

УДК 640.4:004
МРНТИ 71.35.13

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА:
ПРИМЕНЕНИЕ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ (НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ RIXOS ALMATY)**

**ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚ САЛАСЫНДАҒЫ АҚПАРАТТЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАР:
ҚОЛДАНЫЛУЫ ЖӘНЕ ТИІМДІЛІГІ (RIXOS ALMATY ҚОНАҚ ҮЙІНІҢ ҮЛГІСІНДЕ)**

**INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE FIELD OF HOSPITALITY: APPLICATION
AND EFFICIENCY (THE CASE OF HOTEL RIXOS ALMATY)**

Б.А. МУКАШЕВА, Ү.С. ЕСАЙДАР
Б.А. МУКАШЕВА, Ү.С. ЕСАЙДАР
B.A. MUKASHEVA, U.S. ESAIDAR

(Алматынський технологический университет, РК)
(Алматы технологиялық университеті, ҚР)
(Almaty Technological University, Kazakhstan)
E-mail: balzhanka@mail.ru

В данной статье рассмотрены проблемы повышения конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства на внутренних и внешних рынках с помощью внедре-

ния информационных технологий. Показана система управления продажами отеля, рассмотрен модуль ART (Automated Request Tools), позволяющий потенциальным клиентам отеля в режиме реального времени бронировать номера, а также внедрение компьютерных 3D-туров для заочного знакомства с гостиницей.

Бұл мақалада ақпараттық технологияларды енгізу арқылы ішкі және сыртқы нарық-тарда туристік кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру мәселелері қаралды. Қонақ үйді сатуды басқару жүйесі көрсетіліп, қонақ үйдің әлуемті клиенттеріне нақты уақыт тәртібінде нөмірлерді жазып алуға, сондай-ақ қонақ үймен терең танысу үшін компьютерлік 3D-турлар енгізуге мүмкіндік беретін ART (Automated Request Tools) модулі қарастырылған.

In this article, the problems of increasing the competitiveness of tourist enterprises in the domestic and foreign markets with the help of the introduction of automated information technologies are considered. The hotel sales management system is shown, the ART (Automated Request Tools) module is considered, which allows potential clients of the hotel to book numbers in real time, as well as the introduction of computer 3D tours for an in-depth acquaintance with the hotel. With the help of AIT, the competitiveness of tourism enterprises is increasing.

Ключевые слова: информационные технологии, автоматизация, автоматизированная система управления, интернет, инновация, интернет-маркетинг, мобильное приложение, поисковая сеть.

Негізгі сөздер: ақпараттық технологиялар, автоматтандыру, автоматтандырылған басқару жүйесі, интернет, инновация, интернет-маркетинг, мобильдік қосымшалар, іздеу желісі.

Keywords: Information Technology, Automation, Property Management System, Internet, innovation, Internet marketing, mobile application, search network.

Введение

В условиях снижения экономической активности и падения покупательской способности организации сферы гостеприимства нуждаются в значительных изменениях, способных привлечь клиентов, повысить качество и расширить ассортимент предоставляемых услуг с целью увеличения своей конкурентоспособности и возможностей выживания в условиях кризиса. Одним из основных направлений в данной сфере является разработка и применение информационных технологий, которые могут стать мощным толчком в процветании той или иной отрасли [1].

Цель данного исследования заключается в обосновании необходимости использования информационных технологий для повышения конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства, а именно отелей.

Объекты и методы исследований

Объект исследования – информационные технологии и способы их применения в сфере гостеприимства. В работе использованы общенаучные (обобщение, анализ, синтез) и эмпирические (сравнение, наблюдение) методы исследования.

Результаты и их обсуждение

Один из эффективных методов развития деятельности гостиничного бизнеса сегодня – это внедрение информационных технологий.

Пользование услугами технического обмена помогает оперативно управлять финансовым оборотом, маркетинговым планированием, разрабатывать и продавать пакеты услуг клиентам, увеличивать конкурентоспособность и повышает уровень качества обслуживания клиентов.

На современном этапе на рынке гостиничных услуг обеспечить безопасность каждого клиента, в том числе информационную – одна из основных задач руководства и персонала отеля.

Ведь, только так заведение будет пользоваться популярностью у людей, так как без доверия в данной отрасли очень быстро можно потерять даже самый высокий рейтинг, вот почему на современной технике и на ее обслуживании экономить не стоит.

Следует отметить, что гостиницы – это сложный механизм, поэтому обеспечить безопасность информации в них непросто. Свя-

зано это в первую очередь со спецификой работы гостиничной сети, все данные о посетителях отражаются в базе отеля, т.е. теоретически все эти данные можно «вытащить». Поэтому посетителям нужно знать не только, где можно остановиться, но и в каком отеле уровень безопасности достаточно высокий [2].

