

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-64>

УДК 338.48

Обґрунтування потреби використання програми “Channel Manager” в управлінні діяльністю готельного бізнесу

Мелень О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічного аналізу та обліку
Харківського національного технічного університету
«Харківського політехнічного інституту»

Стригуль Л.С.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічного аналізу та обліку
Харківського національного технічного університету
«Харківського політехнічного інституту»

Побережна Н.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічного аналізу та обліку
Харківського національного технічного університету
«Харківського політехнічного інституту»

Розвиток туризму в Україні потребує застосування інноваційних підходів до організації управління галуззю як на макрорівні, так і на мікрорівні. Управління готельними підприємствами є важливим видом професійної економічної діяльності, що спрямована на підвищення конкурентоздатності пропонованих послуг на ринку туризму, створення й підтримку іміджу підприємства і, як результат, на прибутковість його діяльності. Динамічне зростання туристичних потоків спонукає підприємства готельного бізнесу використовувати новітні інформаційні технології в управлінні готельною справою для досягнення своєї мети.

Ключові слова: туристичний бізнес, управління діяльністю, інтерактивні технології, новації, електронні канали збуту.

Melen O.V., Strygul L.S., Poberezhna N.N. ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГРАММЫ “CHANNEL MANAGER” В УПРАВЛЕНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Развитие туризма в Украине требует применения инновационных подходов к организации управления отраслью как на макроуровне, так и на микроуровне. Управление гостиничными предприятиями является важным видом профессиональной экономической деятельности, направленной на повышение конкурентоспособности предлагаемых услуг на рынке туризма, создание и поддержание имиджа предприятия и, как результат, на прибыльность его деятельности. Динамичный рост туристических потоков побуждает предприятия гостиничного бизнеса использовать новейшие информационные технологии в управлении гостиничной делом для достижения своей цели.

Ключевые слова: туристический бизнес, управление деятельностью, интерактивные технологии, новации, электронные каналы сбыта.

Melen O.V., Strygul L.S., Poberezhna N.N. REASONING THE NEED FOR THE USE OF CHANNEL MANAGER IN MANAGEMENT OF THE ACTIVITY OF THE HOTEL BUSINESS

The development of tourism in Ukraine requires certain innovative approaches to the organization of management of the industry both at the macro and micro level. The management of hotels is an important professional economic activity which aims at increasing the competitiveness of the offered services in the tourism market, creating and maintaining the image of the company and, as a result, on the profitability of its activities. The dynamic growth of tourist flows encourages hotels to use the latest information technology in the management to achieve its goals.

Keywords: tourism business, activity management, interactive technologies, innovations, online sale channels.

Постановка проблеми. В умовах нинішньої економічної невизначеності туризм є одним з небагатьох секторів економіки України, який

активно розвивається. Подальший розвиток туризму в Україні потребує застосування інноваційних підходів до організації управління

галуззю як на макрорівні, так і на мікрорівні. Ефективна діяльність на туристичному ринку вимагає від керівного складу й персоналу підприємства знань та навичок, їх умілого використання, що дає змогу формувати нові конкурентоспроможні стратегії діяльності. Шанс на успіх матимуть ті туристичні підприємства, які зуміють адекватно відповісти на нові виклики ринку [1]. Головним фактором ефективної роботи в туристичному бізнесі є кількість і якість продажів. Вплинути на продажі, покращити їх якість, максимально підвищити ефективність роботи можливо шляхом використання новітніх технологій в системі управління діяльністю підприємств туристичної сфери.

Аналіз досліджень та публікацій. Дослідженню розвитку діяльності готельних підприємств в Україні присвячено праці вітчизняних науковців, таких як Г.А. Андрощук, Л.О. Іванова, Т.В. Буряк, Г.Я. Круль, М.П. Мальська, О.Ф. Моргун, І.Г. Пандяк, П.Р. Пуцентейло, С.В. Скибинський та А.В. Цірат. Однак небагато є напрацювань, які презентують у комплексі широкий спектр процесів і явищ, що відбуваються в туристичних підприємствах. Готельний бізнес постійно розвивається, і для зручності управління готельним підприємством використовуються нові методи й технології управління та обслуговування у секторі туризму. Отже, вивчення новаційних підходів в управлінні готельними підприємствами і досі є актуальним для нашої країни.

