

¹Левченко Т.П.
¹ ФИЦ СНЦ РАН
Россия, Сочи
e-mail: lekonst@mail.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫХ ПРОЦЕССОВ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Аннотация: в статье проведено исследование роли информационно-коммуникативных процессов в цифровой трансформация гостиничного бизнеса. Рассмотрены виды информационно-коммуникативных систем в отеле под углом операционной деятельности, маркетинга и управления доходами. Проведен анализ использования в гостиничном бизнесе цифровых учетных программ и современных технологий бронирования номеров.

Ключевые слова: коммуникационные системы, гостиничный бизнес, отель, анализ, управление доходами, бенчмаркинг.

¹Levchenko T.
¹FEDERAL RESEARCH CENTER SNC RAS
Russia, Sochi
e-mail: lekonst@mail.ru

Research on the level of information and communication processes in the hotel business

Abstract: the article investigated the role of information and communication processes in the digital transformation of the hotel business. The types of information and communication systems in the hotel at the angle of operating activities, marketing and revenue management are considered. Analysis of the use of digital accounting programs and modern room booking technologies in the hotel business was carried out.

Keywords: communication systems, hospitality, hotel, analysis, revenue management, benchmarking.

¹Левченко Т.П.
¹ ФИЦ СНЦ РАН
Россия, Сочи
e-mail: lekonst@mail.ru

Қонақ үй бизнесіндегі ақпараттық-коммуникациялық процестердің деңгейін зерттеу

Аннотация:

Мақалада ақпараттық - коммуникациялық процестердің рөлі туралы зерттеу жүргізілді сандық қонақ үй бизнесін трансформациялау. Қонақ үйдегі ақпараттық-коммуникациялық жүйелердің түрлері операциялық қызмет, Маркетинг және кірістерді басқару бұрышында қарастырылады. Қонақ үй бизнесінде цифрлық есеп бағдарламаларын және нөмірлерді брондаудың заманауи технологияларын пайдалануға талдау жүргізілді.

Түйінді сөздер: коммуникациялық жүйелер, қонақ үй бизнесі, қонақ үй, талдау,кірістерді басқару, эталон.

В настоящее время цифровые трансформации в гостиничном бизнесе дают не только возможности дальнейшего развития на качественно новой основе, но и бросают вызовы – туристские предприятия и организации вынуждены перестраивать свою модель ведения бизнеса для того, чтобы оставаться конкурентоспособными. Но какой бы путь развития не был

бы избран, любое изменение бизнес-моделей выдвигает новые требования к системе информационно-коммуникативных процессов, среди которых наиболее значимыми для отелей являются следующие:

- учетные программы;
- средства бронирования;

- маркетинговые аналитические информационные системы;
- управление доходами;

На рисунке 1 представлены виды информационно-коммуникативных систем в соответствии с выполняемыми функциями.

