документооборота в системе или возможность интеграции с внешней системой документооборота

7) Адаптированность к бизнесу клиента - степень согласования свойств системы с нуждами клиента при завершении расчетов с поставщиком.

8) Доступность по цене.

В настоящее время мы наблюдаем бурное развитие информационных технологий и программных средств в сфере гостиничного и туристического бизнеса. Это обуславливается тем эффектом, который можно получить при их правильном использовании. Современные информационные технологии

позволяют организовать работу предприятия с максимальной эффективностью.

Вопрос комплексной автоматизации процессов бронирования, расчетов с гостями, агентами, туроператорами и хозяйственной деятельности становится все более актуальным для российских гостиниц.

Зачастую гостиницы идут по пути разработки собственных заказных АСУ. Однако этот путь, сыгравший свою определенную роль в решении проблем многих гостиниц, в долгосрочном плане оказался малоэффективным - развивать и даже нормально поддерживать заказные системы на фоне возросших цен становится экономически невыгодно. Кроме того, есть еще несколько серьезных причин подойти к вопросу автоматизации серьезно, то есть со стороны использования стандартных продуктов [12, с. 137]:

1) Стандартная система накапливает в себе положительный опыт эксплуатации в десятках и сотнях гостиниц. Ее внедрение может потребовать некоторых изменений в технологии работы вашей гостиницы, но это обязательно даст положительный эффект в дальнейшем;

2) Стандартная система обязательно поддерживается фирмой-производителем - вы не попадете в ситуацию, когда увольняется главный программист и вы остаетесь наедине со своими проблемами; вы работаете не с конкретными лицами, а с фирмой;

3) Стандартная система развивается вместе с развитием рынка и информационных технологий - у вас есть возможность усовершенствовать систему по мере необходимости, перейдя на использование более новой версии программного обеспечения (стоимость которой значительно ниже, чем при первой покупке);

1.2 Автоматизированные системы управления и их роль в гостиничном бизнесе

Организовать работу гостиничного комплекса с максимальной эффективностью и в соответствии с современными мировыми требованиями

можно только с использованием современных компьютерных технологий. Автоматизацией управления гостиничными комплексами занимались еще несколько десятилетий назад в эпоху создания первых автоматизированных систем управления предприятием. К настоящему времени разработано достаточно много различных систем управления гостиницей как зарубежных, так и отечественных, среди которых можно выбрать наиболее подходящую. При необходимости всегда можно сделать необходимые доработки с учетом особенностей конкретной гостиницы [25, с. 84].

Автоматизированная система управления (АСУ) гостиницы - это специализированный пакет программ, обеспечивающий работу гостиничного персонала на своих рабочих местах и оперативное принятие решений на всех этапах технологического цикла, от резервирования мест до получения отчета по деятельности гостиницы [23, с. 89].

АСУ гостиницы имеет интерфейс с программами, автоматизирующими смежные департаменты, или со смежными программами - бухгалтерской программой, АСУ ресторана, телефонным тарификатором, системой контроля доступа и, конечно, с системой удаленного бронирования. Эти системы, или подразделения, работают не изолированно; друг от друга, а обмениваясь информацией между собой.

Информация может быть в виде документации на бумаге в электронном виде. Таким образом, АСУ гостиницы – это [17, с. 136]:

- способ накопления и источник получения полной временной информации о госте и текущем состоянии гостиницы, поступающей из смежных систем (подразделений) в удобной форме, а следовательно, основа информационной системы отеля;
- инструмент и средство управления и быстрого реагирования на постоянно меняющиеся ситуации в гостинице и на рынке;
- способ повышения уровня сервиса для гостей и качества работы персонала;
- система автоматизации всех этапов работы с гостем - от приема заявки до

окончательного расчета;

- возможность эффективного использования номерного фонда и других элементов гостиницы, а, следовательно, и увеличения ее доходов;
- инструмент кадровой политики, позволяющий четко разграничивать права персонала в системе и контролировать действия отдельных сотрудников;
- новые возможности в области управления и сервиса, ибо накопленные данные становятся бесценным капиталом для гостиницы. Базы данных «истории гостя» позволяют поощрять постоянных клиентов, точно изучать целевой рынок гостиницы, прогнозировать спрос на услуги, проводить эффективную маркетинговую и кредитную политику.

В единое информационное поле современной гостиницы интегрированы автоматизированная система управления (АСУ) гостиничным бизнесом, комплексы систем безопасности, жизнеобеспечения, информатизации по технологии Клиент-сервер [1, с. 156].

В этот комплекс входят модули систем управления службой приема и размещения (АРМ-портъе); управления качеством обслуживания; оптимизации прибыли; централизованного бронирования и централизованной информации по клиентам; управления продажами и мероприятиями; автоматизации рабочих мест (администратора номерного фонда, дежурных по этажу, службы горничных, информационно-справочной и других служб); интернет-решения.

АСУ гостиничным хозяйством согласованно работает с различными «смежными» программно-аппаратными комплексами – бухгалтерской системой и системой складского хозяйства, АСУ ресторана и минибаров, системой удаленного бронирования, управления группой гостиниц, системой контроля доступа и др. Все они объединяются в единую локальную компьютерную сеть.

Не менее важной составляющей современной гостиницы является комплекс взаимоувязанных систем управления инженерным оборудованием здания, обеспечивающих комфортную и безопасную среду обитания, максимально отвечающую потребностям пользователей и владельцев при одновременной минимизации расходов на ее поддержание.

Как правило, в гостинице имеется около 30 связанных между собой инженерных подсистем, стоимость которых может колебаться в диапазоне от 30 до 50% общей стоимости строительства [15, с. 118].

В современных гостиницах управление всеми системами, в том числе и удаленными объектами, ведется из центрального диспетчерского пункта. Это обеспечивает получение оперативной информации о состоянии и параметрах функционирования оборудования инженерных систем, повышает уровень безопасности за счет оперативного реагирования при нештатных ситуациях и уменьшает риск чрезвычайных ситуаций из-за прогнозирования и заблаговременного предупреждения отказов подсистем, а также исключения «человеческого фактора» в момент ЧП. Благодаря оптимальному управлению и обслуживанию, автоматическому документированию принятых решений увеличивается срок службы оборудования, появляется возможность в кратчайшие сроки производить его замену или модификацию, ремонтные и регламентные работы [13, с. 40].

Эффективная система управления исключает непроизводительную работу оборудования и сокращает тем самым энергопотребление. Поскольку количество обслуживающего персонала уменьшается за счет модульности всех систем, возможностей их электронной самодиагностики и автоматического анализа неисправностей, затраты на техническую эксплуатацию резко снижаются. Ведется автоматизированный коммерческий и технический учет энергоресурсов. Помимо этого, система имеет высокую наращиваемость.

Ключевая роль в современной гостинице отводится безопасности – надежной защите жизни и здоровья посетителей и персонала, товарных, материальных и информационных ресурсов, находящихся в зданиях и на территории отеля, от различных видов внешних и внутренних угроз. Элементы комплексной системы безопасности (КСБ) выполняют профилактическую функцию [14, с. 179].

Первые автоматизированные системы управления гостиниц появились в 1975 г. на Западе. Затем были годы разработки и развития систем, накопления

значительного опыта внедрения и эксплуатации их в тысячах гостиниц по всему миру. Сегодня западные системы отличаются высокой функциональностью и «зрелостью», имеют богатые возможности, многолетний опыт эксплуатации, и, хотя, согласно исследованию компании «Microsoft», цена таких систем высока, 60-70 % всех гостиниц на Западе используют эти передовые высокоэффективные технологии управления. Это вызвано нарастающими темпами технологического прогресса: если раньше гостиницы меняли технологическое оснащение в среднем каждые 7-9 лет, то сегодня - каждые 3-5, и тенденция сокращения этого срока продолжается [11, с. 73].

Заложенная гибкость настройки западных АСУ позволяет им адаптироваться к особенностям российских требований. Сегодня на нашем рынке представлено несколько таких систем, они эксплуатируются в гостиницах, находящихся в совместном управлении с западными партнерами и входящими в гостиничные цепочки.

Заказные системы в России разрабатывались в условиях, когда внутренняя структура большинства отелей была более или менее однотипной, а законодательство почти не менялось. Такие системы учитывали интересы конкретного отеля, постепенно автоматизируя отдельные участки работы. Поддерживать такую систему в условиях меняющегося законодательства и постоянных нововведений в гостиничном бизнесе трудно. Именно поэтому от заказных систем отказываются, разрабатывая и применяя в основном типовые системы [18, с. 161].

На сегодняшний день на предприятиях гостеприимства в России используют несколько известных программ для гостиничных предприятий: Fidelio, Lodging Touch, Horse 21, характерных и для мировых гостиниц, а также Hotel - 2000, Эдельвейс, характерных только для России.

Наиболее распространенная система обслуживания в нашей стране - система Fidelio, она полностью русифицирована и адаптирована для российского рынка. Как правило, она устанавливается гостиницами совместно с популярно расчетно-кассовым комплексом Micros. Дополнительно могут

устанавливаться программа автоматизации финансово-хозяйственной деятельности, программа организации отдела продаж и маркетинга, программа главного инженера. Все программы работают как единая интегрированная система в операционной среде DOS.

Если проводить общий анализ представленных программных аппаратно-программных разработок, то следует отметить, что преобладающее большинство построено на базе Microsoft SQL, и лишь Opera и Fidelio V8 для хранения баз используют Oracle.

Практически у всех разработок клиентская часть основана на базе тонкого клиента, что позволит снизить затраты на рабочие станции в подразделениях отеля. Если рассматривать структурный состав программных комплексов, то здесь следует отметить схожую направленность в реализации.

Как правило, автоматизированная система управления гостиницы включает в себя следующие элементы [10, с. 129]:

1) Система front-office:

- система управления гостиницей;
- система управления ресторанами;
- система центрального бронирования и интернет-бронирования;
- интерфейсы с внешними приложениями, такими как электронные ключи и управление телефонными сервисами;

2) Система back-office:

- выгрузка в модули бухгалтерского учета и платежей;

3) Система анализа и управления отелем: система корпоративного управления и бизнес-аналитики.

Проблема автоматизации является на сегодня самым важным вопросом для большинства российских гостиниц. Процесс автоматизации гостиничного сервиса представляет собой цепочку взаимосвязанных действий [16, с. 138]:

1 этап: Осознание потребности автоматизации производства. На данном этапе необходимо понять важность стоящей проблемы, сформулировать цели и задачи проекта автоматизации, чтобы затем четко определить направления

возможного усовершенствования.

2 этап: Поиск и анализ всей информации о представленных на российском рынке современных технологиях. Определение формы собственности на приобретаемые системы.

3 этап: Выбор системы. Критерии выбора зависят от потребностей и возможностей предприятия. Наиболее распространенными требованиями при отборе систем являются ее стоимость, уровень сервиса (сопровождения), применимость на определенном рынке, оперативность выполняемых действий, функциональные возможности и т.д. Деление критериев на группы. Расчет показателей эффективности внедрения информационной системы на объекте, оценка рисков, с которыми гостиница может столкнуться в ходе ее эксплуатации.

4 этап: Планирование. Определение потребности в ресурсах, требующихся для внедрения системы.

5 этап: Поиск организаций. Заключение договоров. Процесс внедрения систем, новых технологий, обучение сотрудников.

1.3 Нормативно-правовое регулирование использования информационных технологий в гостиничном бизнесе

Источниками правового регулирования отношений в области создания и применения автоматизированных информационных систем, информационных технологий, средств связи и телекоммуникаций в гостиничном бизнесе являются Конституция РФ, Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации» (гл. 4 «Информатизация. Информационные системы, технологии и средства их обеспечения»), Гражданский кодекс РФ, федеральные законы «О лицензировании отдельных видов деятельности», «О связи».

Согласно ст. 29 Конституции РФ, каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым

законным способом.

Основным нормативно-правовым актом, регулирующим отношения в сфере информационных систем и технологий, является Федеральный Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» принятым Государственной Думой 8 июля 2006 года [3, с. 181].

Федеральным законом «Об информации, информатизации и защите информации» определено понятие «информационная система» - организационно упорядоченная совокупность документов (массивов документов) и информационных технологий, в том числе с использованием средств вычислительной техники и связи, реализующих информационные процессы.

К информационным системам относятся и автоматизированные информационные системы разного вида.

В первую очередь это Интернет, а также автоматизированные системы управления (АСУ), автоматизированные системы обработки данных (АСОД), автоматизированные системы научно-технической информации (АСНТИ) и т.п., банки данных, базы знаний, экспертные системы, информационно-вычислительные системы, информационно-телекоммуникационные системы и сети, системы связи и телекоммуникации, а также средства обеспечения этих систем и технологий.

Основные технические средства - средства вычислительной техники, копировально-множительная техника, оргтехника, средства связи и телекоммуникаций и др.

Программные средства - операционные системы, прикладные программы, программные средства телекоммуникации, другие программные средства.

Лингвистические средства - словари, тезаурусы, классификаторы, другие лингвистические средства, организационно-правовые средства - нормативные правовые и правовые акты, нормативно-технические документы, положения, уставы, должностные инструкции.

Классификация информационных технологий и средств их обеспечения

[2, с. 91]:

- 1) Автоматизированные информационные системы, их сети: банки данных, базы данных, базы знаний, экспертные системы, автоматизированные системы управления, системы автоматизированного проектирования, автоматизированные системы обработки данных, автоматизированные системы научно-технической информации, информационно-вычислительные системы, информационные сети.
- 2) Технические средства: средства вычислительной техники, копировально-множительная техника, оргтехника, средства связи, средства телекоммуникации, другие технические средства.
- 3) Программные средства: операционные системы, прикладные программы
- 4) Лингвистические средства: словари, тезаурусы, классификаторы
- 5) Организационно-правовые средства: положение, устав, порядок реализации функций и задач, должностные инструкции, порядок применения, пользования системой, нормативно-технические документы
- б) Технологическое обеспечение: информационные технологии, инструкции, правила субъектов в данной области можно разделить на две группы: а) субъекты, организующие и осуществляющие разработку информационных систем, информационных технологий и средств их обеспечения; б) субъекты, эксплуатирующие перечисленные объекты.

Федеральным законом от 04.05.2011 г. № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» установлен перечень видов деятельности, на осуществление которых требуются лицензии, в частности: деятельность по распространению шифровальных средств; техническому обслуживанию шифровальных средств; предоставление услуг в области шифрования информации.

Отношения, возникающие при разработке и внедрении информационных систем, технологий и средств их обеспечения, регулируются нормами гражданского законодательства, Гражданским кодексом РФ.

В соответствии с Гражданским кодексом РФ, информация может являться

объектом публичных, гражданских и иных правовых отношений. Информация может свободно использоваться любым лицом и передаваться одним лицом другому лицу, если федеральными законами не установлены ограничения доступа к информации либо иные требования к порядку ее предоставления или распространения [4, с. 134].

Информационные правоотношения в области связи регулируются Федеральным законом от 07.07.2003 г. № 126-ФЗ «О связи». Связь является неотъемлемой частью производственной и социальной инфраструктуры Российской Федерации и функционирует на ее территории как взаимоувязанный производственно-хозяйственный комплекс, предназначенный для удовлетворения нужд граждан, органов государственной власти (управления), обороны, безопасности, охраны правопорядка в Российской Федерации, физических и юридических лиц в услугах электрической и почтовой связи (услуги связи - продукт деятельности по приему, обработке, передаче и доставке почтовых отправлений или сообщений электросвязи). Средства связи вместе со средствами вычислительной техники составляют техническую базу обеспечения процесса сбора, обработки, накопления и распространения информации. Развитие и обеспечение устойчивой и качественной работы связи являются важнейшими условиями развития общества и деятельности государства в информационной сфере [22, с. 81].