Формулювання цілей статті. Важко собі уявити раціональне чи ефективне управління суб'єктами, котрі надають туристичні послуги за принципом інтуїтивних дій або лише професійного досвіду. Необхідні ґрунтовні, глибокі знання, підкріплені сучасними інформаційними системами.

Метою статті є розкриття новаційних підходів в управлінні діяльністю готельним бізнесом в Україні на сучасному етапі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині туристична галузь в Україні динамічно розвивається. Особливо інтенсив-

ний розвиток внутрішнього туризму спостерігається з 2014 року, коли кризова ситуація в економіці та політиці, падіння попиту на виїзний туризм змінили ситуацію в українському туризмі. Розробляються нові маршрути, розвивається готельна інфраструктура, підвищується рівень обслуговування туристів і поліпшується відвідуваність туристичних об'єктів.

В Україні є всі передумови для розвитку туристичної сфери [2]. Наша країна володіє сукупністю необхідних та унікальних ресурсів, які формують передумови для ефективного та високоприбуткового розвитку туристичної сфери. Туристичні можливості України викликають велику зацікавленість і у представників міжнародної туристичної індустрії.

У таблиці 1 надаються показники розвитку туристичної галузі протягом 2014–2017 років.

Динамічне зростання туристичних потоків та, як результат, зростання надходжень від туристичної діяльності спонукають підприємства готельного бізнесу використовувати новітні інформаційні технології в управлінні готельною справою.

Прийняття управлінських рішень передбачає врахування сподівань і потреб клієнтів. Адже туристичне підприємство є учасником ринку, який створює можливості для його функціонування і розвитку та одночасно контролює його діяльність у сфері задоволення потреб учасників туристичного руху [1].

Управління готельними підприємствами є важливим видом професійної економічної діяльності, що спрямований на досягнення їхньої мети. Система управління діяльністю готелю, продажу, бронювання номерів, облік діяльності – це концепція управління, яка є унікальною за своєю ідеєю і задумом. Ця система являє собою повнофункціональне рішення, призначене як для незалежних готелів, так і для готельних мереж, як для невеликих готелів з обмеженим набором послуг, так і для шикарних 5-зіркових готелів.

Система управління діяльністю підприємств туристичного бізнесу дає змогу вирішу-

Таблиця 1

Динаміка розвитку туристичної галузі України за 2014–2017 рр. [3]

Роки	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон	Кількість іноземців, які відвідали Україну	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами	Внутрішні туристи
2014	22437671	12711507	2425089	322746
2015	23141646	12428286	2019576	357027
2016	24668233	13333096	2549606	453561
2017	26437413	14229642	2806426	476967

вати певні завдання: від продажу, бронювання, прийому і розміщення гостей, організації конференцій і банкетів та управління зв'язками з клієнтами до надання повних даних для фінансового контролю та управлінського обліку діяльності підприємства.

Гостьовий цикл підприємств туристичного бізнесу складається з чотирьох фаз: бронювання; прибуття в готель, реєстрації і розміщення клієнта; проживання й обслуговування клієнта в готелі та виїзду з готелю.

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

У процесі першого потенційного контакту клієнт отримує від працівника готелю вагому інформацію про структуру послуг, розташування відомих об'єктів, тарифи тощо або може підтвердити важливу для себе інформацію про засіб розміщення.

Такий алгоритм бронювання не є зручним у використанні. Він займає час, і клієнт не завжди має достовірну інформацію щодо кількості вільних номерів та їх розміщення.

Для підприємств туристичної сфери Інтернет у сучасних умовах є дуже важливим каналом, що дає змогу репрезентувати пропозицію широкому колу потенційних клієнтів. Висока ефективність комунікативних властивостей Інтернету забезпечує можливість скорочення часу на пошук партнерів, прийняття рішень, здійснення угод, розроблення нових туристичних продуктів. Його комунікативні характеристики володіють високою гнучкістю, що допомагає легко оновлювати інформацію і тим самим, підтримувати її актуальність без тимчасової затримки та витрат на розповсюдження [1].

Якісне підвищення ефективності функціонування інформаційних систем управління (ІСУ) готельним бізнесом досягається за рахунок використання комплексних програмно-технічних рішень.