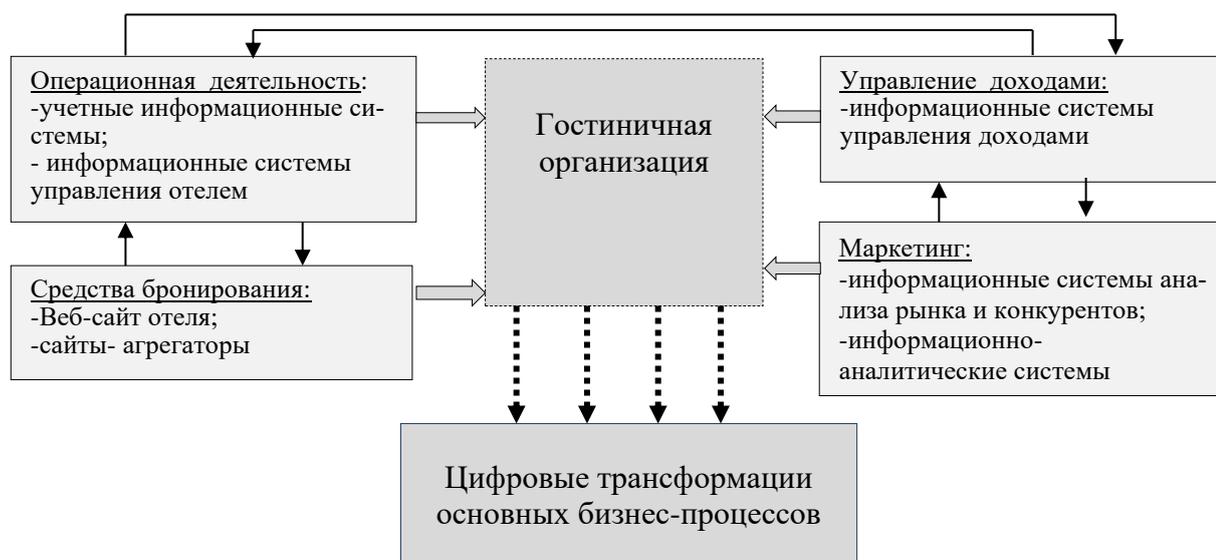


Рисунок 1. Виды информационно-коммуникативных систем в отеле

Если рассматривать операционную деятельность, то ядром оперативных учетных систем в отеле является программное обеспечение PMS, которое собирает и хранит большую базу данных о бронированиях, гостях и всех производимых операциях.

Учетные программы являются наиболее сложной частью автоматизации отелей и представляют собой комплекс связанных между собой программ, между которыми настроена тесная интеграция.

Системы управления точками продаж (POS) – представляют собой системы управления предприятиями общественного питания в отеле. Существуют также системы управления СПА-комплексом с возможностью бронирования дополнительных услуг.

К системам планирования ресурсов (ERP) в отеле, прежде всего, относят системы калькуляции службы питания, системы управления запасами, включая планирование; финансовые системы, системы управления персоналом, - так называемые управленческие системы гостиницы, отеля. [2]

Выбор таких систем не так велик, как например выбор систем управления точками

продаж, однако этот выбор достаточно сложен, поскольку стоимость систем может значительно отличаться в зависимости от набора функций. В настоящее время практически каждая POS система оборудована основами финансового учета.

К бухгалтерским системам относятся системы сдачи фискальной отчетности [1].

В целях получения практических результатов нами проанализирован уровень современных технологий в информационно-коммуникативных системах в ведущих отелях горного кластера Сочинского туристского региона: отель «Сочи Марриотт Красная Поляна», «Рэдиссон Роза Хутор» и «Риксос Красная Поляна», которые являются брендовыми пятизвездочными организациями гостиничного бизнеса.

Исследование показало, что анализируемые отели используют технологии учетных программ в своей операционной деятельности, что повышает возможность эффективного управления отелем. Автоматизация бизнес-процессов не только упрощает взаимодействие внутренних департаментов отеля, но и ускоряет работу всей системы в целом.

Отели имеют похожее сочетание программ, однако, следует выделить отель «Риксос Красная Поляна», в котором более усовершенствованная система управления отелем, тем не менее, данный отель отстает от

конкурентов по другому параметру: автоматизации бухгалтерских систем. Использование программ в процентном соотношении представлено на рисунке 2.