Глава 2 Анализ и оценка системы информационного обеспечения

деятельности гостиницы «РУД» г. Краснодар

2.1 Общая организационно-экономическая характеристика исследуемого объекта

Гостиница «РУД» расположена в г. Краснодаре в 300 метрах от торгово-развлекательного центра «Красная площадь» и является ближайшей к спорткомплексу «Баскет-холл». Адрес: Краснодар, ул. Стадионная, 4.

Гостиница имеет удобные подъездные асфальтированные пути и благоустроенную, освещенную территорию, площадку для парковки автотранспорта.

Деятельность предприятия строится согласно следующим нормативным документам:

- ГОСТ Р 50644–94 «Туристско – экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»;
- ГОСТ Р 50690–2000 «Туристские услуги. Общие требования»;
- ГОСТ Р 51185–98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования»;
- Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей»;
- Правила пожарной безопасности в Российской Федерации ППБ-01–03;
- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации.

В соответствии с уставом основной целью деятельности гостиницы является предоставление гостиничных услуг и обеспечение максимальной экономической эффективности коммерческой деятельности предприятия на рынке гостиничных услуг. Для достижения поставленных целей имеется необходимая материальная база.

Полное название предприятия: Общество с ограниченной ответственностью «РУД».

ООО «РУД» имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, может от своего имени

приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

ООО «РУД» может иметь гражданские права и нести гражданские обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных федеральными законами, если это не противоречит предмету и целям деятельности, определенно ограниченным уставом общества.

Организационная структура гостиничного предприятия формируется исходя из требований долговременного обеспечения его конкурентоспособности, экономической эффективности, целесообразности и рациональной кооперации.

Организационная структура гостиницы является отражением полномочий и обязанностей, которые возложены на каждого ее работника. Права и обязанности руководства определяются, исходя из потребности удовлетворения желаний клиентов через имеющиеся возможности и ресурсы. Оперативные решения, обусловленные необходимостью удовлетворения потребностей клиентов, опираются на строго зафиксированную управленческую иерархию. Ответственность за принятие управленческих решений лежит на высшем звене управления. Подразделения являются функциональными звеньями, каждое из которых использует свою специфическую технологию, но все вместе они имеют одну цель - удовлетворение потребностей клиентов.

Организационная структура гостиницы «РУД» (рис. 1) относится к функциональной структуре управления. Это определяется тем, что вся гостиничная деятельность, а также внутренние процессы разделены по направлениям, каждое из которых возглавляет функциональный руководитель. Такими направлениями являются – организация приёма и размещения гостей, организация питания в гостинице. Функциональные руководители гостиницы (менеджеры) не вмешиваются в дела друг друга, а их деятельность координируется директором гостиницы или его заместителем.

В гостинице «РУД» существуют службы, во главе которых стоит свой директор. Например, питания, обслуживания номерного фонда, хозяйственная

и др., где менеджер организует работу своих подчинённых. Они же, в свою очередь, предоставляют ему все отчёты о своей работе.

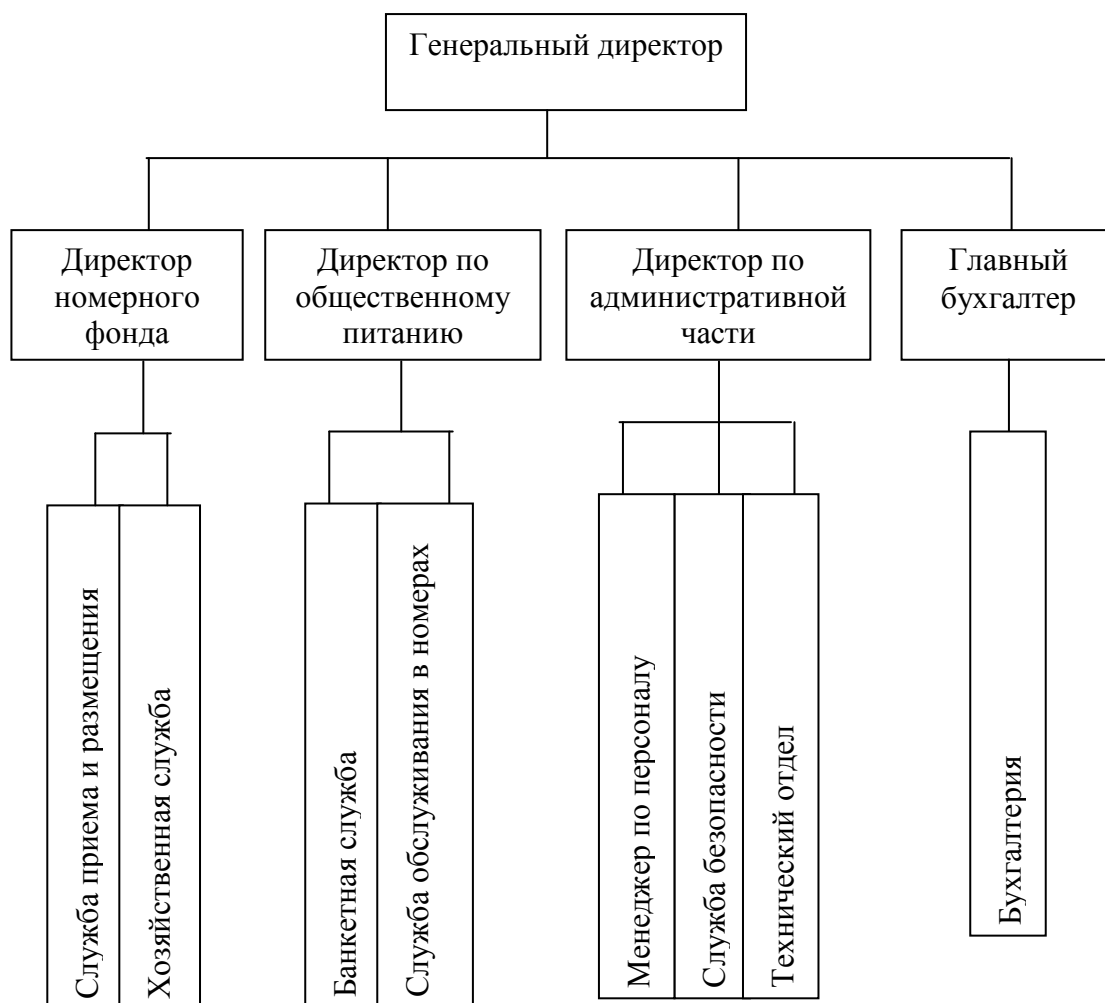


Рис. 1. Организационная структура гостиницы «РУД»¹

Директор каждой из служб должен составить отчёт о работе своих подчинённых и доложить обо всём своему вышестоящему органу, т.е. генеральному директору гостиницы. Главным недостатком использования функциональной структуры является тот факт, что она делит единые процессы на множество различных операционных отрезков, что, с одной стороны, способствует повышению эффективности их выполнения, однако ведёт к снижению эффективности выполнения процесса в целом. Это является следствием нарушения или ослабления взаимодействия функциональных подразделений.

¹ Схема составлена автором

Генеральный директор осуществляет руководство текущей деятельностью общества в соответствии с действующим законодательством и Уставом.

На генеральном директоре лежит решение огромного числа задач: принятие ориентированных на выбранный сегмент рынка решений, направленных на удовлетворение потребностей клиентов, определение общих направлений политики предприятия в рамках поставленных целей и задач, в том числе проведение финансовой политики, к которой могут быть отнесены такие вопросы, как определение лимитов расходов на содержание персонала, предельных ассигнований на административные и хозяйственные нужды.

Генеральный директор имеет трех заместителей по номерному фонду, по питанию и административной части. Директору номерного фонда подчинены служба приема и размещения, хозяйственная служба (горничные и уборщики общественных помещений, прачечная). Директору по общественному питанию подчинены кухня, рестораны, бары, банкетная служба, служба обслуживания в номерах. Директору по административной части подчиняются менеджер по персоналу, служба безопасности, технический отдел. Бухгалтерия ведет бухгалтерский учет и отчетность.

Директор номерного фонда несет ответственность за создание основных гостиничных услуг и поддержание номерного фонда в соответствии с принятыми на предприятии стандартами.

В функции службы приема и размещения входит бронирование, регистрация, распределение номеров, взимание платы за проживание, ведение необходимой документации и поддержание в порядке базы данных.

Служба горничных является в большинстве случаев наиболее функционально значимым подразделением. Это подразделение отвечает за уборку номеров, холлов, туалетов, коридоров, внутренних помещений, в которых осуществляется прием и обслуживание клиентов. Горничные превращают использованный продукт, каким является гостиничный номер после отъезда гостей, в готовый для последующей реализации чистый и

уютный номер.

Директор по общественному питанию руководит подразделениями общественного питания, включающие в себя кафе-бар, подразделение по обслуживанию банкетов и конференций, а также пищеблок (кухню). Руководитель службы общественного питания составляет меню, обеспечивает поставку необходимых исходных продуктов, распределяет по участкам обслуживающий персонал, контролирует качество готовой продукции и обслуживания, соблюдая притом разумный режим экономии.

Менеджер по персоналу решает вопросы подбора, расстановки и повышения квалификации кадров. В его обязанности также входит ведение личных дел всех сотрудников гостиницы.

Служба безопасности поддерживает порядок и безопасность, так как гостиница несет ответственность за обеспечение безопасности своих клиентов.

Показатели по численности персонала устанавливаются ежегодно на основе нормативов численности. Численность персонала гостиницы на 1 января 2017 года составила 22 человека.

Структура персонала по полу, образованию и возрасту представлена на рис. 2, 3, 4.



Рис. 2. Структура персонала по полу, %²

Большинство обслуживающего персонала - женщины. Но в таких отделах как, например, служба безопасности, технический отдел, весь состав -

² Диаграмма составлена автором

мужчины.

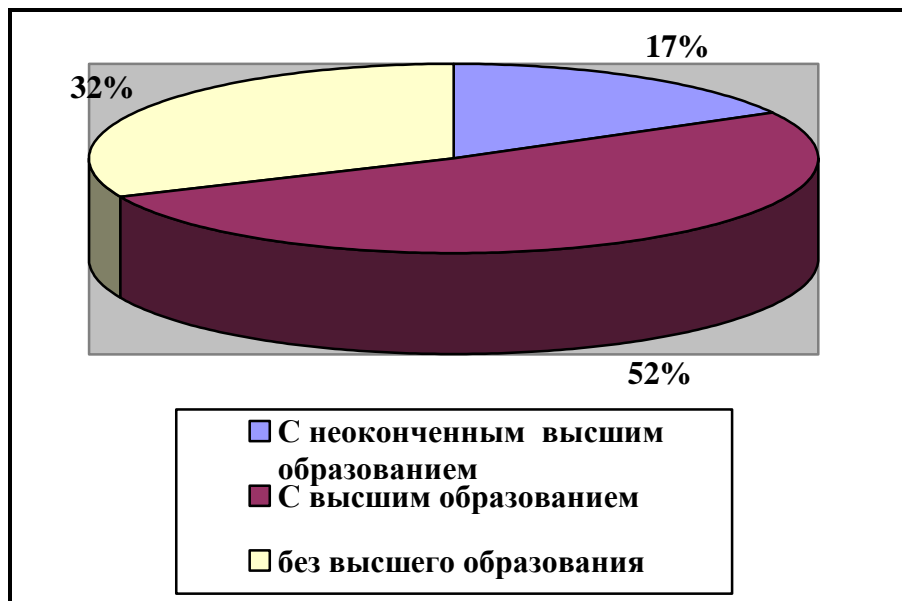


Рис. 3. Структура персонала по образованию, %³

Гостиница «РУД» придерживается политики привлечения молодых специалистов. Необходимые требования при этом - опыт работы и знание иностранного языка. Хотя многие сотрудники имеют (или скоро будут иметь) высшее образование, это образование не всегда по профилю, и иногда не имеет никакого отношения к деятельности гостиницы.

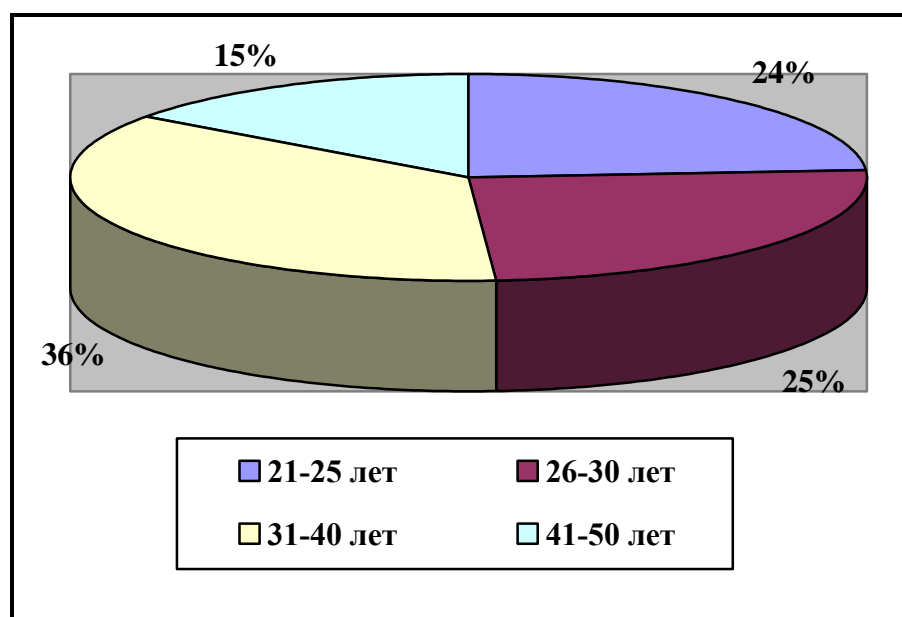


Рис. 4. Структура персонала по возрасту⁴

³ Диаграмма составлена автором

⁴ То же

Средний возраст работающих – 31,8 года является оптимальным для решения бизнес-задач, стоящих перед мини-отелем «РУД».

Финансовое состояние - важнейшая характеристика деятельности предприятия. Оно определяет конкурентоспособность предприятия и его потенциал в деловом сотрудничестве, является гарантом эффективной реализации экономических интересов всех участников финансовых отношений: как самого предприятия, так и его партнеров.

Финансовый анализ представляет собой процесс, основанный на изучении данных о финансовом состоянии и результатах деятельности гостиничного предприятия в прошлом, с целью оценки перспективы его развития.

Горизонтальный анализ отчета о прибылях и убытках (табл. 3) предполагает последовательное изучение всех статей отчета. Анализ начинается с изучения выручки как доходов по обычным видам деятельности и соответствующим им расходов - себестоимости проданной продукции; особое внимание уделяется тенденциям изменения этих показателей.

В целом происходит постепенное увеличение всех статей отчета:

- - увеличение выручки за 2015 год по отношению к 2014 году на 15 %, за 2016 год по отношению к 2015 – на 12 %. Абсолютный прирост за 2 года – 18 606 тыс.руб.
- - увеличение себестоимости за период на 7 845 тыс. руб., что составляет 29%.
- - общее незначительное увеличение коммерческих расходов (на 1,5 млн. руб. за период), управленческих – около 1 млн.руб. В 2016 году темпы роста коммерческих повысились и составили 123,47%, темпы роста управленческих снизились (97,64 %).
- - увеличение прибыли от продаж за период порядка 8 млн. руб., одновременно с этим замедление темпов роста. Прибыль за 2015 год увеличилась на 33 %, за 2016 – на 24 %.

