

УДК 338

АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ГОСТИНИЦЕ

Бочков П.В.

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры Конкурентного права и антимонопольного регулирования,

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,

Екатеринбург, Россия

Аннотация

В настоящей статье рассматривается автоматизация бизнес-процессов в гостинице, проведена сравнительная характеристика гостиницы «Тагил» и отеля «Демидов Плаза», рассмотрена автоматизация учета в гостинице «Тагил». Результатом научной работы стало определение перспектив развития и предложение по совершенствованию автоматизации бизнес-процессов в гостинице.

Ключевые слова. Бизнес-процесс, информационные технологии, автоматизация, программное обеспечение, планирование, социальные сети.

AUTOMATION OF BUSINESS PROCESSES IN A HOTEL

Bochkov P.V.

Ph. D., Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Competition Law and Antimonopoly

Regulation,

FGBOU VO « Ural State Economic University»,

Yekaterinburg, Russia

Abstract. This article examines the automation of business processes in a hotel, provides a comparative description of the Tagil Hotel and the Demidov Plaza Hotel, Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

and examines the automation of accounting in the Tagil Hotel. The result of the scientific work was the identification of development prospects and proposals for improving the automation of business processes in the hotel.

Keywords. Business process, information technology, automation, software, planning, social networks.

Актуальность автоматизации бизнес-процессов любой современной организации основывается на необходимости непрерывного совершенствования в рамках поддержания конкурентоспособности.

Привлечение новых клиентов, формирование индивидуального имиджа, повышение показателей дохода – цель оптимизации бизнес-процессов для каждого предприятия.

Использование информационных технологий в современном мире – неотъемлемая часть этого процесса. Для отельера и его предприятия важно обрабатывать многочисленные и обширные потоки информации, координировать работу большого количества людей и подразделений.

Ни одна гостиница не может успешно работать без использования современных систем автоматического управления (АСУ), так как требования потребителей к оперативности, качеству обслуживания и общему укреплению конкурентной среды постоянно возрастают.

Автоматизация бизнес-процессов в гостиницах дает возможность повышения эффективности работы и улучшения обслуживания гостей [6].

Рассмотрим автоматизацию бизнес-процессов на примере гостиницы «Тагил». Гостиница «Тагил» за годы работы приобрела и сформировала положительный имидж у гостей, политика направлена на то, чтобы гости оставались довольными и возвращались именно в эту гостиницу. Все изменения в компании разрабатываются генеральным директором и менеджерами по

развитию и продажам и направлены на повышение качества обслуживания, удобство, комфорт и расширения предоставляемых услуг.

Отель является членом Российской гостиничной ассоциации, также входит в состав клуба Отелей-близнецов. Для проживания предоставляются номера класса люкс, стандарт, джуниор. Комнаты выполнены в классическом стиле и обставлены изысканной мебелью. Каждый номер оборудован персональной ванной и санузлом.

Номерной фонд гостиницы «Тагил» включает в себя 168 номеров на 188 мест и 6 этажами. Отель предоставляет своим гостям восемь различных категорий: люкс 3-х комнатный, люкс 2-х комнатный, джуниор сьют, стандарт 2 кровати, стандарт, джуниор сьют 2 кровати, комфорт, свадебный.

Таблица 1 – Сравнительный характеристики гостиницы «Тагил» и отеля «Демидов Плаза»

Показатель	Гостиница «Тагил»	Отель «Демидов Плаза»
Звездность	три	четыре
Количество номеров	168	127
Цены на номера январь 2023г.:		
Стандарт	3300	5310
Комфорт-стандарт	4100	5610
Стандарт 2 местный	4900	6915
Джуниор сьют	5600	9120
Люкс	6000	10620

В таблице 1 представлены основные характеристики ближайшего конкурента гостиницы «Тагил» - отеля Демидов Плаза.

В гостинице «Тагил» установлены 8 персональных компьютеров, объединенные в сеть, а также используется оборудование: принтер, факс, телефонные аппараты и телефоны сотовой связи, есть система видеонаблюдения, противопожарная сигнализация, спутниковое и кабельное телевидение.

Чтобы увидеть общую картину, гостинице нужна платформа управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) для сбора и хранения данных из разных источников [5].

Персонализированное ценообразование учитывает не только рынок, но также потребности и намерения путешественника. Большой номер с балконом хорош для родителей с детьми, они не против доплатить за эту функцию. Бизнесмену это может быть не нужно, зато хорошо подойдет номер с окнами на тихую улицу. Таким образом, на основе профиля человека и обстоятельств поездки отель может продавать один и тот же номер по разным ценам, подчеркивая характеристики, за которые гость готов заплатить [4].