Возникает вопрос об информации, подлежащей защите. Специфика ее в том, что в защите нуждается информация не только самого заведения, но и те данные, которые предоставляют посетители. Учитывая, что в современном мире есть много способов оплаты счетов, то все мероприятия касаются в первую очередь защиты финансовых данных, т.е. номера и коды карт, информация о счетах клиентов и т.д. играют немаловажную роль, постоянное обслуживание компьютерной техники, работа современной антивирусной системы. В крупных гостиницах и комплексах специалисты по защите информации находятся в штате. Контроль доступа может осуществляться и на другом уровне – использование электронных замков с индивидуальными картами. Наиболее эффективными на данный момент являются интегрированные системы, которые подразумевают работу как с компьютерной техникой и базами данных, так и работа видеосистем, и непосредственная работа охраны.

Одно из важнейших преимуществ, на наш взгляд, это комплексность взаимосвязи программных модулей, которая повышает качество взаимодействия служб отеля и отделов, тем самым упрощает двойной ввод информации, т. е., время, которое могло быть потрачено на ввод информации, теперь используется более эффективно для улучшения работы отеля [3].

Большинство фирм-разработчиков осуществляют сопровождение своих программных продуктов и обучение пользователей. При этом предусмотрена возможность тренинга персонала в режиме реального функционирования системы на их рабочих местах. Данные обстоятельства повышают эффективность распространения типовых программных продуктов в области гостиничного бизнеса.

На рынке программного обеспечения представлено на сегодняшний момент немало хорошо себя зарекомендовавших информационных систем для автоматизации гостиничного дела. Среди иностранных систем наиболее

распространенными можно считать Fidelio и Lodging Touch.

Среди разработок, внедренных и успешно функционирующих в сфере автоматизации управления гостиничным комплексом, можно отметить такие программные продукты как «Эдельвейс», «Реконлайн», «Барсум» (фирма «Рек-Софт»), система Hotel-2000 (фирма «Интур-Софт»), системы «Отель-Симпл», «Меридиан-1» (фирма Nortel), система Kei-Hotel (фирма Kei-Company).

Такого рода автоматизированные системы управления предназначены для упрощения выполнения рутинных операций персонала и руководства отеля. В результате образуется тесная связь между различными службами, что повышает эффективность и позволяет избежать многих ошибок. Большинство процессов, к примеру, такие как прием и размещение крупных групповых и корпоративных заказов, применение гибких тарифов, становятся легко осуществимыми посредством использования компьютерных систем. Появляется также возможность использовать систему в качестве средства контроля состояния отеля и финансовых потоков, что приводит к уменьшению злоупотреблений персоналом. В системах предусмотрен функционал для ведения централизованного учета начислений и расчетов, как с посетителями, так и со смежными организациями. Применение автоматизированных систем приводит к более легкому и качественному управлению гостиничным комплексом благодаря тому, что управляющий персонал получает актуальные сведения о состоянии дел в текущий момент времени и прогнозу на будущее, вследствие чего возникает возможность принятия правильных и своевременных управленческих решений. Помимо расширенных возможностей по автоматизации управления, такие системы предоставляют дополнительные функции, повышающие качество сервиса для гостей [4].

Вследствие того, что системы позволяют учитывать предпочтения гостей, они становятся центром внимания и получают индивидуально-ориентированное обслуживание. Для гостя процедура получения услуги становится более простой и прозрачной. Компьютерные системы имеют возможность долговременного хранения большого массива данных, доступ к которым может осуществляться незамедлительно при запросе. Пос-

кольку системы хранят данные по каждому посетителю, когда-либо проживавшему в отеле, то при его следующем обращении происходит быстрое поселение и учет пожеланий гостя.

В работе любого отеля важное место занимает система управления продажами отеля. Кроме его прямого назначения, управление продажами, существует еще множество других: организация и проведение мероприятий и банкетов в отеле, бронирование и аренда конференц-помещений, заключение контрактов и контроль их выполнения, проверка работы коммерческого отдела, исследование до-ходных заявок и др. Эта система создана для увеличения продаж с максимальной экономией ресурсов и времени.

Например, клиенту, заказавшему мероприятие, в первую очередь, необходим пакет услуг, с помощью системы управления продажами его создание происходит за минуты, и пользователь получает доступ к огромному количеству категорий, опций, описаний и предложений. А инвентарный модуль, который подключен к системе, контролирует состояние дополнительных услуг и оборудования, предоставляет данные о наличии каждого вида оборудования в любой промежуток времени.

Современные АИТ (автоматизированные информационные технологии) производимы не только в локальной сети отеля, но могут быть подключены к глобальной сети Интернет. Специальный модуль системы (ART, Automated Request Tools), (автоматизированные инструменты бронирования) выполнен по принципу (ASP, application service provide provider), работает на любом компьютере, подключенном к сети Интернет. Модуль ART позволяет потенциальным клиентам отеля в режиме реального времени бронировать номера, конференц-помещения, подавать заявки на проведение мероприятий.