Такая же динамика (незначительное отклонение вверх и вниз по годам, в

целом - увеличение) наблюдалась и по остальным статьям – операционным и внереализационным доходам и расходам.

Таблица 3

**Горизонтальный анализ отчета о прибылях и убытках отеля за период
2014 – 2016 г.⁵**

Статья отчета	Сумма, тыс. руб.			Изме- нение 2014 - 2015 гг.	Изме- нение 2015 - 2016 гг.	Темп роста 2014- 2015, %	Темп роста 2015- 2016, %
	На конец 2014 года	На конец 2015 года	На конец 2016 года				
I. Доходы и расходы по обычным видам деятельности							
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	63 683	73 328	82 289	9 645	8 961	115,15	112,22
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	26 813	31 615	34 658	4 802	3 043	117,91	109,63
Валовая прибыль	36 870	41 713	47 631	4 843	5 918	113,14	114,19
Коммерческие расходы	10 018	9 417	11 627	601	2 210	94,00	123,47
Управленческие расходы	14 325	15 626	15 258	1 301	-368	109,08	97,64
Прибыль (убыток) от продаж	12 527	16 670	20 746	4 143	4 076	133,07	124,45
II. Операционные доходы и расходы							
Проценты к уплате	553	417	689	136	272	75,41	165,23
Прочие операционные доходы	59	79	98	20	19	133,90	124,05
Прочие операционные расходы	815	718	842	97	124	88,10	117,27
III. Прочие доходы и расходы							
Прочие доходы	204	225	298	21	73	110,29	132,44
Прочие расходы	4 390	5 238	6101	848	863	119,32	116,48
Прибыль (убыток) до налогообложения	7 032	10 601	13 510	3 569	2 909	150,75	127,44
Прочие расходы за счет прибыли после налогообложения	409	891	989	482	98	217,85	111,00
Чистая прибыль (нераспределенная прибыль (убыток) отчетного периода)	6 623	9 710	12 521	3 087	2 811	146,61	128,95

⁵ Таблица составлена автором

Чистая прибыль выросла за период на 5 898 тыс. руб. и составила на конец 2016 года 12 521 тыс. руб. Темп роста за 2015 год составил 146,61 %. Это означает рост прибыли на 46 %. Затем происходит замедление темпов роста – 128,95 % за 2016 год.

Рентабельность характеризует результаты деятельности компании, отражают общую эффективность руководства в достижении показателя чистой прибыли, ожидаемой собственниками отеля. Чем выше значение, тем эффективнее работает организация. Коэффициенты рентабельности представлены в табл. 4.

Таблица 4

Динамика показателей рентабельности гостиницы «РУД» в 2014-2016 гг.⁶

Показатель	Год		
	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Коэффициент рентабельности реализации	0,027	0,035	0,043
Коэффициент рентабельности собственного капитала	0,016	0,023	0,029
Коэффициент рентабельности оборотного капитала	0,079	0,094	0,111
Рентабельность всего капитала	0,014	0,020	0,026

Рентабельность реализации определяет, сколько рублей прибыли получено организацией в результате реализации продукции на 1 рубль выручки. Рентабельность реализации увеличивается в течение ряда лет, максимальное значение рентабельности реализации составляет 4,3 %, минимальное – 2,7 %.

Рентабельность собственного капитала определяет эффективность использования собственного капитала организации. На каждый вложенный рубль собственного капитала приходится прибыль в размере 1,6 копеек в 2014 году, 2,3 копеек в 2015, 3 копеек в 2016 году.

Рентабельность активов отражает эффективность использования оборотного капитала организации. Он определяет, сколько рублей прибыли

⁶ Таблица составлена автором

приходится на 1 рубль, вложенный в оборотные активы. На каждый вложенный рубль оборотного капитала приходится прибыль в размере 8 копеек в 2014 году, 10 копеек в 2015 году и 11 копеек в 2016 году. Прослеживается увеличение по годам: на 2 копейки за 2015 год и на 1 копейку за 2016 год.

Экономическая рентабельность, или рентабельность совокупного капитала, характеризует потребность организации в необходимых денежных средствах для получения 1 руб. прибыли независимо от источников привлечения этих средств. Уровень конкурентоспособности определяется посредством сравнения рентабельности всех активов со среднеотраслевыми коэффициентами. Среднеотраслевой уровень рентабельности гостиничного бизнеса колеблется от 2 до 5%. Уровень рентабельности гостиницы не превышает среднеотраслевого, максимальное значение в 2016 году – 2,6 %.

2.2 Анализ и оценка качества предлагаемых гостиницей услуг

В целом номерной фонд гостиницы «РУД» насчитывает 26 жилых номеров различных категорий. Из них:

- 7 номеров категории «одноместный»;
- 10 номеров категории «двухместный стандарт»;
- 6 номеров категории «полулюкс»;
- 3 номера категории «люкс».

Оплата за одни сутки в соответствии с категорией номера составляет:

- «одноместный» - 1600 руб.
- «двухместный стандарт» - 2400 руб.
- «полулюкс» - 3700 руб.
- «люкс» - 4500 руб.

Все номера отеля оснащены шумоизоляционными пластиковыми окнами, поэтому никакой городской шум не потревожит покой клиентов. Интерьер каждого номера выдержан в современном стиле европейских мини-отелей.

Каждый номер, независимо от категории, оборудован санузлом с душем,

феном, телевизором (25 каналов спутникового телевидения), холодильником, телефоном и сплит-системой. Гостиница оснащена современной пожарной сигнализацией, а также системой видеонаблюдения. Клиенты имеют возможность воспользоваться ячейками для хранения ценностей, денег и документов.

Гостиница «РУД» оказывает качественные услуги по размещению, за многие годы существования ей доверяют, она имеет достаточно высокий статус в городе и ряд постоянных клиентов, которые приезжают из других стран и городов.

Гостиница «РУД» предлагает гостям следующие услуги:

1. Круглосуточный прием и размещение гостей.
2. Кафе-бар (большой выбор закусок и широкий ассортимент напитков, музыка, танцы, караоке).
3. Круглосуточная охрана.
4. Банкомат.
5. Круглосуточное обслуживание номеров.
6. Услуги экспресс-почты DHL.
7. Сауна.
8. Массажный кабинет.
9. Переговорная.
10. Заказ авиабилетов.
11. Индивидуальный сейф.
12. Предоставление электроприборов: чайник, фен, утюг.

Практически все номера отеля имеют следующее оборудование:

- Кондиционер с автономным контролем;
- Звуконепроницаемые стены и окна;
- Ванная и душ в номере;
- Одна кровать king-size или две отдельных кровати queen-size;
- Прямая телефонная связь;
- Телевизор с дистанционным пультом управления;

- Круглосуточное обслуживание номеров.

Гостям по их желанию предоставляется полный пансион (завтрак, обед и ужин). Завтрак входит в стоимость проживания. Время завтрака, обеда и ужина постоялец выбирает сам. В любое время можно заказать кофе, чай, напитки, холодные закуски.

Во время регистрации одновременно происходит множество событий:

- проверяется наличие брони;
- гость приветствуется;
- определяются или переоцениваются потребности гостя;
- проводится небольшая беседа; портье предлагает гостю дополнительные услуги;
- проверяется личность гостя, уточняется правильная запись имени и адреса;
- согласуется ожидаемая дата отъезда; заполняется регистрационная карта.

Загрузка отеля в 2016 году составила 63% и по сравнению с 2015 годом снизилась на 4%, при этом пик загрузки приходится на середину мая – конец октября месяца (рис. 5).

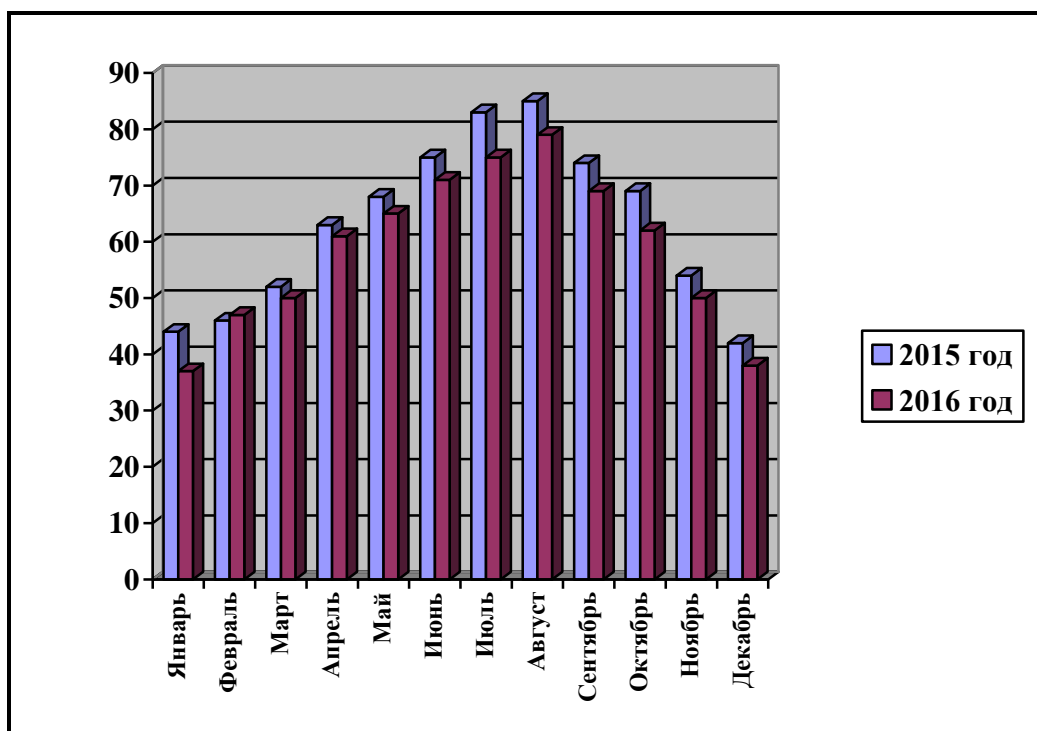


Рис. 5. Среднемесячная загрузка гостиницы «РУД» в 2015-2016 гг., %⁷

⁷ Диаграмма составлена автором

Проанализируем сбытовую политику гостиницы «РУД». Основной объем реализации услуг гостиницы «РУД» в 2016 году приходился на российских граждан (рис. 6).

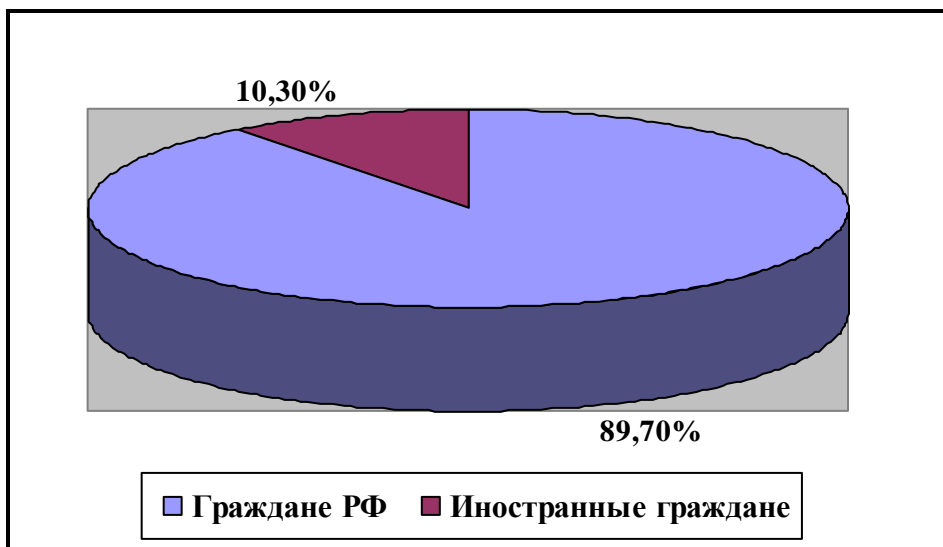


Рис. 6. Структура выручки гостиницы «РУД» в 2016 г. по группам клиентов⁸

Кроме того, нужно отметить, что в обоих случаях преобладает количество клиентов, прибывших индивидуально (рис. 7).

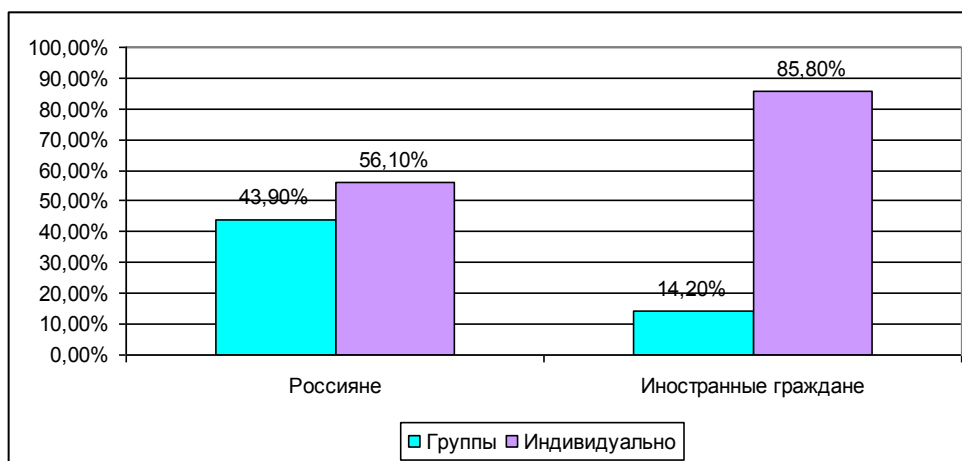


Рис. 7. Структура клиентов гостиницы «РУД» по размещению индивидуально или в группе в 2016 г.⁹

При этом нужно отметить, что количество клиентов из-за рубежа выше с

⁸ Диаграмма составлена автором

⁹ То же

точки зрения индивидуальных туристов, что во многом обусловлено тем, что эти туристы предпочитают отдыхать не в тургруппах.

Основные рынки в рамках РФ, формирующие клиентскую базу гостиницы «РУД» - это Москва, Сибирский и Уральский федеральные округа. Такая ситуация обусловлена тем, что именно с данными регионами на сегодняшний день осуществляются основные бизнес-коммуникации у компаний Краснодар, кроме того, активная работа турфирм Краснодар по привлечению туристов с Урала и Сибири привела к росту внутреннего туризма и притоку туристов именно из данных регионов.

В рамках СНГ традиционно тесные связи с тремя странами - Беларусью, Украиной и Казахстаном (рис. 8). Именно эти три страны формируют основной оборот торговли России со странами СНГ. Туристов, приезжающих из этих стран с деловыми целями гораздо меньше, чем из регионов России.