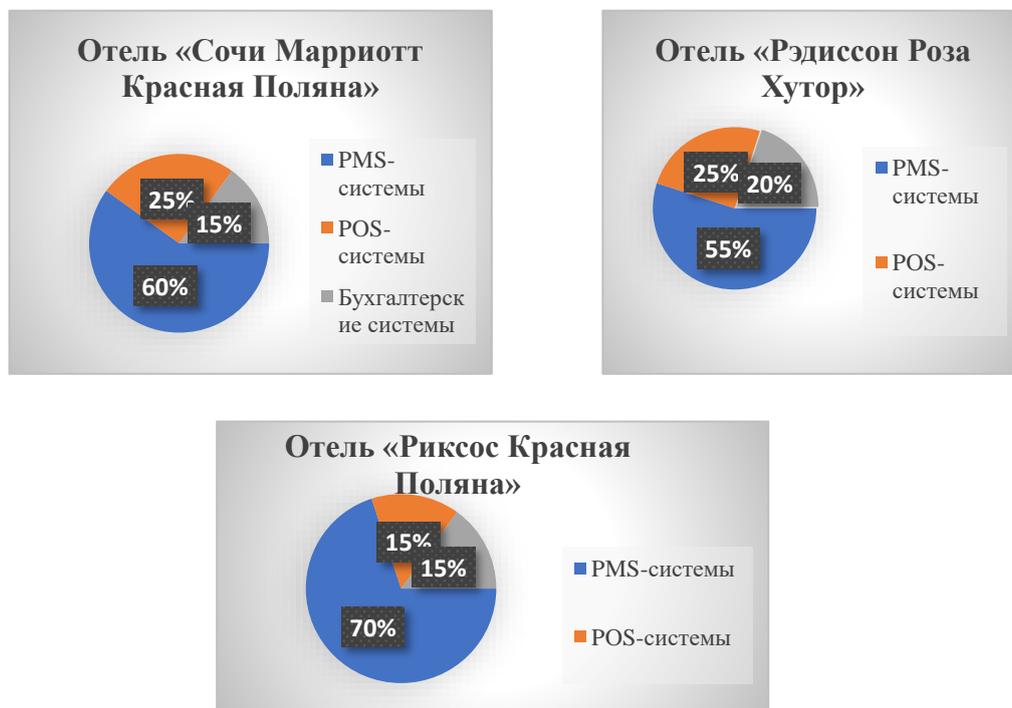


Рисунок 2.

Анализ использования отелями современных учетных программ в процентном соотношении.

Анализируемые отели принадлежат к крупным гостиничным сетям и присоединены к глобальным системам бронирования. Наиболее тесная взаимосвязь с глобальной системой бронирования наблюдается у отеля «Рэдиссон Роза Хутор», по сравнению с другими отелями через нее поступает больше бронирований.

Не смотря на прогрессивное использование отелями интернет-технологий для бронирования, наблюдается один общий недостаток — отсутствие собственного веб-сайта с модулем бронирования. Прямое бронирование номеров возможно осуществить через Интернет-страницу горного курорта (к которому принадлежит отель) и сайт

гостиничного бренда, но индивидуального сайта отеля не имеют. Это допускает возможность, что часть гостей будет бронировать отели через сторонние ресурсы, принимая их за официальный источник. Снижение процента прямых бронирований негативно влияет на прибыль отеля, так как увеличивается размер комиссии, которую необходимо выплачивать агентствам и другим интернет-площадкам за продажу номеров.

Использование современных технологий для бронирования номеров в процентном соотношении представлено на рисунке 3.



Рисунок 3. Анализ использования отелями современных технологий бронирования номеров, %

Что касается маркетинговой деятельности, то в рассматриваемых отелях достаточно высокий уровень использования современных технологий маркетинга, что частично обусловлено принадлежностью каждого отеля к большой гостиничной цепи. Мобильное приложение и программа лояльности разработаны брендом каждого отеля и являются эффективным стимулятором продаж. Отели также используют CRM-системы для делегирования задач между сотрудниками и в качестве инструмента взаимодействия с партнерами и клиентами. Наиболее эффективное сочетание технологий наблюдается у отеля «Сочи Марриотт Красная Поляна», отели-конкуренты в меньшей степени используют CRM-системы, что может создавать сложности при распределении и планирования работ.

Активное развитие области управления доходами в отелях обосновано несовершенством систем учета продаж, сильными колебания между спросом и предложением, и жесткой конкуренцией. Появилось много автоматизированных систем управления доходами для оптимизированного и быстрого сбора как

внутренних данных из PMS системы отеля, так и анализа конкурентов. [3]

Использование программного обеспечения для управления доходами позволяет принимать более взвешенные и обоснованные решения и сокращает количество времени, которое занимает сбор необходимой для анализа информации. Своевременный анализ и принятая на его основе ценовая стратегия способствует повышению уровня прибыли отеля [4].

Наиболее эффективно использовать RMS-системы как часть комплексного метода для анализа доходности отеля и формирования ценовой политики.