Використання комп'ютерних систем бронювання дає змогу суттєво покращити якість обслуговування клієнтів за рахунок скорочення часу на оформлення номерів (місць), забезпечити їх бронювання, підвищити якість і ефективність роботи персоналу.

Вони мають великий вплив на весь туристичний бізнес, оскільки надають не тільки послуги проживання в готелях, але і послуги

авіаліній, оренди автомобілів, круїзні поїздки, інформацію про місце перебування, курси валют, повідомлення про погодні умови, автобусне і залізничне сполучення. Тобто такі системи дають змогу резервувати усі основні сегменти туру – від місць проживання в готелях до квитків у театр і страхових полісів. Впровадження систем бронювання дає змогу суттєво скоротити час на обслуговування клієнтів, забезпечити резервування в режимі on-line, знизити собівартість послуг, оптимізувати формування маршруту туристів за ціною, часом польоту й іншими завданнями [4].

Підприємствам готельного бізнесу складно налагодити чітку роботу й оптимізувати час без створення єдиної інтегрованої інформаційної системи, в якій постачальники і партнери зможуть координувати свою діяльність, планувати продаж і замовлення, контролювати обсяги продажів, прогнозувати і закладати розрахунки щодо розвитку ринку та тенденцій.

З розвитком готельного бізнесу у готелів з'являються нові канали збуту. Одними з найголовніших і домінуючих останнім часом є електронні канали продажу готелів.

Ефективність і раціональність управління продажами на on-line-ресурсах підприємств туристичного бізнесу залежить від інформації і швидкості її отримання. Миттєва зміна тарифів і наявності номерів під впливом мінливого споживчого попиту, конкурентних дій і зовнішніх умов вимагає від підприємств бачення всієї картини відразу, оскільки вони повинні мати можливість приймати ділові рішення швидко, щоб ці рішення відбивалися миттєво на відповідних ресурсах.

Процес купівлі on-line здійснюється за підтримки інтерактивної технології, що дає клієнтові нові переваги, такі як: швидкість доступу до пропонованої інформації, можливість оцінки вартості угоди в часі, масовий чи індивідуальний вибір, швидка відповідь, певний продукт для певного клієнта у певному часі, доступ до інших клієнтів, а також зручність і задоволення [5].

Для спрощення роботи підприємств готельного бізнесу з усіма електронними каналами продажів спеціально розроблена програма "Channel Manager". Це унікальна програма, яка дає можливість управління єдиною квотою відразу в декількох каналах продажів. А отже, підприємства туристичного бізнесу, які використовують цю програму, отримують такі переваги, як збільшення доходу готелю, його рентабельності, зростання ефективності

управління готелем та істотну економію часу. “Channel Manager” забезпечує підприємствам туристичної сфери повний контроль, надаючи всю необхідну, своєчасну та достовірну інформацію для прийняття рішень і прискорення процесу їх упровадження.

Використовуючи цю програму, менеджерам готелю не потрібно заходити окремо в кожну систему бронювання та коригувати доступність і вартість номерів. Вони мають можливість аналізувати ціни своїх конкурентів, не заходячи на кожний їхній сайт; бачити статистику продажів за періодами, каналами продажів, країнами, додатковими послугами; мають можливість управління тарифними планами і єдиної квотою одночасно у всіх каналах продажів та змогу ефективного управління інформацією про наявність номерів і тарифи, змінюючи і надаючи поновлення одночасно всім організаціям туристичних агентств, з якими вони співпрацюють.

Програма “Channel Manager” дає змогу максимально ефективно організувати роботу з більш ніж 60 сайтами бронювання, такими як Booking.com, Expedia, Agoda, HRS, LateRooms,

Orbitz, Hostelsclub, HostelWorld, Oktogo, HRS.com і багатьма іншими. Підприємства туристичної сфери мають можливість бронювати у готелях номери без зайвих дзвінків, а на актуалізацію даних, пов'язаних із тарифами та бронюваннями, не потрібно витратити час.

Зручність використання цієї програми полягає в тому, що інформація про всі бронювання зберігається в одному екстрнеті. Готелю не потрібно встановлювати будь-які спеціальні програми, йому досить мати доступ в інтернет, причому працювати можна з будь-якого мобільного пристрою.