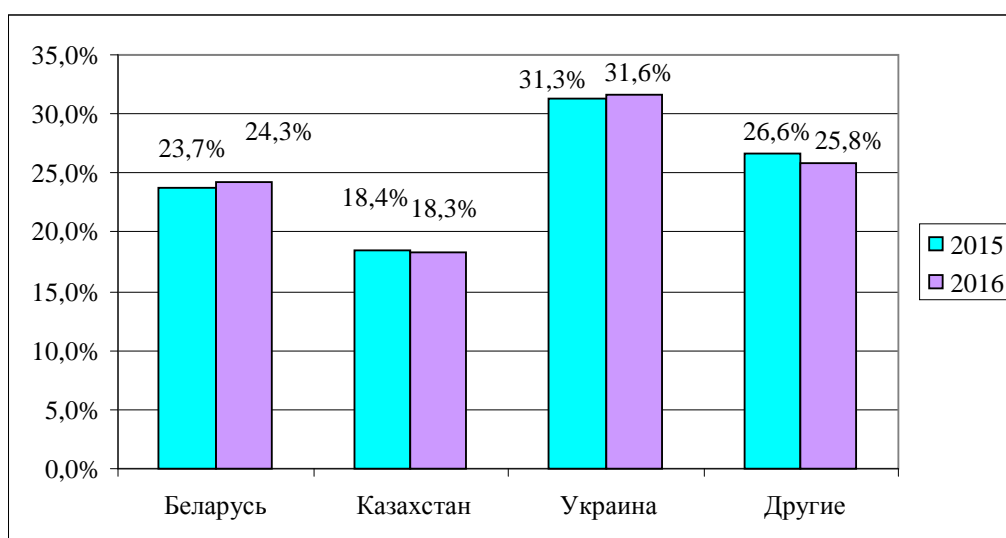


Рис. 8. Структура клиентов гостиницы «РУД» из СНГ по направлениям¹⁰

Как видно из диаграммы, происходят изменения в структуре клиентской базы, обусловленные, прежде всего, изменениями туристических потоков и увеличением деловой активности между регионами России и странами СНГ.

Изучение потребителей гостиничных услуг мини-отеля «РУД» проводилось с помощью специально разработанной анкеты. Анкетный опрос

¹⁰ Диаграмма составлена автором

осуществлялся в ходе выборочного обследования. Объем выборки – 50 человек.

В результате применения методов простой группировки и классификации были получены следующие данные (табл. 5).

Таблица 5

Результаты анкетирования клиентов гостиницы «РУД»¹¹

Характеристики клиентов	Численность от общего объема выборки, %
1. Пол:	
мужской	84%
женский	16%
2. Возраст:	
меньше 30 лет	22%
30 – 50 лет	67%
старше 50 лет	11%
3. Род деятельности:	
Служащий	53%
Бизнесмен	34%
Студент	13%
4. Уровень образования:	
Среднее	6%
Среднее специальное	37%
Высшее	47%
Другое	10%
4. Цель поездки:	
туризм	16%
спортивный отдых	23%
бизнес	17%
командировка	44%
5. Уровень дохода:	
минимальный размер заработной платы	18%
от 2 до 5 минимальных размеров зарплаты	62%
другое	20%

Большинство клиентов, останавливающихся в гостинице «РУД» являются мужчинами в возрасте от 30 до 50 лет. По роду деятельности большинство клиентов являются служащими с высшим образованием. Уровень дохода клиентов можно охарактеризовать как средний. Целью поездки чаще всего является командировка.

Постоянные клиенты получают право на 10 % скидку. При бронировании

¹¹ Таблица составлена автором

через сайт, предоставляется скидка в размере 5 % от стоимости проживания. Скидки до 15% при бронировании всего отеля, групповых визитов и корпоративных заказов. С туристическими компаниями, агентствами и туроператорами гостиница «РУД» взаимодействует на взаимовыгодных условиях. Также предоставляются личные скидки для сотрудников туристических компаний на гостиничные услуги.

Структура клиентской базы гостиницы «РУД» в 2015-2016 гг. с точки зрения заказа услуг представлена на рис. 9.

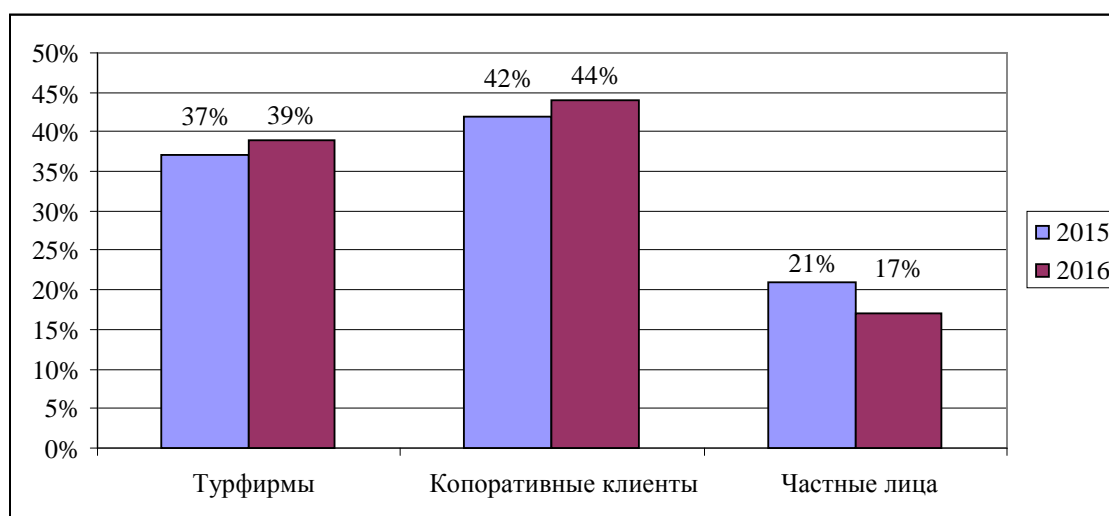


Рис. 9. Структура клиентов гостиницы «РУД» в 2015-2016 годы по способу заказа услуг¹²

Таким образом, можно говорить о том, что растет доля выручки, приходящаяся на турфирмы и корпоративных клиентов, что обусловлена активной работой по их привлечению.

Сравнение длительности пребывания клиентов в гостинице «РУД» в зависимости от направляющего рынка представлено в табл. 6. Как видно, в 2016 году распределение проживающих было типичным для гостиничного рынка Краснодара в целом – наибольшее количество гостей проживали в гостинице «РУД» 3 дня и менее, при этом рост длительности проживания в сторону более длительного отмечен в отношении гостей из Дальнего

¹² Диаграмма составлена автором

Зарубежья, что обусловлено более длительными турпоездками и деловыми поездками в Россию.

Таблица 6

Длительность пребывания клиентов в гостинице «РУД» в 2016 году в разрезе основных рынков сбыта, в %¹³

Проживающие в гостинице	РФ	СНГ	Дальнее зарубежье	Итого
3 дня и менее	83	77	73	82
Более 3-х дней	14	17	21	15
Более 10 дней	3	7	6	4
Итого	100	100	100	100

Выделим наиболее прибыльную категорию клиентов для гостиницы «РУД»: это жители России (преимущественно из Москвы и Сибирского и Уральского федерального округов), проживающие в гостинице около 3 дней, приезжающие индивидуально с деловыми (служебными) целями.

Также были выявлены критерии выбора гостиниц клиентами в целом. Были опрошены всего 100 человек, которые проживали в ноябре-декабре в гостиницах Краснодара (рис. 10).

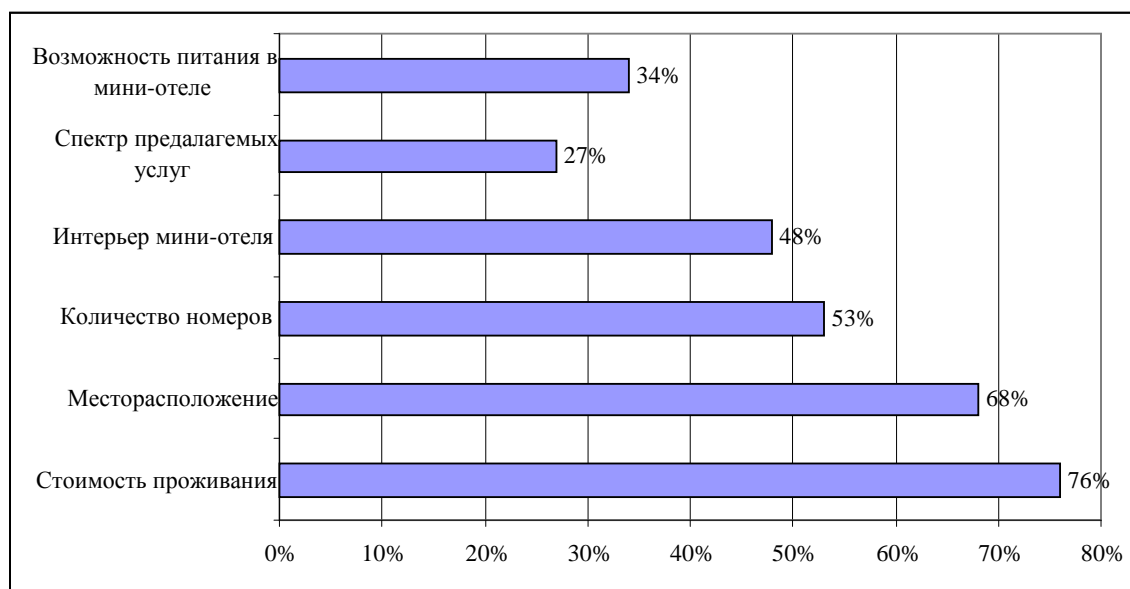


Рис. 10. Распределение респондентов по критериям выбора гостиниц¹⁴

¹³ Таблица составлена автором

¹⁴ То же

Как видно из рис. 10, наиболее значимы для выбора гостиницы стоимость проживания и месторасположение. Можно говорить о том, что гостиница «РУД» имеет выгодные цены и местоположение, т.е. привлекательна для потенциальных клиентов.

Также были выявлены источники информации о гостиницах (рис. 11).

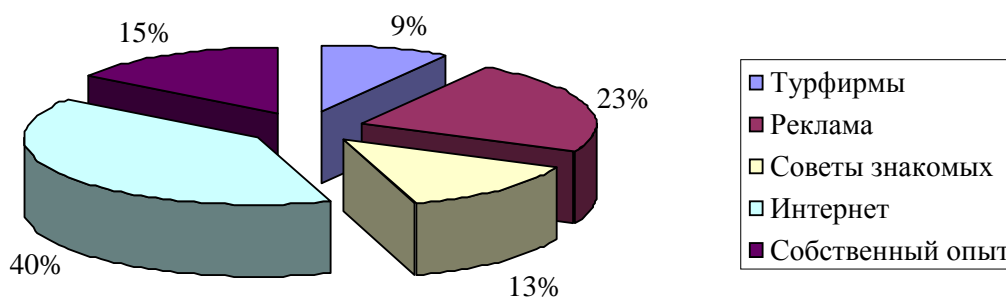


Рис. 11. Распределение респондентов по источникам информации о гостиницах¹⁵

Как видно, основные источники информации о гостиницах – это Интернет и реклама, поэтому гостинице «РУД» большое значение нужно уделять именно данным направлениям распространения рекламы.

Индексация степени удовлетворенности потребителя позволяет количественно оценить вклад различных составляющих качества в общее мнение потребителя о качестве исследуемого объекта. Для данной оценки необходимо определить важность составляющих качества работы по пятибалльной системе и важность по пятибалльной системе в порядке убывания степени важности (табл. 7).

Для расчета индекса потребительской удовлетворенности потребителям было предложено оценить:

- важность десяти предложенных составляющих работы гостиницы «РУД» по пятибалльной системе, показанной выше;
- качество этих составляющих по пятибалльной системе.

Исследование проводилось методом анкетирования. На вопросы ответило

¹⁵ Диаграмма составлена автором

32 человека.

Таблица 7

Важность составляющих качества работы по пятибалльной шкале¹⁶

Степень удовлетворенности потребителя качеством исполнения	Оценка	Балл
Полностью неудовлетворен	Плохо	1
Неудовлетворен	Неудовл.	2
Нейтрален	Удовл.	3
Удовлетворен	Хорошо	4
Полностью удовлетворен	Отлично	5

Исходя из данных табл. 7 и последующих расчетов и преобразований, можно дать оценку удовлетворенности клиентов работой гостиничного предприятия (табл. 8).

Таблица 8

Оценка удовлетворенности клиентов гостиницы «РУД»¹⁷

Параметры оценки	Оценка удовлетворенности						Общая Сумма	Среднее значение оценки
	5	4	3	2	1			
Удобство расположения	15	13	4	0	0	32	4,34	
Качество сервиса	12	16	3	1	0	32	4,21	
Стоимость (доступность) услуг	9	17	6	0	0	32	4,09	
Профессионализм персонала	4	13	13	2	0	32	3,5	
Приветливость персонала	8	17	6	1	0	32	3,71	
Разнообразие предлагаемых услуг	16	12	4	0	0	32	4,37	
Наличие свободных мест	7	17	8	0	0	32	3,8	
Качество обслуживания	4	6	18	3	1	32	3,28	
Итог (сумма чисел в столбце)	75	111	62	7	1	256		
Среднее значение чисел	9	14	7,8	1	0	32		
Накопленное (интегральное значение среднего)	9	23	31	32	32			
Среднее значение оценки работы							3,9	

¹⁶ Таблица составлена автором

¹⁷ То же

Итак, анализируя ответы, которые давали клиенты, можно сказать, что резких отрицательных оценок было очень мало, в целом, клиент давал или оценку «хорошо», или «отлично».

На среднюю оценку в значительной степени влияют оценки по параметрам «расположение гостиницы «РУД» и «разнообразию предлагаемых услуг».

Влияние на среднюю оценку, возможно, дает параметр «качество сервиса гостиницы» и «стоимость (доступность) услуг гостиницы», но непосредственно о качестве обслуживания клиент будет судить уже во время или после посещения гостиницы».

Наблюдение, проведенное в процессе написания отчета, позволило выявить возможные причины недовольства:

- люди, приехавшие в гостиницу без предварительного бронирования во время проведения мероприятий в Краснодаре, не могли получить номер и были вынуждены искать новое место размещения;
- администраторы не всегда корректны в беседах с гостями;
- номера, в которые размещали новых гостей, к времени их приезда еще не были готовы;
- не все заявки на бронирование обрабатывались с первого раза, от заказчика требовалось повторное направление запроса.

Указанные недочеты в работе не являются критичными, но влияют на удовлетворенность гостей работой службы приема и размещения, так и гостиницей «РУД» в целом.

Требуется совершенствование работы службы и повышения контроля за деятельностью персонала, желательно обучение персонала (администраторы и портье).

Можно говорить о том, что в целом удовлетворенность клиентов гостиницы «РУД» довольно высока, но требуется ее повышение, в связи с чем можно рекомендовать расширение спектра предлагаемых услуг и повышение качества обслуживания клиентов.

2.3 Оценка информационных систем и информационных технологий в деятельности гостиницы

На современном этапе развития средства коммуникации и связи играют важную роль для обеспечения эффективного управления гостиничным бизнесом. Любая задержка информации может повлечь за собой очень серьезные негативные последствия как в финансовом отношении, так и в потере имиджа фирмы, что в конечном итоге может привести к краху любой организации. Это непосредственно относится и к предприятиям индустрии туризма и гостеприимства.

Передача информации может осуществляться вручную либо механически при помощи автоматизированных систем по различным каналам связи. Первый способ передачи информации и до настоящего времени имеет широкое распространение. При этом информация передается либо при помощи курьера, либо по почте. К достоинствам этого способа можно отнести полную достоверность и конфиденциальность передаваемой информации, контроль за ее получением (при почтовой рассылке в пунктах регистрации прохождения), минимальные издержки, не требующие никаких капитальных затрат. Главными недостатками такого подхода являются невысокая скорость передачи информации и неоперативность в получении ответов.

Второй способ значительно увеличивает скорость передачи информации, повышает оперативность принятия решений, но при этом увеличиваются капитальные и текущие издержки. При грамотной организации производственного процесса на предприятии этот способ передачи информации в конечном итоге существенно повышает экономическую эффективность функционирования предприятия индустрии туризма и гостеприимства.