На рисунке 1 схематично показана автоматизация учета в ООО «Гостиница «Тагил».

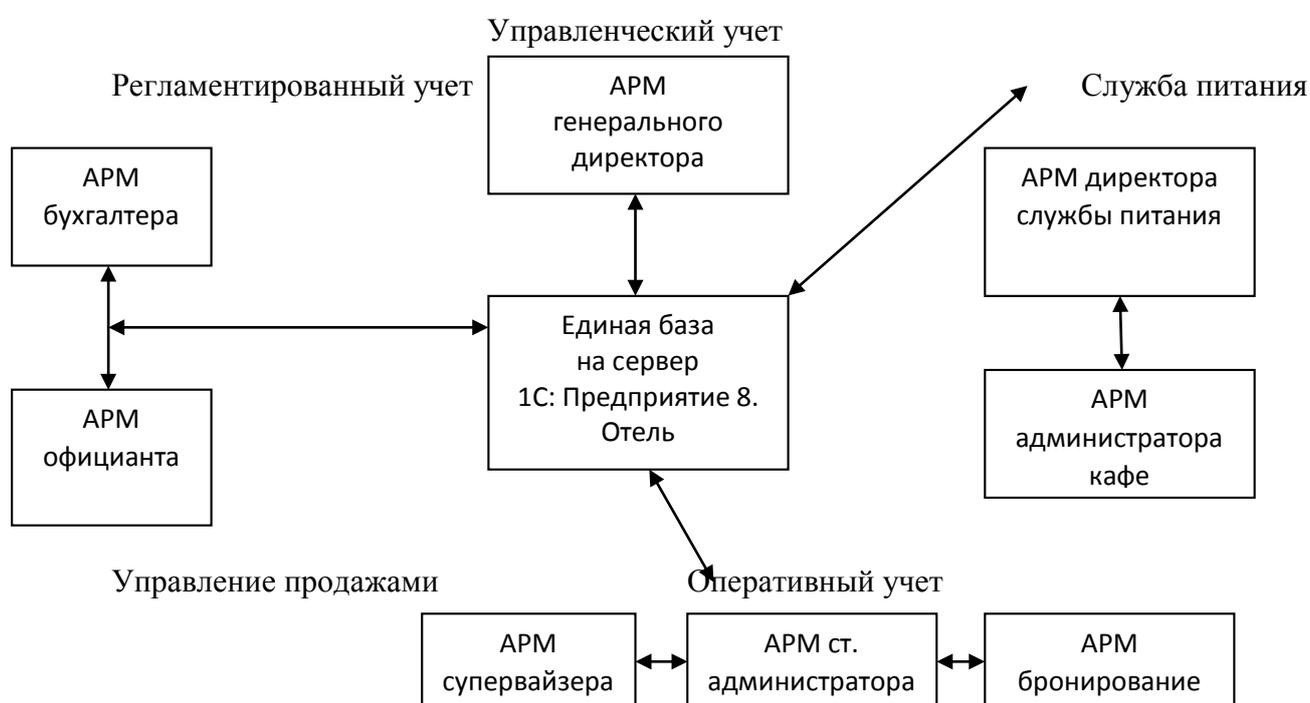


Рисунок 1 – Структурная схема работы программы в гостинице «Тагил»

Также есть специальный модуль, который дает возможность гостям производить бронирование через интернет на сайте гостиницы. «Услуги всегда

чувственно воспринимаются людьми, они неотделимы от самого объекта, которому эти услуги были оказаны» [1].

Гостиница, столкнулась с проблемой неэффективной коммуникации с гостями и долгим временем ответа на запросы через традиционные каналы связи. Это приводило к недовольству клиентов, упущенным возможностям продаж и неэффективному управлению бронированиями.

Для решения этой проблемы мы предложили клиенту внедрить чатбота на базе платформы Elma365. Чат-бот был настроен на распознавание типичных вопросов от гостей, таких как информация о номерах, услугах, ресторане и т.д. Когда гость отправлял такой вопрос через чат, бот автоматически предоставлял соответствующую информацию без задержек. Он моментально получал запросы от гостей и обрабатывал их в режиме реального времени, что позволяло гостям получать ответы быстро и без ожидания. Гости могли задавать вопросы о бронировании номеров, проверять доступность определенных дат, уточнять условия бронирования и т.д. Чат-бот предоставлял точную и актуальную информацию по запросу. Чат-бот также использовался для информирования гостей о текущих акциях, специальных предложениях и скидках в гостинице, что помогало стимулировать бронирования.