Большие данные представляет большой потенциал для изучения и планирования доходов отеля. Анализируемые отели используют аналитику больших данных только частично: из АСУ отеля выгружаются операционные показатели по разным сегментам, данные отчетов формируются в таблицу, по которой и производится анализ доходности (рисунок 4).

Отели обладают огромными объемами информации, которые собираются системой управления отелем, системой управления отношениями с клиентами и другими инструментами.

Внедрение

автоматизированных систем для обработки и анализа этих данных поможет выявлять тенденции, моделировать прогнозы и вносить изменения в свою операционную деятельность [5].

Работа с большими данными открывает возможности для более быстрого и

взвешенного принятия решений и более глубокого понимания потребностей гостей. Использование моделей машинного обучения может автоматизировать процесс аналитики этих данных и повысить его результативность.

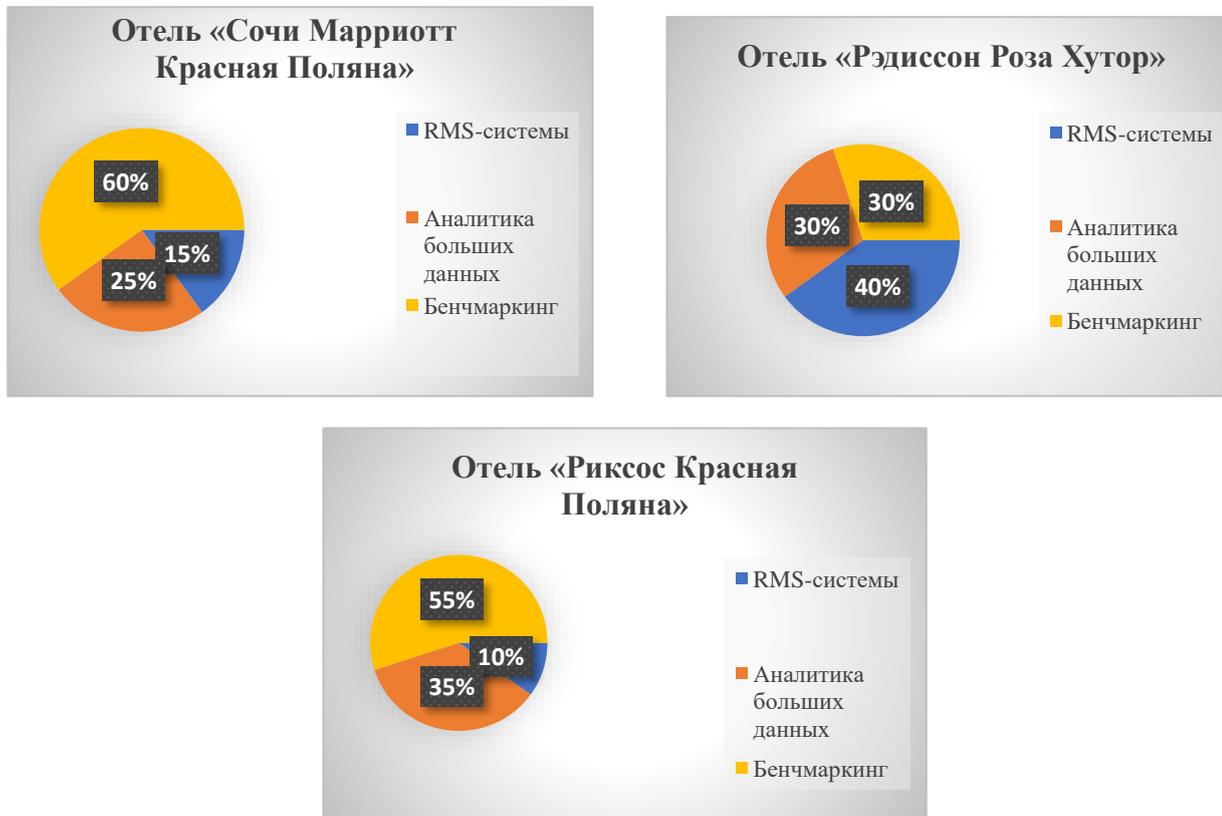


Рисунок 4. Анализ использования отелями современных технологий в управлении доходом.