В гостинице «РУД» установлены 12 персональных компьютеров, объединенные в сеть. Также для информационного обеспечения деятельности мини-отеля используется следующее оборудование:

- 6 принтеров HP Laserjet 2300;

- 2 факса Panasonic KX-FP 148;
- 24 телефонных аппарата Panasonic KX-TS2365RUW;
- для безопасности гостей функционирует система видеонаблюдения на территории и внутри гостиницы;
- в гостинице установлена противопожарная сигнализация «Сигнал-20»;
- гостиница имеет 4 телефонные линии;
- мини АТС;
- гостиница подключена к каналу спутникового вещания.

Используемые программные продукты:

- бухгалтерия работает на 1С Предприятие 8.2, данные в проверяющие и надзорные органы передаются по интернету с помощью программы Контур-Экстерн;
- правовая справочная программа, используемая в гостинице – Система Гарант;
- Windows XP, его приложения;
- Microsoft Office 2003 (Word, Excel, Access, Outlook);
- Internet Explorer;
- почтовые программы: The Bat, Outlook Express;
- Дубль ГИС;
- электронные словари и переводчики;
- графические редакторы(Photoshop);
- антивирусная программа NOD 32.

Обслуживанием техники и программного обеспечения занимается системный администратор, который есть в штате организации. Телефонная связь и доступ в Интернет предоставляет компания «Авангард».

Для гостиницы малого класса, которой является мини-отель «РУД», уровень использования информационных технологий вполне приемлем.

В единое информационное поле гостиницы интегрированы автоматизированная система управления (АСУ) гостиничным бизнесом,

комплексы систем безопасности, жизнеобеспечения, информатизации.

Рассматривая потоки информации в мини-отеле «РУД» (а именно ее получение, хранение, обработка, анализ и отображение лежит в основе АСУ), выделим следующие звенья в цепочке:

- 1) Подача запроса с информацией о бронировании (Имя и координаты гостя, сроки и параметры брони, ее идентификатор);
- 2) Поиск номера, удовлетворяющего запросу, его резервирование;
- 3) Приезд клиента, идентификация, регистрация в качестве гостя (запрашивается ряд данных от имени клиента до его места жительства и работы – последнее просто необходимо для поиска должников и поддержания контактов с постоянными клиентами);
- 4) Контроль регулярного обслуживания (уборка, доставка прессы, завтраков и прочее);
- 5) Информация об оплате проживания, услуг, внесенных депозитов и так далее – баланс счета гостя;
- 6) Предупреждение об истечении срока проживания и процедура выселения и расчета, либо продление срока представления услуг размещения;

Этот список далеко не полон, однако представляет основные функции системы, более чем достаточные для успешного функционирования малой (до 50 номеров) гостиницы.

Для автоматизации управления в гостинице используется система ORAK Отель R5. Основные возможности ORAK Отель R5:

1. Учет номерного фонда. Архитектурный план номерного фонда, построение собственной структуры номеров. Неограниченное количество типов, категорий и статусов номеров. Наглядное отображение всей информации о текущем состоянии номерного фонда в основном рабочем окне программы: статус каждой комнаты, количество занятых, забронированных, освобождающихся и свободных комнат, количество проживающих гостей, выручка за смену.

2. Бронирование. Универсальный инструмент создания брони по

индивидуальным и коллективным заявкам позволяет бронировать разные комнаты с различными условиями проживания (дата, тариф, план питания) в рамках одной брони.

Бронирование для частных лиц, для корпоративных клиентов и для туроператоров осуществляется через единую форму, но с учетом всех особенностей конкретного клиента.

Автоматическое размещение по брони. Вся информация о пребывании гостя сохраняется в базе данных. В любой момент времени можно получить информацию о всех предыдущих посещениях гостя. Информация о дате приезда и выезда, номере и категории комнаты, дополнительных услугах, плане питания, тарифе, оплаченных и неоплаченных счетах может быть доступна визуально на дисплее или выведена на печать. Карточка ранее приезжавшего гостя при новом заезде заполняется автоматически.

3. Гибкая ценовая политика. Помимо общего прейскуранта, можно установить специальные цены для корпоративных клиентов, туристических агентств, постоянных клиентов. Специальные цены могут быть основаны на процентной скидке или на специально разработанных прейскурантах. Скидки могут индивидуально настраиваться для каждого клиента и для каждого вида услуги.

Гости проживающие по специальным условиям могут быть выделены в отчетах в специальные категории, что позволит оценить эффективность ценовой политики.

Возможность создать внутреннюю систему безналичных расчетов на основе магнитных карт (которые одновременно могут быть ключами к электронным замкам и талонами на питание), тем самым исключив весь персонал из оборота наличных денег внутри отеля.

4. Housekeeping. Закрепление ответственных горничных за комнатами. Просмотр и печать графика смены белья и полотенец. График уборки комнат после выезда гостей и плановой уборки свободных комнат. Учет наполнения минибара. Модуль планирования услуг по времени позволяет вести учет

тарифицируемых по часам услуг: сауна, массажный кабинет, переговорная и другие.

5. Служба безопасности. Специальный контрастный интерфейс для ночной охраны. Контроль задолженности выезжающих гостей. Контроль доступа гостей и персонала в номера и служебные помещения (при использовании электронных систем ограничения доступа).

Недостатками АСУ ORAK Отель R5 являются:

- 1) Отсутствие наглядного отображения распланированных услуг на каждый выбранный день – это ведет к неоптимальному распределению загрузки гостиницы;
- 2) Отсутствие удаленного доступа – это негативно влияет на общую эффективность системы управления гостиничным предприятием;
- 3) Отсутствие системы подсказок – это усложняет использование АСУ и увеличивает количество возможных ошибок;
- 4) Отсутствие учета рабочего времени персонала и записи всех событий в системе – это ухудшает контроль за деятельностью сотрудников;
- 5) Отсутствие интеграции с другими информационными системами – это не обеспечивает комплексность автоматизации и единой системы расчетов и отчетов.

Таким образом, необходимо проведение мероприятий по развитию автоматизированной системы управления гостиницы «РУД».

В последнее время размещение рекламы и не прямых рекламные сообщения и в Интернете получает все больше распространение. Создавать гостинице собственный сайт или нет – это зависит от финансовых возможностей отеля, так и от его клиентуры. Если гостиница загружается в основном внутренними туристами, не пользующимися Интернетом для бронирования, то не имеет смысла тратить средства на создание собственного сайта. Гостиницы, выходящие на международную аудиторию, испытывают больше потребностей в новых технологиях, представляющих эффективную форму свободного рекламирования.

В мини-отеле «РУД» используется интернет-реклама, имеется свой интернет-сайт. На нём расположена информация о номерном фонде, спецпредложениях, дополнительных услугах мини-отеля, также имеется гостевая книга, в которой клиенты оставляют отзывы об отеле и имеют возможность бронирования номеров. В табл. 9 представлены сведения о расходах за использование интернета.

Таблица 9

Расходы мини-отеля за использование интернета в 2016 г.¹⁸

Виды расходов	Стоимость, руб. в год
Оплата за использование Интернета	36000
Оплата сотруднику за обновление и поддержание сайта	84000
Итого	120000

Как мы видим из табл. 9, расходы на интернет для мини-отеля «РУД» составляют 120000 рублей в год.

Расходы мини-отеля «РУД» на другие виды информационного обеспечения представлены в табл. 10.

Таблица 10

Расходы мини-отеля «РУД» на другие виды информационного обеспечения в 2016 г.¹⁹

Виды расходов	Стоимость, руб. в год
Почтовые отправления	5400
Телефонная связь городская и с зарубежными партнерами	11040
Выпуск проспектов и карт-схем	51100
Итого	67540

Данные в таблице представлены на основании следующих расчетов:

- стоимость одного заказного письма по России составляет 18 рублей, в месяц примерно отправляется около 25 писем, соответственно затраты за

¹⁸ Таблица составлена автором

¹⁹ То же

почтовые отправления по России составляют 450 рублей в месяц и 5400 рублей в год;

- безлимитный тариф по Краснодару составляет 295 рублей в месяц и 3540 рублей в год. 1 мин. разговора по международной связи составляет 25 рублей. В месяц организация разговаривает около 25 минут получается 625 рублей в месяц и 7500 рублей в год. Затраты отеля на международную и городскую связь составляют 11040 в год;

- затраты мини-отеля на выпуск проспектов и карт-схем составляют 51100 рублей в год.

Обобщая данные табл. 9 и 10 можно сделать выводы, что расходы за использование Интернета и почтовых отправлений, факсов, телефонной связи (особенно с зарубежными партнерами), передача информации как внутри предприятия, так и за его пределы, расходы на выпуск проспектов, карт-схем составляют 187540 рублей в год.

Однако следует отметить, что подключение к программам поддержки маркетинговых исследований позволяет не только экономить на покупке информации, но и обеспечивает высокое качество и быстроту анализа.

Помимо прямой экономии средств, подключение к интернету позволяет оптимизировать коммуникационные потоки и повысить качество восприятия информации. Это позволяет мини-отелям не только повысить скорость и географию распространения сведений об услугах и ценах, но и обеспечивает возможность осуществления продаж в любом месте и в любое время при наличии у клиента доступа в интернет.

Заявки на размещение клиентов в мини-отеле «РУД» поступают от турфирм, корпоративных клиентов или частных лиц посредством интернет-ресурсов (e-mail, бронирование через веб-сайт), телефонных звонков, факсимильной связи.

Был проведен опрос клиентов гостиницы «РУД» с целью выявления особенностей использования ими интернет-технологий при поиске и бронировании номеров. Было опрошено 100 человек в августе-сентябре 2016

года, результаты представлены ниже (они касаются, в отличие от представленного выше исследования, всего гостиничного рынка в целом).

69% опрошенных в первую очередь обращаются к Интернету за информацией при поиске гостиницы в Краснодаре. 24% опрошенных обращались к услугам интернет-бронирования, остальные использовали телефон / факс или обращались к услугам турфирм (рис. 12).

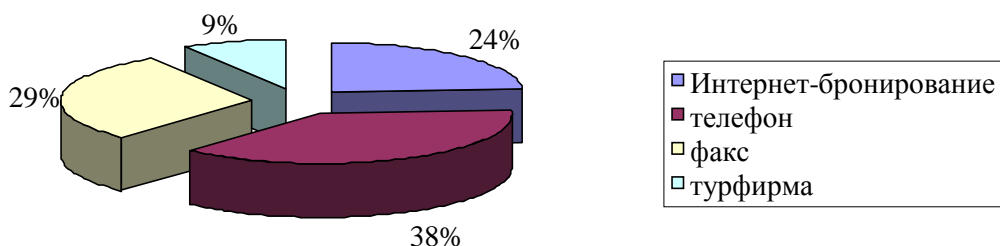


Рис. 12. Распределение опрошенных по способам бронирования гостиниц²⁰

3. Среди тех, кто прибегал к услугам интернет-бронирования, только 38% использовали бронирование на сайтах гостиниц (рис. 13).

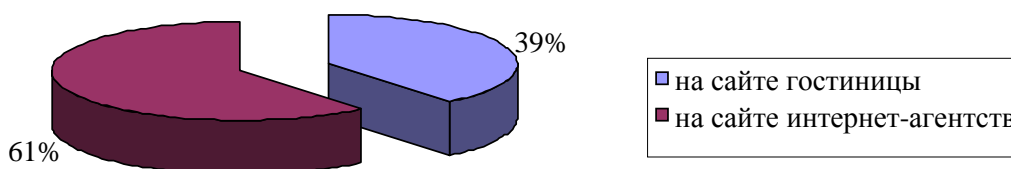


Рис. 13. Распределение опрошенных по месту интернет-бронирования гостиниц²¹

Можно сказать о том, что в связи с тем, что сайт недостаточно активно продвигается в сети Интернет, большая доля бронирований приходится на интернет-агентства онлайн-бронирования.

4. У тех, кто не пользуется сайтами гостиниц для интернет-бронирования, были выявлены причины этого. Как показал анализ, основная причина –

²⁰ Диаграмма составлена автором

²¹ То же

неудобство и неуверенность, что заявка будет принята. Оказалось, что опрошенные больше доверяют интернет-агентствам (рис. 14).

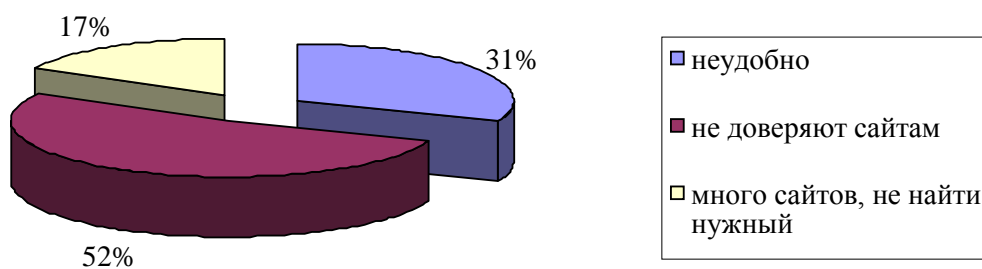


Рис. 14. Распределение опрошенных по причинам отказа от интернет-бронирования на сайтах гостиниц²²

Таким образом, нужно повышать доверие клиентов к бронированию номеров на сайте гостиницы «РУД», чтобы гостиница не теряла прибыль за счет участия в сбытовом процессе посредников (агентств интернет-бронирования).

Важно отметить, что при непрямых продажах происходит изменение прибыли гостиницы «РУД». Предположим, гость хочет забронировать одноместный номер, который стоит 1600 руб. за ночь и бронирование сделано напрямую на сайте гостиницы. В этом случае отель получает полную стоимость ночи за минусом незначительных издержек на обслуживание сайта. Если же клиент обращается к сайту-посреднику, допустим <http://www.all-hotels-online.ru>, отель получает значительно меньше средств, т.к. маржа посредника обычно составляет 10-15% цены, которую платит конечный потребитель. Таким образом, посредник зарабатывает, а гостиница «РУД», соответственно, теряет на этой сделке 15% цены только потому, что был выбран не прямой канал бронирования. В связи с этим целесообразно повысить эффективность бронирования на сайте за счет более активного продвижения сайта.

²² Диаграмма составлена автором

Глава 3 Разработка предложений по совершенствованию информационного обеспечения деятельности гостиницы «РУД»

г. Краснодар

3.1 Предложения по развитию автоматизированной системы управления гостиницы

В результате проведенного анализа, было выявлено что существующая автоматизированная система управления ORAK Отель R5 не соответствует всем современным требованиям, поэтому необходимо проведение мероприятий по развитию автоматизированной системы управления гостиницы «РУД».

Для повышения эффективности деятельности гостиницы необходимо внедрить новую автоматизированную систему управления гостиницей, что должно способствовать чёткой координации работы предприятия и повышению уровня качества обслуживания.

Точность и быстрота работы профессионально разработанной и отлаженной системы позволяет значительно снизить время обслуживания и количество ошибок, улучшить качество обслуживания, что влечет за собой минимизацию расходов, облегчает аудит и способствует росту положительного имиджа гостиницы «РУД» среди потенциальной клиентуры и партнеров, что, несомненно, наилучшим образом скажется на конкурентоспособности предприятия.

Сформулируем основные требования, предъявляемые к новой автоматизированной системе управления гостиницы «РУД»:

- 1) Оптимизация распределения загрузки, что исключит неравномерное использование номерного фонда;
- 2) Наличие удаленного доступа к АСУ, что повысит общую эффективность системы управления гостиничным предприятием;
- 3) Наличие системы управления взаимоотношениями с клиентами: детальная карта гостя и расширенный поиск для удобства управления клиентской базой;

- 4) Наличие системы подсказок, что облегчит использование системы и уменьшит количество возможных ошибок;
- 5) Обеспечение защиты от критически опасных действий для минимизации «человеческого фактора»;
- 6) Непрерывность работы программы управления отелем при проведении ночного аудита;
- 7) Запись всех событий в системе для лучшего контроля за деятельностью персонала;
- 8) Возможность быстрого изменения тарифов благодаря гибкой установке сезонов;
- 9) Интеграция с другими системами для обеспечения комплексности автоматизации, единой системы расчетов и отчетов.