Висновки. Готельний бізнес постійно розвивається, і для зручності управління готельним підприємством використовуються нові методи й технології управління та обслуговування. Використання сучасних інформаційних технологій дає змогу зробити основні процеси управління підприємствам туристичного бізнесу максимально ефективними за досить короткий час, а також автоматизувати не лише всі етапи роботи з клієнтом, а й більшість сфер господарської діяльності готелю. Ці системи стають одним із визначальних факторів репутації і престижу готелю.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Менеджмент туристичного підприємства. URL: https://pidruchniki.com/1584072043685/turizm/menedzhment_turistichnogo_pidpriyemstva
2. В.В. Талалай Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Інновації та науковий потенціал світу» (м. Київ, 17.03.2016 р.) Вінниця: Видавництво-друкарня «ДІЛО», 2016. 52 с. С. 18–20. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/talalaj.htm
3. Туристичні потоки. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
4. С.В. Мельниченко Автоматизовані системи бронювання в туризмі [Мельниченко С.В.] // Культура народів Причорномор'я. 2008. № 140. С. 96–100.
5. Електронні системи бронювання і продажу туристичних послуг. URL: https://pidruchniki.com/1595021043732/turizm/elektronni_sistemi_bronyuvannya_prodazhu_turistichnih_poslug

REFERENCES:

1. Menedzhment turystychnoho pidpriyemstva [Elektronnyi resurs]. / Rezhym dostupu: https://pidruchniki.com/1584072043685/turizm/menedzhment_turistichnogo_pidpriyemstva
2. V. V. Talalai Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku turystychnoi haluzi v Ukraini // Materialy Mizhnarodnoi naukovy-praktychnoi konferentsii “Innovatsii ta naukovyi potentsial svitu” (m. Kyiv, 17.03.2016 r.) Vinnytsia: Vydavnytstvo-drukarnia “DILLO”, 2016. 52 s. С. 18–20. [Elektronnyi resurs]. / Rezhym dostupu: http://tourlib.net/statti_ukr/talalaj.htm
3. Turystychni potoky. [Elektronnyi resurs] // – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
4. S. V. Melnychenko Avtomatyzovani systemy broniuvannya v turyzmi [Melnychenko S.V.] // Kultura narodov Prychernomoria. 2008. № 140. S. 96–100.
5. Elektronni systemy broniuvannya i prodazhu turystychnykh poslug. [Elektronnyi resurs]. / – Rezhym dostupu: https://pidruchniki.com/1595021043732/turizm/elektronni_sistemi_bronyuvannya_prodazhu_turistichnih_poslug

Reasoning the need for the use of channel manager in management of the activity of the hotel business

Melen O.V.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economic Analysis and Accounting,
National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"

Strygul L.S.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economic Analysis and Accounting,
National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"

Poberezhna N.N.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economic Analysis and Accounting,
National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"

Today, the tourism industry in Ukraine is developing dynamically. The growth of tourist flows and as well as growing income from tourism activity, encourages enterprises of the hotel business to use the latest information technology in the hotels' management.

Hotels have been developing new channels of sales. One of the most important and dominant recently is online channel.

The online purchases are supported by interactive technology, which gives the customer new benefits, such as: the speed of access to the information offered, the ability to estimate the value of an agreement in time, mass or individual choice, fast response, a certain product for a particular client at a certain time, access to other clients, as well as convenience and total enjoyment of the services provided.

To simplify the work of the hotel business with all electronic channels of sales, the Channel Manager program has been specially developed.

The software becomes more convenient as the information about all reservations is stored in one extranet.

The software allows to work in the most efficient way with more than 60 booking sites, such as Booking.com, Expedia, Agoda, HRS, LateRooms, Orbitz, Hostelsclub, HostelWorld, Oktogo, HRS.com and many others.

Using this software hotel managers do not need to go separately run different reservation systems and adjust the availability and cost of rooms. They have an opportunity to analyze the prices of their competitors without going to each of their sites, an ability to see sales statistics by periods, sales channels, countries, additional services, have tools to manage tariff plans and a single quota at the same time in all sales channels. Basically they can efficiently manage rooms availability and tariffs, changing and renewing the data simultaneously and to deliver it to all travel agencies they cooperate with.