Бенчмаркинг в отельном бизнесе -это сравнение операционных показателей отеля с показателями конкурентов посредством конфиденциального обмена для определения направлений тактических и стратегических действий с целью достижения лучших финансовых показателей.

Все три рассматриваемых отеля используют инструменты бенчмаркинга, меньше всех опирается на данные бенчмаркинга отель «Рэдиссон Роза Хутор».

Важно отметить, что анализ конкурентов не оценивает всю работу предприятия и не является полноценной и самодостаточной информацией. Бенчмаркинг должен дополнять традиционные варианты оценки работы гостиницы рыночной статистикой.

Проведя исследование уровня коммуникативных систем в представленных отелях можно сделать заключение, что в гостиничном бизнесе на сегодняшний день достаточно прогрессивно используются современные технологии. Особенно можно выделить высокий уровень технологий в сфере бронирования, маркетинга и учетных программ отеля.

Однако наблюдается также и недостаточное применение использования цифровых технологий в управлении доходами. Так, в отеле «Марриотт» практически не используются автоматизированные системы для анализа дохода и других операционных показателей отеля, что может стать причиной выбора неправильных ценовых стратегий и в будущем привести к снижению прибыли.

Список литературы:

1. Аверьянов М.А., Евтушенко С.Н., Кочеткова Е.Ю. Цифровое общество: новые вызовы // Экономические стратегии. Т.18. №7 (141). 2018. С. 90-91..
2. Грибанов, Ю. И. Цифровая трансформация бизнеса: учебное пособие / Ю. И. Грибанов, М. Н. Руденко. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 213 с
3. Гареев Р.Р. Уникальные технологии в мировых отелях // Проблемы и перспективы индустрии гостеприимства, туризма и спорта: сб. ст. / Рос. эк. ун-т им. Г.В. Плеханова. Уфа. 2018. с. 23– 26.
4. Добрынин А.П., Черних К.Ю., Куприяновский В.П. Цифровая экономика – различные пути к эффективному применению технологий // International Journal of Open Information Technologies. Vol. 1. No 4. 2016. С. 4-10
5. Деменев А.В. Технологические тренды цифровой трансформации индустрии делового туризма в гостиничном сегменте: мат. Международной научно-практ. конф. под ред. Е.Е. Коноваловой. Москва, 2019. 526 с., 176–181с.

References

1. Averyanov M.A., Yevtushenko S.N., Kochetkova E.Yu. Digital society: new challenges//Economic strategies. T.18. №7 (141). 2018. С. 90-91..
2. Griбанov, Yu. I. Digital business transformation: textbook/Yu. I. Griбанov, M.N. Rudenko. - 2nd ed. - Moscow: Dashkov and K, 2021. - 213 s
3. Gareev R.R. Unique technologies in world hotels//Problems and prospects of the hospitality, tourism and sports industry: Sat. Art ./Ros. ek. un-t. G.V. Plekhanov. Ufa. 2018. p. 23-26.
4. Dobrynin A.P., Chernikh K.Yu., Kupriyanovsky V.P. Digital economy - various ways to effectively use technologies//International Journal of Open Information Technologies. Vol. 1. No 4. 2016. С. 4-10
5. Demenev A.V. Technological trends of digital transformation of the business tourism industry in the hotel segment: mat. International Scientific Prakt. conf. ed. E.E. Konovalova. Moscow, 2019. 526 p., 176-181с.

Сведения об авторе

Левченко Татьяна Павловна

Должность: доктор экономических наук, ведущий научный сотрудник Федерального государственного бюджетного учреждения науки ФИЦ ШЦ РАН г. Сочи, Россия

Почтовый адрес: 354002, Россия, г. Сочи, ул. Яна Фабрициуса 2/28,

Моб. тел: +7 918 408 45 81

Tatyana P. Levchenko

Position: Doctor of Economics, Leading Researcher, Federal State Budgetary Institution of Science, Federal Research Center of the National Research Center of the Russian Academy of Sciences, Sochi, Russia

Mailing address: 354002, Russia, Sochi, st. Yana Fabricius 2/28,

Mob. phone: +7 918 408 45 81