Далее было проведено первичное исследование рынка подобных систем и выявлено, что данным требованиям в полной мере соответствуют два программных продукта: Opera Enterprise Solution и KEI-Hotel. Рассмотрим данные системы более подробно.

Автоматизированная система управления Opera Enterprise Solution (разработчик Micros-Fidelio) может координировать работу почти всех служб в гостинице: службы приема и размещения, банкетной службы, хозяйственной службы, бухгалтерии, службы бронирования, отдела продаж.

Opera основана на базе СУБД Oracle, универсальной платформе управления данными и предлагает новую концепцию работы и улучшения уровня обслуживания гостей, сочетая в себе такие преимущества как скорость, надежность, функциональность и в то же время простоту использования.

Opera Enterprise Solution совместима со всеми операционными системами, и сервер может работать на базе Microsoft Windows NT/2000, AIX и Sun Solaris.

Opera – это система, которая состоит из набора модулей. Эти модули с легкостью могут быть настроены и добавлены в зависимости от пожеланий конкретного отеля. Она включает в себя:

- 1) систему автоматизации службы приема и размещения гостей (Property

- Management System);
- 2) систему автоматизации отдела продаж и маркетинга (Sales and Catering);
 - 3) модуль бронирования через Интернет (Web-Self Service);
 - 4) систему управления качеством обслуживания (Quality Management System);
 - 5) систему оптимизации прибыли (Revenue Management);
 - 6) систему централизованного бронирования (Opera Reservation System);
 - 7) централизованную информационную систему по клиентам (Customer Information System – CIS).

Общую схему автоматизированной системы управления Opera можно увидеть на рис. 15.



Рис. 15. Общая схема автоматизированной системы управления Opera²³

Новейшие технологии Opera Enterprise Solution предоставляют отелям уникальную возможность работы как в режиме клиент-серверного приложения, так и через Интернет-браузер («Тонкий Клиент»). Использование технологии «Тонкий Клиент» позволяет гостиницам использующим эту систему

²³ Схема составлена автором

значительно сократить затраты на каждом этапе жизненного цикла IT системы отеля, включая приобретение, установку, поддержку и обновление.

Важной составляющей системы является ночной аудит. Используя АСУ Opera при проведении операции ночного аудита нет необходимости прерывать работу, как это бывает при использовании других систем. Система продолжает функционировать в привычном режиме, и у ночных аудиторов есть возможность формировать отчетность в любое время в течение рабочей смены. Процедура ночного аудита занимает 15 минут.

Система Opera ES поддерживает более 350 интерфейсов, включая интерфейс с системой управления ресторанами, телефонными системами и системами тарификации телефонных звонков и Интернет-услуг, системой автоматических минибаров, системой управления счетами клиентов, системами платного телевидения, системами электронных замков, системой авторизации кредитных карт, бухгалтерскими системами. Это очень удобная функция.

Еще одним удобством является меню навигации. Система позволяет использовать вспомогательные графические средства, так называемые «горячие» клавиши и сокращенный клавишный набор, что позволяет значительно упростить все операции и повысить производительность и скорость работы. Таким образом, если вы забыли какую комбинацию клавиш вам надо использовать для той или иной операции, вы заходите на вкладку «горячие клавиши» (hot keys) и на экране возникает табличка с иконками, наглядно иллюстрирующими назначение той или иной комбинации клавиш.

АСУ Opera Enterprise Solution может быть установлена как в маленьких отелях (от 10 номеров), так и в крупных гостиничных комплексах, а также в нескольких отелях одной гостиничной цепи.

К недостаткам системы можно отнести ее стоимость, она достаточно велика. Компания HRS является ведущим разработчиком компьютерных систем программирования для гостиничных предприятий по всему миру, хотя бы поэтому стоимость продукции не может быть низкой. Окончательная цена продукта будет зависеть, от количества модулей необходимых гостинице, от

размеров номерного фонда. Например, обслуживание данной системы для гостиницы в 100 номеров, категории пять звезд обходится в 55000 руб. в месяц.

При установке системы проводится обязательное обучение сотрудников, их квалификация должна быть достаточной для успешного усвоения алгоритмов работы в системе.

Система автоматизации гостиницы KEI-Hotel – это совокупность самых современных технологий в области микропроцессорного управления и прикладного программного обеспечения.

Несомненным преимуществом системы KEI-Hotel является интерактивный интерфейс, что определяет легкость в обучении пользователей и эксплуатации проекта в целом.

В информационной системе гостиницы система KEI-Hotel является центральным звеном, куда стекается информация из других подсистем - телефонной, ресторанной, платного телевидения, безопасности и др. Данные системы хранятся под управлением промышленной СУБД SyBase, что гарантирует их сохранность даже при аварийных ситуациях.

Особое внимание следует уделить такой особенности программы, как гибкость настроек и применимость к условиям гостиниц любых типов и размеров.

KEI-Hotel позволяет систематизировать и автоматизировать все аспекты работы службы приема и размещения, бронирования, регистрацию, выписку и расчет гостей, управление номерным фондом. Это значительно упрощает работу финансового и коммерческого отделов, формирует статистические отчеты и журналы паспортного стола. Система ведет счета клиентов и предполагает использование расчетной, депозитной или смешанной системы оплаты услуг в гостинице, как в целом, так и по каждой из предоставляемых услуг в отдельности. АСУ KEI-Hotel включает в себя следующие модули:

1. Служба размещения.

Система позволяет быстро разместить, рассчитать и выписать гостя, без необходимости оформления множества бумаг, как по предварительной заявке -

брони, так и без нее.

2. Модуль Службы бронирования.

В системе полностью автоматизирован процесс бронирования номеров и анализа предстоящей загрузки гостиницы по различным категориям и критериям оценки.

4. Аналитические средства.

Аналитические средства комплекса KEI-Hotel позволяют расширить возможности администрации и руководителей служб по управлению гостиничным хозяйством. При этом есть возможность оперативного получения аналитических данных и информации о состоянии номерного фонда, в том числе и удаленно, через Internet или непосредственно на мобильный телефон.

5. Модуль Администрирование.

Данный модуль позволяет изменять настройки системы:

- добавлять и удалять новых пользователей системы, присваивать им различные права доступа;
- создавать и редактировать разветвленную систему календарных и сезонных скидок;
- добавлять и редактировать справочники;
- редактировать формы документов для бухгалтерской отчетности.

Немаловажным достоинством является прозрачность системы, как для персонала обслуживающего гостей, так и для управленческого звена в совокупности с аналитическим модулем позволяющим удаленно управлять гостиницей, выводит на качественно-новый рубеж возможности управления из любой точки мира, в том числе с мобильного телефона или средствами интернет.

К недостаткам системы можно отнести то, что она работает по определенному алгоритму и не так проста в обращении, как рекламируется на сайте (хотя интерфейс понятен). Она сложна в усвоении, поскольку во многих модулях необходимо внимательно отслеживать алгоритм выполнения действий и правильность внесения цифр и букв при бронировании, оформлении

дополнительных услуг и т.д. При установке системы необходимо точно указать данные по гостинице, предварительно провести анализ особенностей работы гостиницы, поскольку несоблюдение вышеперечисленного может усложнить работу персонала. Для сравнения систем KEI-Hotel и Opera Enterprise Solution и целесообразности их внедрения в мини-отеле «РУД» построим табл. 11.

Таблица 11

Сравнительный анализ предлагаемых к внедрению АСУ²⁴

Критерии	KEI-Hotel	Opera Enterprise Solution
Место создания	Москва	Мюнхен
Использование	Используется в России.	Используется по всему миру.
База основания	Основана на СУБД SyBase	Основана на базе СУБД Oracle
Назначение	Автоматизация управления	
Основные принципы	Надежность, сохранность информации, функциональность, простота использования, защита от некорректных действий.	Скорость, надежность, функциональность, простота использования.
Работа с клиентами	Возможность индивидуальной работы с каждым гостем в отдельности, на основе принципов расчетов с гостем (начисление сумм за услуги на лицевой счет клиента с оплатой при выезде, по факту).	
Оплата проживания	Производят отдельный учет наличных оплат, безналичных средств, переведенных на расчетный счет гостиницы и оплат, осуществленных гостями по кредитным картам.	
Режим удаленного доступа	Могут работать в режиме удаленного доступа. Это удобно, когда офис, в котором занимаются бронированием мест и гостиница территориально разъединены. Или когда несколько гостиниц управляются из одного центра.	
Ночной аудит	В системе имеется возможность расчетов с каждым гостем, исходя из индивидуального значения расчетного часа. Система позволяет автоматически начислять оплату за 0,5 суток.	Начисление сумм за проживание на лицевой счет гостя осуществляется при проведении ночного аудита (со счета гостя снимается сумма, равная стоимости суточного проживания), т.е. суммы начисляются «по факту». Реализация системы при таком алгоритме проще, чем при расчетном. Но автоматически система не позволяет начислять оплату за 0,5 суток.
Номерной фонд	Системы предназначены для автоматизации работы гостиниц как в маленьких отелях, так и в крупных гостиничных комплексах.	

²⁴ Таблица составлена автором

Продолжение таблицы 11

Поселение	Обеспечивают возможность предварительной продажи путевок с расчетом стоимости в зависимости от индивидуального набора услуг. А также поселение по путевке, формирование списков на питание и др.	
Гость	Возможно внесение различной информации и изменений в досье гостя: его предпочтения, жалобы, пожелания и т.п.	
Архив проживающих гостей	Хранится информация обо всех проживающих гостях (анкетные данные, данные о заезде, выезде.)	
Работа	Иногда возникают проблемы с тарификацией телефонных переговоров, с оплатой ресторана.	Работает быстро, без сбоев в системе.
Система управления качеством	Не существует.	Существует.
Использование мини-отелями	Для мини-отелей такая система не очень подходит, т.к. в ней существует много вкладок, неиспользуемых ими.	Существует упрощенная версия системы управления отелем – Opera Xpress, которая позволяет приобрести систему, полностью соответствующую потребностям определенной гостиницы и финансовым возможностям ее владельца. Необходимые опции и функционал системы можно выбрать из опций Opera PMS.
Обучение	Консультации персоналу заказчика (по телефону и по электронной почте), персонал может обучаться, но это не обязательно.	При установке системы проводится обязательное обучение сотрудников, их квалификация должна быть достаточной для успешного усвоения алгоритмов работы в системе.
Отчеты	В системе свыше 80 отчетов.	Позволяет формировать более 200 отчетов (например, кризисный отчет на случай ЧС).
Бронирование мест	Процедура бронирования позволяет закрепить за введенной заявкой конкретные места. Поскольку в Российских гостиницах распространена практика поселения гостей на одно место, в системе ведется отслеживание занятых и забронированных мужских и женских мест.	Бронируется номер целиком.
Стоимость лицензии	600 000 руб.	Opera Xpress для мини-отеля: 1 500 000 руб.

Рассмотрев возможности двух автоматизированных управления Opera Enterprise Solution и KEI-Hotel, можно сделать вывод, что отличаются они друг от друга по следующим основным параметрам:

- 1) Стоимость, как в плане приобретения, так и в плане последующего обслуживания, Opera Enterprise Solution значительно дороже;
- 2) Освоение и эксплуатация Opera Enterprise Solution удобнее;
- 3) Технология работы с гостем (оплата за целые сутки, оплата целого номера, окончательный расчет оплаты при выезде гостя из гостиницы и т. д.). В KEI-Hotel существует возможность оплаты за половину суток, поселение на одно место в многоместном номере;
- 4) Масштаб использования. KEI-Hotel используется в России, тогда как Opera Enterprise Solution - по всему миру и в России, в таких гостиницах как Balchug Kempinsky, Sherraton, Holiday Inn, Marriott.

Таким образом, если гостиница соответствует уровню четырех-пяти звезд, работает с корпоративными клиентами, имеет в своем распоряжении значительные финансовые средства, такая гостиница может смело присматриваться к эффективным импортным системам, таким как Opera Enterprise Solution. В иной ситуации, когда гостиница не имеет внешних финансовых вливаний, когда стоит проблема выбора - отремонтировать десяток номеров или потратиться на всеобщую автоматизацию, имеет смысл обратить внимание на отечественные разработки, например KEI-Hotel.

Как показал анализ, мини-отель «РУД» обладает достаточно устойчивым финансовым положением, поэтому может позволить себе внедрение более дорогостоящей, но и более эффективной системы Opera Enterprise Solution Xpress.

3.2 Предложения по совершенствованию сайта гостиницы

Ресурсом гостиницы «РУД» является её номерной фонд, и правильное управление процессом бронирования позволит использовать его наиболее

эффективно. Прежде всего, необходимо проанализировать каналы продаж.

Современные технологии позволяют проводить бронирования через web-сайт отеля и множество российских и международных туристических web-сайтов, глобальные системы бронирования. Как известно, наиболее выгодные бронирования поступают от индивидуальных клиентов. Важную роль в привлечении этой категории гостей играют турагентства, работающие в глобальных системах бронирования и не имеющие прямые договоры с гостиницами. Для работы с такими туристическими фирмами необходимо наладить процесс расчета и выплаты комиссионных вознаграждений. Системы управления автоматизируют этот процесс, рассчитывая причитающиеся с каждой брони комиссионные и подготавливая специальные отчеты и файлы выгрузки данных для процессинговых компаний.

Но наиболее экономически выгодный канал - это собственный web-сайт гостиницы «РУД», так как в этом случае не требуется оплачивать комиссионные. За последние 5 лет в мире объем бронирований через Интернет вырос на 200%. Одна из важнейших задач - продажа номерного фонда в первую очередь по наиболее высоким ценам и предоставление скидок лишь после принятия самых выгодных для гостиницы бронирований.

Автором было предложено обновление, а точнее разработка нового сайта гостиницы в Интернете. Это было определено рядом факторов:

1) Интеграции сайта гостиницы с глобальной системой бронирования позволит бронировать номера напрямую без маржи посредников.

2) Растет рекламная роль Интернета и эта тенденция будет продолжаться в последующие годы. Поэтому сейчас эффективнее разрабатывать для любой гостиницы не только свой сайт, но и рекламную кампанию проводить через Интернет.

Самым популярным способом представления рекламы в Интернет является собственная страница. Но сама по себе даже профессионально сделанная страница не может гарантировать привлечение внимания потребителей, если она размещена на не «раскрученном» сервере. Необходимо

во всех рекламно – информационных материалах предприятия обязательно указывать адрес страницы в Интернет и чаще обновлять информацию на ней.

Если сравнивать, например, аудиторию Интернета со средней семьей, которая получает в свой почтовый ящик многочисленные газеты рекламных объявлений, то получится следующая картина:

- В Интернет в 4 раза больше людей, которые считают себя богатыми, чем в среднем по России.
- В 2,5 раза больше руководителей и 2 раза больше высококвалифицированных специалистов.
- «Интернетчиков» – владельцев иномарок в 2,5 раза больше, чем в среднем по РФ.
- Процент имеющих банковские карточки в Интернет в 3 больше, чем в среднем по РФ.

Для сайтов, ориентированных на русскоязычную аудиторию, обязательно нужно зарегистрироваться в самых крупных российских поисковых системах: Яндекс (www.yandex.ru), Rambler (www.rambler.ru) и Гугл (www.google.ru).