Сейчас каждый отель из сетей «Sheraton», «Hyatt», «Inter-Continental», «Kempinski», «Best Western» и др. работает по выделенному каналу связи компьютерной системы бронирования (CRS, computer reservations system).

Предлагаем такую же систему предложить отелю Rixos Almaty, так как GRS позволяет не только в режиме реального времени принимать заявки и передавать подтверждение бронирования, но и предлагает отелям реализовывать гибкую маркетинговую и ценовую политику, при этом получая максимальный доход от каждой полученной заявки.

Новомодной тенденцией мирового туристического бизнеса является массовое внедрение компьютерных 3D-туров. Но анализируя сайт отеля Rixos Almaty, видим, что 3D-тур на сайте еще не был внедрен, поэтому было бы большим преимуществом внедрить на сайте 3D-тур [5].

Потенциальный Клиент отеля Rixos Almaty с помощью 3D-тура сможет виртуально увидеть будущее место отдыха.

3D-туры – это несколько склеенных панорам, соединенных в «активных точка», нажимая на которые, клиент перемещается из одной панорамы в другую, как листая фотоальбом. Такие трехмерные туры предназначены для того, чтобы в сети показать потенциальному клиенту все, что его интересует об отеле. Фактически, это возможность осмотреть отель, не отходя от своего компьютера.

Очевидно, что важным шагом при вступлении на путь автоматизации отеля является выбор оптимальной системы, поскольку в настоящее время на рынке присутствует разнообразное программное обеспечение в данной сфере, отличающееся как по функционалу, так и по цене. Использование компьютерных систем на основе собственных разработок отдела предприятия является абсолютно бесперспективным, поскольку такие системы не будут обладать всей мощью специализированных систем, разработанных крупными производителями программного обеспечения.

Трудной задачей является оценка эффективности автоматизации гостиничного комплекса вследствие того, что очень сложно оценить именно ее вклад в эффективность функционирования всего предприятия в целом. Поскольку показатели эффективности внедрения компьютерных систем обычно напрямую не вычисляются, то ее рассчитывают по косвенным показателям, к которым в первую очередь следует отнести рост:

- наполняемости отеля, вследствие различных факторов, к примеру, таких как использование системы интернет-бронирования, повышения качества работы с бронированием групповых и корпоративных заказов;
- доходов от предоставления различных дополнительных услуг в номерах и на территории гостиничного комплекса, к которым относятся телефонная связь, интернет кабельный, беспроводной Wi-Fi), телевизионные услуги;
- дохода ресторана, обусловленного увеличением наполняемости отеля;

- престижа отеля в целом.

Очевидно, что увеличение данных показателей эффективности приводит к снижению общих издержек отеля вследствие использования систем автоматизации управления и контроля средств, материально-технической базы, фондов.

Помимо прочего, следует учитывать традиционные характеристики, присущие любому автоматизированному системам управления предприятием, такие как технические возможности внедряемой системы, ее эксплуатационные качества, стоимость, поддержка производителем и т.д.

Таким образом, к выбору автоматизированной системы управления гостиничным бизнесом следует подходить очень тщательно и со всей ответственностью. Принимаемое по автоматизации решение должно быть взвешенным, удовлетворяющим все заинтересованные стороны.

Заключение

Потенциальный клиент, листая в сети Интернет страницы с названиями и характеристиками отелей, обязательно перейдет по ссылке на сайт того отеля, в котором будет осуществляться не только бронирование номеров в режиме реального времени, но и компьютерные 3D-туры, отзывы о хорошей работе отеля, которые, безусловно, зависят от

внедрения и эффективной работы информационных технологий. То есть, внедрение информационных технологий позволяет субъекту сферы гостеприимства не только привлечь потенциальных клиентов, но и удержать большим количеством поощрений наиболее ценных существующих клиентов. А это, в свою очередь, увеличивает конкурентоспособность гостиничных предприятий на внутреннем и внешних рынках.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Черненко В.А., Качалова О.И., Локтева О.А. Современные тенденции в развитии гостиничного сервиса // Техничко-технологические проблемы сервиса.– 2013. – №1 (23). – С.113-117
2. Роглев Х.Й. Основы гостиничного менеджмента.– К.: Кондор, 2009. – 408 с.
3. Тимиргалеева Р.Р. Современные информационные технологии в организации эффективного управления логистикой туристической отрасли Крыма / под ред. И.Ю. Гришин. - Ялта.: Изд-во Гуманитарные науки 2014. – № 1 (27). – С. 112-118.
4. Гаранина Ю.А. Информационные системы оперативного управления туристской фирмой / под общ. ред. А.И. Сеселкина. – М.: Турист, 2012. – 220 с.
5. Отель Rixos Almaty. [Интернет ресурс]. Режим доступа. <http://almaty-ru.rixos.com/gallery/list/http://almaty-ru.rixos.com/181/232/0> . (Дата обращения 08.02.2018).