После внедрения чат-бота клиенту удалось значительно улучшить обслуживание гостей, сократить время ответа на запросы до нескольких секунд и повысить уровень удовлетворенности клиентов.

Стратегическое использование социальных сетей в индустрии гостеприимства выходит на новый уровень. Платформы для общения оказывают большое влияние на формирование потребительского восприятия и принятие решений. Поэтому отели сосредотачивают внимание на использовании социальных сетей не только как маркетингового инструмента, но и как комплексного канала для взаимодействия с гостями, управления репутацией и прямого бронирования. Короткие видео, сторителлинг, бэкстейдж-кадры, отзывы гостей помогают оживить впечатления, получить отклик у

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

потенциальных клиентов и побудить их познакомиться с отелем в реальной жизни. Гостиница должна использовать целевые стратегии в социальных сетях для связи с различными демографическими группами гостей и демонстрации своих уникальных предложений [3]. Социальные сети нужно использовать для сбора отзывов гостей и решения проблем в режиме реального времени, чтобы сохранить и повысить свою репутацию. Партнерские отношения с лидерами мнения в социальных сетях также становятся неотъемлемой частью стратегии. Это повышает узнаваемость бренда и увеличивает количество прямых заказов. Активное использование социальных сетей должно стать важнейшим компонентом деятельности отелей, поскольку меняет способы общения с гостями, упрощает управление имиджем бренда и способствует увеличению доходов.

Для совершенствования бизнес-процессов в гостинице «Тагил» необходимо внедрить программное обеспечение CRM, которое будет помогать отслеживать действия клиентов, выявлять возможности дополнительных и перекрестных продаж, проводить индивидуальные маркетинговые кампании и оценивать эффективность ваших действий по персонализации.

Продолжается автоматизация гостиничного маркетинга для повышения операционной эффективности.

Автоматизация включает в себя:

- Автоматизация электронного маркетинга для отправки персонализированных сообщений, предложений и подтверждений бронирования.

- Планирование и размещение публикаций в социальных сетях для поддержания активного присутствия в Интернете.

- Стратегии динамического ценообразования, которые корректируют стоимость номеров в зависимости от спроса и рыночных условий.

- Сегментация клиентов для индивидуальных маркетинговых кампаний.

- Чат-боты и виртуальные помощники обеспечивают круглосуточную поддержку и информацию для гостей [2].

Таким образом, автоматизация бизнес-процессов позволяет снизить издержки на рабочую силу, так как многие рутинные задачи могут быть выполнены машинами. Это также способствует увеличению продуктивности и снижению вероятности человеческих ошибок.

Важным аспектом автоматизации бизнес-процессов в гостинице является повышение уровня обслуживания гостей. С помощью специализированных систем управления гостиницей можно предложить персонализированный подход к каждому гостю, поддерживать связь через различные каналы коммуникации и предоставлять дополнительные сервисы и удобства [7].

Библиографический список:

1. Бочков, П. В. Управление бизнес-процессами предприятия питания и гостеприимства / П. В. Бочков // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2023. – № 11. – С. 282-283. – EDN DCEDIS
2. Гареев Р.Р. Автоматизация систем бизнес-администрирования в гостиничных предприятиях. В сб.: Инновационные исследования: проблемы внедрения результатов и направления развития. 2016. С. 25-29.
3. Елисеева Н. В. Аналитико-прогнозные аспекты управления номерным фондом гостиничного предприятия посредством межсекторального взаимодействия / Н. В. Елисеева, А. Б. Мещерякова // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 28(2). – С. 103-108.
4. Ёхина, М. А. Организация обслуживания в гостиницах [Текст] : учеб. пособие для студ. сред. проф. образования / М. А. Ёхина. – М. : Издательский центр «Академия», 2018. – 208 с.
5. Лесник А.Л., И.П. Мащицкий, А.В. Чернышев. Организация и управление гостиничным бизнесом. - М.: Инфра-М, 2021.- 692 с.
6. Мусаева Х. М. К вопросу о повышении качества гостиничного обслуживания / Х. М. Мусаева // Деловой вестник предпринимателя. – 2022. – № Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

7(1). – С. 167-170.

7. Никольская Е.Ю. Инновации, технологии в гостиничной деятельности // Бюллетень науки и практики. – 2018. Т.4 №10 с. 351-259.

Оригинальность 87%