Следующий шаг – регистрация в каталогах ресурсов. Они построены по принципу иерархических рубрикаторов. Найдите в них рубрику «туризм» или «путешествия», затем подраздел «туристические фирмы» и внесите описание своей фирмы. Наиболее крупные и популярные российские каталоги ресурсов: @RUS (бывший АУ, www.atrus.ru), Майл.РУ (www.mail.ru).

Регистрация в поисковых системах и каталогах – это обязательное мероприятие, которое привлечет к вам хоть какой-то минимум посетителей и клиентов. Но нельзя забывать и о несетевых, неинтернетовских способах рекламы. Очень часто приходится видеть, как рекламные менеджеры пытаются втиснуть как можно больше информации о своей фирме в рекламные модули газетных объявлений, при этом не указывают ссылку на Веб-сервер фирмы, или указывают адрес электронной почты вместо Веб-сервера. Представьте, насколько больше о ваших маршрутах узнает потенциальный турист и насколько легче с ним будет общаться вашим менеджерам после посещения

туристом вашего насыщенного информацией сервера. Ваш WWW-адрес так же должен быть нанесен на все визитки, фирменные бланки, листовки и прочие атрибуты фирмы.

Есть и другой вариант размещения рекламы – в виде своего рода объявления в рамке, которое называется баннером, расположить его на популярном сервере, например поисковом. Преимущественно они представляют собой рисунки прямоугольной формы и имеют гиперссылку на веб-сайт рекламодателя. Баннеры могут быть анимационными (с последовательной сменой кадров) и статистическими.

Пользователь, заинтересовавшись баннером, нажимает на него и переходит на рекламируемый ресурс. Для российского Интернета только 1% увидевших баннер на него нажимают, а в мире этот показатель еще меньше. Часто баннеры размещают на сайтах не по времени, а по «показам» или по «кликам», таким образом если вы разместили свой баннер на 1000 показов, то рекламодатель обещает, что его увидят 1000 человек (сколько человек на него кликнет, зависит от содержания баннера), если вы разместили его на 100 кликов то, соответственно, вы гарантированно получаете 100 посетителей на Ваш сайт.

Где и как размещать рекламные баннеры? Прежде всего на дружественных ресурсах сети: у вашего партнера, у знакомых, которые имеют свой сайт. Можно также вступить в баннерообменную сеть. Вам выдается участок кода, который вы вставляете на то место, где будут размещаться баннеры по обмену и с этих пор на вашем сайте будут крутиться баннеры других сайтов. Вы показали у себя, например, 100 чужих баннеров, а 85 ваших будет показано на других сайтах участниках сети, 15 показов баннеров возьмет себе баннерообменная сеть в качестве комиссии за использование ее ресурсов. Если вы хотите показывать на чужих сайтах баннеров больше, чем на своем сервере, или совсем не хотите, чтобы у вас крутились баннеры конкурирующих фирм, то вам придется купить у баннерообменки необходимое количество показов (клики такие сети не продают). Наиболее крупные баннерообменные сети сегодня: RussanLinkExchange (www.rle.ru) и сеть Интерреклама

(www.bizlink.ru), сеть баннеров 100x100 (rb2.design.ru), еще представляет определенный интерес система обмена ссылками tx3.design.ru.

Еще большую эффективность имеет размещение баннеров на специализированных туристических ресурсах сети. Они представляют собой справочники по странам, курортам, погоде, имеют расписания транспорта, некоторые имеют базы по предложениям турфирм, рассказы путешественников и другую полезную информацию. Эти ресурсы собирают множество людей, интересующихся туризмом. Поэтому размещая баннеры здесь, вы уже имеете дело потенциальными туристами, и каждый клик на ваш баннер может принести вам настоящего полноценного клиента и немалые деньги.

На этих ресурсах можно размещать не только баннеры, но и свои конкретные предложения. Обычно они выглядят в виде строчек с указанием категории отеля, вида транспорта, дополнительных услуг, минимальной или максимальной цены номера и т.п.

Теперь несколько слов как определить, какой туристических сервер собирает больше посетителей и, следовательно, реклама на нем эффективнее. Для этого используют различного рода рейтинги. Наиболее популярными являются: Рамблер (<http://counter.rambler.ru/top100>), ТопМайл. Ру (top.list.ru), Спайлог (<http://www.spylog.ru/>), ХотЛог (www.hotlog.ru). В этих системах все сайты выстроены в порядке убывания их посещаемости, чем выше рейтинг сайта, тем больше людей его смотрит.

Стоимость размещения баннерной рекламы в зависимости от региона представлена в табл. 12.

На размещение баннерной рекламы гостиницы «РУД» решено выделить 200 000 руб.

Рекламу в сети Интернет надо рассматривать не как нечто экзотическое или виртуальное, а как одно из эффективных средств привлечения потребителей.

Если выбирать между электронными СМИ, то для работы приоритетно использование Интернет-ресурсов профессиональной направленности.

Стоимость размещения баннерной рекламы²⁵

Тип баннерной рекламы	стоимость по Москве в месяц, руб.	стоимость по Краснодару в месяц, руб.	стоимость по другим регионам в месяц, руб.
Таргетированные баннеры в контекстно-медийной сети Google (оплата за показы или за клики)	от 30 000 (рекомендуется от 80 000)	от 25 000 (рекомендуется от 40 000)	от 20 000 (рекомендуется от 30 000)
Таргетированные текстово-графические блоки в соцсетях (vk.com, odnoklassniki.ru, facebook.com, МойМир@mail.ru, mamba.ru и др.)	от 30 000 (рекомендуется от 100 000)	от 20 000 (рекомендуется от 50 000)	от 20 000 (рекомендуется от 30 000)
Медийно-контекстный баннер в поиске Яндекса	от 50 000 (50 000 показов)	от 30 000 (30 000 показов)	от 30 000 (30 000 показов)
Тематические гостиничные сайты и порталы	рекомендуется от 200 000	рекомендуется от 150 000	рекомендуется от 100 000

План развития интернет-сайта мини-отеля «РУД» может выглядеть в виде следующей программы:

1. Стратегические цели ООО «РУД»:

- ориентация на более широкий круг целевой аудитории;
- получить онлайн-известность;
- выстраивать отношения с уже существующими посетителями.

2. Для этого необходимо:

- думать о своей аудитории; желание быть полезным своей аудитории свидетельствует о правильном подходе к вопросу о формировании положительного корпоративного имиджа.

3. Изложение текущей менеджерской ситуации в режиме он-лайн:

- возраст: необходимо создать красочную заставку, которая будет ориентирована на молодое поколение (будущие предприниматели тоже наши клиенты), так же как и более солидную заставку, нацеленную на рынок старшего поколения (предприниматели со стажем).

4. Определить перечень опасностей и возможностей:

²⁵ Таблица составлена автором

1) опасности – существование различных типов анти-сайтов:

- пародийные сайты – сайты, которые похожи на сайты компании, которые они высмеивают;
- сайты ненависти – их единственная цель – нанести компании как можно больший ущерб. Сайты ненависти зачастую организуются влиятельными конкурентами, имеющими экономический вес.
- сайты-мнения – организуются потребителями, у которых сложилось твердое убеждение в отношении организации, что дает им еще одну возможность выразить свои чувства по поводу продукции. Подобные сайты также могут стать источником новостных материалов для журналистов и поводом для написания статьи об организации.

2) возможности:

- постоянная связь;
- мгновенный ответ;
- знание аудитории.

5. Определить перечень задач и проблем, возникающих перед сайтом, в зависимости от специфики организации.

6. Аудит интернет-сайта: продумать возможность эккаутинга в области аудита сайта.

7. Программа действий:

- выбор источников и ресурсов;
- ответственные лица;
- проведение исследований;
- выбор аудитории;
- официальная регистрация;
- онлайн-лицо компании;
- разнообразные полезные разделы;
- дискуссионные группы по интересам и т.д.

9. Разработать прогнозный бюджет.

10. Порядок контроля. Планы маркетингового развития сайта рассматриваются руководителем мини-отеля «РУД» и утверждаются, либо отклоняются.

План мероприятий по развитию интернет-сайта представлен в табл. 13. Внедрение мероприятий по развитию интернет-сайта гостиницы «РУД» будет способствовать привлечению новых клиентов, следовательно, повышению прибыли. Таким образом, число клиентов и рыночная доля отеля увеличатся.

Таблица 13

Маркетинговый интернет-план мини-отеля «РУД»²⁶

Стратегические задачи деятельности в Интернет	Инструменты Интернет-маркетинга	Интернет-технологии	Срок выполнения
1. Создание информационной базы с пакет-релизом и т.д.	Графические изображения, оптимизированный контент, навигационная структура.	HTML, XML, JavaScript, PHP, MySQL, Flash	2 недели
2. Создание динамического электронного каталога услуг и цен.	Модуль администрирования каталога.	HTML, XML, JavaScript, PHP, MySQL	1 неделя
3. Создание системы подбора консультаций и поиска возможных ответов по заданным критериям.	Инструменты обработки базы данных, использование приема кросс-селинга, создание страничек «Поиск услуги» и «Поиск цены ответа».	HTML, XML, JavaScript, PHP, MySQL	1 неделя
4. Создание системы on-line консультаций с менеджерами и целевыми потребителями.	On-line общение через Skype, создание странички «Менеджеры On-line».	HTML, PHP	3 дня
5. Привлечение целевых потребителей на сайт.	Размещение информации о сайте, в ньюсгруппах, на тематических порталах и досках объявлений	HTML, XML, JavaScript, PHP, MySQL, Flash	3 месяца

²⁶ Таблица составлена автором

3.3 Оценка экономического эффекта от предложенных мероприятий

Итак, для совершенствования информационного обеспечения деятельности мини-отеля «РУД» потребуется реализация следующих мероприятий:

- 1) Внедрение АСУ Opera Enterprise Solution;
- 2) Создание и продвижение интернет-сайта гостиницы.

Определим величину затрат на реализацию проекта внедрению АСУ Opera Enterprise Solution.

Структура затрат на проект может быть определена с помощью следующей формулы (1):

$$Z_{\text{проект}} = Z_{\text{зарплата}} + Z_{\text{соц.фонд}} + Z_{\text{лицензия}} + Z_{\text{тех.поддержка}} + Z_{\text{обучение}} + Z_{\text{прочее}} \quad (1)$$

где $Z_{\text{зарплата}}$ – учет заработной платы работников, привлекаемых к проекту, руб.;

$Z_{\text{соц.фонд}}$ – отчисления на социальные нужды, руб.;

$Z_{\text{лицензия}}$ – стоимость лицензий на систему Opera Enterprise Solution, руб.;

$Z_{\text{тех.поддержка}}$ – техническая поддержка АСУ Opera Enterprise Solution, руб.;

$Z_{\text{обучение}}$ – затраты на обучение персонала, руб.;

$Z_{\text{прочее}}$ – прочие расходы (канцелярские товары, электричество, услуги связи), руб.;

Общий фонд заработной платы работников, участвующих в проекте, содержит основную и дополнительную заработные платы (2):

$$Z_{\text{зарплата}} = Z_{\text{осн.}} + Z_{\text{доп}} \quad (2)$$

Основная заработная плата определяется исходя из месячной оплаты работников и трудоемкости по формуле (3):

$$Z_{\text{осн.}} = C_{\text{мес}} * T \quad (3)$$

где: $C_{\text{час}}$ - месячная тарифная ставка работника, руб/мес;

T - трудоемкость выполнения работы.

Дополнительная заработная плата принимается в размере 20 % от основной заработной платы (4):

$$Z_{\text{доп.}} = 20\% Z_{\text{осн}} \quad (4)$$

Расчет затрат на заработную плату работников приведен в табл. 14.

Таблица 14

Затраты на оплату труда работников при внедрении предложений²⁷

Должность работника	Затраты времени, мес.	Средняя месячная заработная плата, руб.	Всего затрат на заработную плату, руб.
Инженер	4	20 000	80 000
Системный администратор	3	15 000	45 000
Технолог	3	5 000	15 000
Основная заработная плата			120 000
Дополнительная заработная плата (30 % от основной)			36 000
ИТОГО			176 000

Необходимо также учесть отчисления на социальные нужды, которые в настоящий момент составляют 26% от фонда оплаты труда, т.е. 37 440 руб. за три месяца.

Стоимость серверной лицензии системы Opera Enterprise Solution Xpress для мини-отеля составляет 1500000 руб.

Стоимость пользовательской лицензии Opera Enterprise Solution (User License) - 5000 руб.

Таким образом, общие затраты на лицензию определяются по формуле (5):

²⁷ Таблица составлена автором

$$Z_{\text{лицензия}} = Z_{\text{серверная}} + Z_{\text{пользоват.}} * n \quad (5)$$

где: $Z_{\text{серверная}}$ – затраты на серверную лицензию, руб.;

$Z_{\text{серверная}}$ – затраты на пользовательскую лицензию, руб.;

n – количество пользователей, чел.

Так как на предприятии будет задействовано 15 пользователей, то необходима покупка одной серверной лицензии и 15 пользовательских лицензий, что составит:

$$Z_{\text{лицензия}} = 1500000 + 75000 = 1575000 \text{ руб.}$$

Стоимость технической поддержки на 1 год класса «Medium» равна 10% от общей стоимости лицензий, включает обновление версий (6):

$$Z_{\text{тех.поддержка}} = 10\% Z_{\text{лицензия}} \quad (6)$$

$$Z_{\text{тех.поддержка}} = 1575000 \text{ руб.} * 0,1 = 157500 \text{ руб.}$$

В табл. 15 приведен прейскурант на обучение рабочих на очных курсах системы Opera Enterprise Solution.

Таблица 15

Стоимость обучения по курсам системы Opera Enterprise Solution²⁸

Название курса	Длительность обучения, дни	Цена, руб.
Пользователь Opera Enterprise Solution (очный курс)	5	3600
Пользователь Opera Enterprise Solution (дистанционный курс)	20	2400
Технолог Opera Enterprise Solution (очный курс)	5	5600
Технолог Opera Enterprise Solution (дистанционный курс)	20	3400
Системный администратор Opera Enterprise Solution (очный курс)	10	9200
Системный администратор Opera Enterprise Solution (дистанционный курс)	40	6800

²⁸ Таблица составлена автором

В данной компании необходимо обучить:

- пользователь Opera Enterprise Solution (очное обучение) – 12 человек (43200 руб.);

- пользователь Opera Enterprise Solution (дистанционный курс) - 12 человек (28800 руб.);

- технолог Opera Enterprise Solution (очное обучение) – 2 человека (11200 руб.);

- системный администратор Opera Enterprise Solution (очное обучение) – 1 человек (9200 руб.).

Стоимость обучения в общей сложности составит 92 400 руб.

Реализация проекта будет включать такие затраты, как затраты на электроэнергию – 600 руб./мес., затраты на услуги связи (телефон, Интернет) – 2400 руб./мес., затраты на канцелярские товары – 1500 руб./мес. (данные взяты из бухгалтерской документации предприятия). Итого, за три месяца прочие расходы составят 13 500 руб.

Расчет затрат и их удельный вес в общей сумме затрат приведены в табл. 16.

Таблица 16

Смета затрат на внедрение АСУ гостиницы Opera Enterprise Solution²⁹

Наименование группы затрат	Сумма затрат, руб.
Заработная плата работников	176 000
Отчисления на социальные нужды	37 440
Стоимость лицензий	1 575 000
Техническая поддержка	157 500
Обучение персонала	92 400
Прочие расходы	13 500
Общий размер инвестиций	2 051 840

Таким образом, общие затраты на реализацию проекта внедрению АСУ Opera Enterprise Solution составят 2 051 840 руб.

²⁹ Таблица составлена автором

Состав затрат проекта по развитию интернет-сайта, включает в себя расходы связанные с выполнением работ на прединвестиционном, инвестиционном и эксплуатационном этапах.

1) Затраты прединвестиционного этапа ($Z_{пэ}$) это расходы по зарплате исполнителей (веб-дизайнер, программист):

- по исследованию предметной области решаемой проблемы;
- по выбору программных инструментальных средств для разработки программного продукта – интернет-сайта;
- по поиску и разработке возможных альтернативных решений поставленной задачи;
- по выбору и обоснованию основного решения по созданию программного продукта интернет-сайта.

2) Затраты инвестиционного этапа ($Z_{из}$) это расходы на реализацию идеи по разработке программного продукта:

- расходы по зарплате исполнителей (веб-дизайнер, программист) выполняющих работы по:

- а) разработке интернет-сайта;
- б) интеграции сайта с глобальной системой бронирования;
- в) тестированию логики интернет-сайта;
- в) тестированию достоверности обработки реальных данных;
- г) окончательной отладки интернет-сайта.

- затраты на материалы;
- расходы на отопление, освещение;
- косвенные расходы, связанные с продвижением сайта;
- оформление документации описывающей интернет-сайт и подписание акта его приемки-сдачи.

3) Затраты эксплуатационного этапа ($Z_{ээ}$) складываются из расходов по зарплате исполнителей по поддержке программного продукта.

В проекте по разработке программного продукта и его внедрении планируется участие двух специалистов: веб-дизанера и инженера -

программиста.

Средний размер заработной платы для указанных специалистов 15000 рублей в месяц. Основная заработная плата исполнителей проекта составила:

$$40 \cdot 8 \cdot 85,23 \cdot 2 = 54547 \text{ рублей.}$$

Расчет отчислений в социальные фонды по зарплате:

$$\text{Отчисления} = 54547 \cdot 0,26 = 14182 \text{ руб.}$$

Результаты расчетов затрат проекта по развитию интернет-сайта гостиницы сведены в единую таблицу сметы затрат (табл. 17).

Таблица 17

Смета затрат на разработку и продвижение интернет-сайта³⁰

Наименование группы затрат	Сумма затрат, руб.
Заработная плата работников	54 547
Отчисления в социальные фонды	14 182
Прочие расходы	23 100
Затраты на размещение баннерной рекламы	200 000
Общая сумма инвестиционных затрат	291 829

Результаты расчета сметы показали, что общая сумма инвестиционных затрат составила 291 829 руб., которые необходимо покрыть дополнительной прибылью от внедрения интернет-сайта.

Теперь необходимо определить эффективность мероприятий по совершенствованию информационного обеспечения деятельности мини-отеля «РУД».

После внедрения АСУ Opera Enterprise Solution ожидается повышение производительности, которое достигается благодаря оптимизации использования ресурсов гостиницы, экономии затрат на обработку данных и более эффективному осуществлению основных производственных операций.

С использованием автоматизированной системы управления гостиницей Opera Enterprise Solution время на обработку поступающих комплексных заявок на бронирование минимизируется, и информация о предстоящем заезде

³⁰ Таблица составлена автором

оперативно поступает в службу горничных, которым необходимо подготовить номер для приезда гостей. Также минимизируется время обработки данных по реализации пакетов услуг в бухгалтерии. Создание интегрированной гостиничной информационной сети, в центре которой находится современная система, позволяет свести к минимуму необходимость дублирования информации и, соответственно, избежать ошибок, возникающих при ручном вводе данных. Экономия труда даже одного работника в день позволит сэкономить за год существенную сумму, не говоря уже об избежании дорогостоящих ошибок.

Правильная организация работы горничных за счет использования оперативного управления номерным фондом позволит оптимально планировать загрузку обслуживающего персонала.

Наибольшей отдачей можно ожидать от использования блока оптимизации управленческих решений. Грамотно построенные управленческие отчеты, представляющие данные в обработанном для принятия решений, позволяют экономить время, необходимое для аналитики и сбора статистических данных. С получаемыми отчетами управляющий гостиницей может более точно определить позиционирование гостиницы, динамику изменения спроса и особенности предпочтений гостей, выявить наиболее важных клиентов и подготовить для них персонализированные предложения.

Использование данных о предпочтениях постоянных гостей позволяет предоставлять им уникальный персонализированный сервис, предупреждая их пожелания и предлагая дополнительные наиболее востребованные услуги. Результатом такого подхода станет то, что клиенты уедут из гостиницы с намерением вернуться и принесут гостинице больший доход во время своего проживания, а также создадут контактную рекламу гостинице среди своих друзей и партнеров.

Максимизация отдачи от номерного фонда достигается и благодаря возможностям систем управления оценивать ожидаемый процент не заездов по каждой категории гостей или сегменту рынка и устанавливать

соответствующий допустимый процент перебронирования, а также вести листы ожидания. Гостиница «РУД» регулярно теряла 5% броней от не заезда, то с помощью АСУ Opera Enterprise Solution этот показатель можно если не свести к нулю, то значительно уменьшить.

Таким образом, использование Opera Enterprise Solution позволит достичь повышения продаж, приверженности гостей гостинице и эффективности работы персонала. Гостиница превращается в управляемое предприятие, способное гибко реагировать на изменения в рыночной ситуации, что делает вложение средств в технологии полностью окупаемым.

Разработка и продвижение интернет-сайта позволит повысить эффективность рекламно-информационной деятельности гостиницы «РУД», следовательно, будет способствовать привлечению новых клиентов и повышению прибыли. Также доля интернет-бронирования должна возрасти с 14% до 25%.

Методом аналогий, опираясь на данные гостиниц Краснодара, планируется увеличение загрузки гостиницы «РУД» на 7%. Отдача от номерного фонда благодаря уменьшению процента не заездов увеличится на 3%. Таким образом, выручка мини-отеля с учетом реализации дополнительных услуг, должна вырасти в 2017 году на 12% (на 9 874 680 руб.) и составить 92 163 680 руб.

Снижение управленческих расходов за счет развития автоматизированной системы управления гостиницы составит по сравнению с 2016 годом 10% или 1 525 800 руб. Таким образом, рентабельность реализации возрастет по крайней мере до уровня 16%, следовательно чистая прибыль гостиницы в 2017 году увеличится на 17,7% и составит 14 746 189 руб.

Дополнительный доход от внедрения мероприятий характеризуется приростом чистой прибыли гостиницы в 2017 г. и составит 2 225 189 руб.

Общие затраты на проведение мероприятий по совершенствованию информационного обеспечения деятельности мини-отеля «РУД» составляют (8):

$$Z_{\text{общ}} = Z_{\text{АСУ}} + Z_{\text{сайт}} \quad (8)$$

$$Z_{\text{общ}} = 2\,051\,840 + 291\,829 = 2\,343\,669 \text{ руб.}$$

Определим экономическую эффективность предложенных мероприятий по совершенствованию информационного обеспечения деятельности мини-отеля «РУД» по формуле (9):

$$\mathcal{E} = \Delta_{\text{чист. приб.}} / Z_{\text{общ}} \quad (9)$$

$$\mathcal{E} = 2\,225\,189 / 2\,343\,669 = 0,949.$$

Срок окупаемости затрат составит:

$$T_{\text{ок}} = 2\,343\,669 / 2\,225\,189 = 1,05 \text{ года или } 1 \text{ год и } 0,6 \text{ месяца.}$$

Сведем расчеты в общую табл. 18.

Таблица 18

Расчет экономического эффекта от предложенных мероприятий³¹

№ п/п	Показатель	Значение
1	Затрату на внедрение АСУ, руб.	2 225 189
2	Затраты на интернет-сайт, руб.	291 829
3	Прирост выручки за счет внедрения (7%+3%), руб.	9 874 680
4	Планируемый объем выручки в 2017г., руб.	92 163 680
5	Экономическая эффективность, %	94,9
6	Срок окупаемости	1 год и 0,6 месяца

В целом, мероприятия по совершенствованию информационного обеспечения деятельности мини-отеля «РУД» можно считать экономически обоснованными.

³¹ Таблица составлена автором

Заключение

Информационные технологии организации служат стратегическим целям бизнеса, используются для управления деятельностью структур и объектов, финансовыми, информационными, материальными потоками и коллективами людей.

Специфика технологии разработки и реализации гостиничных услуг требует таких информационных систем, которые в кратчайшие сроки предоставляли бы сведения о доступности транспортных средств и возможностях размещения клиентов, обеспечивали бы быстрое резервирование и бронирование мест. Кроме того, должны быть также автоматизированы решения вспомогательных задач: бронирование развлекательных услуг, аренда автотранспорта, оформление документов (билеты, счета и путеводители), обеспечение расчетной и справочной информацией и другое.

Развитие гостиничного бизнеса требует качественно новых инструментов управления, и современные информационные технологии, в частности системы автоматизации, предоставляют отелям такие возможности.

Организовать работу гостиничного комплекса с максимальной эффективностью и в соответствии с современными мировыми требованиями можно только с использованием современных компьютерных технологий. Автоматизированная система управления гостиницы имеет интерфейс со смежными программами - бухгалтерской программой, АСУ ресторана, телефонным тарификатором, системой контроля доступа и, конечно, с системой удаленного бронирования. Эти системы, или подразделения, работают не изолированно друг от друга, а обмениваясь информацией между собой.

К настоящему времени разработано достаточно много различных систем управления гостиницей как зарубежных, так и отечественных, среди которых можно выбрать наиболее подходящую.

В результате проведенного анализа можно сделать следующие **выводы**:

- 1) Гостиница «РУД» оказывает качественные услуги по размещению, за годы

существования ей доверяют, она имеет достаточно высокий статус в городе и ряд постоянных клиентов, которые приезжают из других стран и городов.

- 2) Однако анализ отчета о прибылях и убытках показал хоть и увеличение показателей, но неустойчивое. Темп прироста чистой прибыли в 2015 году составил 46 %. Затем происходит замедление темпов прироста – 28,95 % в 2016 году. Показатели рентабельности также демонстрируют замедление темпов роста. Данные экономического анализа подтверждает и среднегодовая загрузка отеля: в 2016 году составила 63% и по сравнению с 2015 годом снизилась на 4%.
- 3) Компания обладает достаточно устойчивыми финансовыми ресурсами, которые позволяют ей проводить как внутренний ремонт и реконструкцию, так и проведение рекламных мероприятий. В то же время слабая организация менеджмента из-за несовершенства информационного обеспечения не позволяет гостинице оперативно реагировать на постоянно изменяющиеся запросы потребителей гостиничных услуг и в долгосрочной перспективе это может привести к неблагоприятным последствиям для организации в целом.
- 4) В целом, доля интернет-бронирования у анализируемой гостиницы невелика (14%). Поэтому нужно повышать доверие клиентов к бронированию номеров на сайте гостиницы «РУД», чтобы гостиница не теряла прибыль за счет участия в сбытовом процессе посредников (агентств интернет-бронирования).
- 5) Для автоматизации управления в гостинице используется система ORAK Отель R5. Данная система не соответствует всем современным требованиям, поэтому необходимо проведение мероприятий по развитию автоматизированной системы управления гостиницы «РУД».

Для повышения эффективности деятельности мини-отеля «РУД» **предлагается** внедрить новую автоматизированную систему управления гостиницей Opera Enterprise Solution, что должно способствовать чёткой

координации работы предприятия и повышению уровня качества обслуживания.

Использование Opera Enterprise Solution позволит достичь повышения продаж, приверженности гостей гостинице и эффективности работы персонала. Гостиница превращается в управляемое предприятие, способное гибко реагировать на изменения в рыночной ситуации, что делает вложение средств в технологии полностью окупаемым.

Также было **предложено** обновление, а точнее разработка и продвижение нового сайта гостиницы в Интернете. Это было определено следующими факторами:

1) Интеграции сайта гостиницы с глобальной системой бронирования позволит бронировать номера напрямую без маржи посредников.

2) Растет рекламная роль Интернета и эта тенденция будет продолжаться в последующие годы. Поэтому эффективнее разрабатывать для гостиницы не только свой сайт, но и рекламную компанию проводить через Интернет.

Внедрение мероприятий по развитию интернет-сайта гостиницы «РУД» будет способствовать привлечению новых клиентов, следовательно, повышению прибыли. Также доля интернет-бронирования должна возрасти с 14% до 25%.

Общие затраты на проведение мероприятий по совершенствованию информационного обеспечения деятельности мини-отеля составят 2 343 669 руб.

Дополнительный доход от внедрения мероприятий характеризуется приростом чистой прибыли гостиницы в 2017 г. на 17,7% и составит 2 225 189 руб. Срок окупаемости затрат составит 1 год и 0,6 месяца.

В целом, мероприятия по совершенствованию информационного обеспечения деятельности мини-отеля «РУД» можно считать экономически обоснованными.

Список использованной литературы

1. Батра Р. Рекламный менеджмент: Пер. с англ. / Р. Батра, Д.Д. Майерс, Д.А. Аакер. – 8-е изд. – М.: Вильямс, 2012. – 780 с.
2. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учеб. - М.: КНОРУС, 2013. - 672 с.
3. Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. – Минск: Новое знание, 2012. - 337 с.
4. Брага В.В., Бубнова Н.Г. Автоматизированные информационные технологии. – М.: Компьютер: ЮНИТИ, 2012. – 316с.
5. Браймер Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Пер. с англ. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 452 с.
6. Ветитнев А.М., Коваленко В.В., Коваленко В.В. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие. - М.: ФОРУМ, 2013. - 406 с.
7. Волков В.И. Экономика предприятия: учеб. – М.: ИНФРА-М, 2013.- 487 с.
8. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме: учеб. пособие. - Минск: Новое знание, 2013. - 446 с.
9. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учеб. пособие. – 3-е изд., стереотип. – Минск: Новое знание, 2012. - 516 с.
10. Кабушкин, Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учеб. – 3-е изд., перераб. и доп. – Минск: Новое издание, 2012. – 368 с.
11. Каверина Т.П., Квартальнов В.А., Зорин И.В. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности. - М.: Финансы и статистика, 2012. - 372 с.
12. Кеглер Т., Доулинг П., Тейлор Б. Реклама и маркетинг в Интернете. - М.: Альпина Паблишер, 2012. – 562 с.
13. Крутик А.Б. Информационные технологии в турбизнесе. - СПб.: БМИТ, 2014. - 327 с.
14. Моргунов Е. Управление персоналом: Исследование, оценка, обучение. - М.: Бизнес-школа «Интел-синтез», 2012. - 354 с.

15. Морозов М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. - 3-е изд. стер. - М.: Академия, 2013. - 340 с.
16. Папирян Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. – М.: Экономика, 2012. - 451 с.
17. Райзберг Н.К. Курс экономики. - Ростов-на-Дону: изд. «Феникс», 2015 . - 210 с.
18. Скобкин С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма. – М.: Магистр, 2013. - 272 с.
19. Смолкин А.М. Менеджмент: Основы организации. - М.: Высшая школа приватизации и предпринимательства, 2014. - 544 с.
20. Сорокина А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. – М.: Инфра-М, 2013. - 254 с.
21. Фей М. Реклама, маркетинг и дизайн в Интернете.– М.: Инфра - М, 2012. - 305 с.
22. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. - СПб: Питер, 2013. - 384 с.
23. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг. -М.: Финансы и статистика, 2014. - 528 с.
24. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: учеб. пособие. - М.: Дело, 2012. - 496 с.
25. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий: учеб. пособие. – М.: «Инфра-М». 2014. – 296 с.