

**Н.В. Полстяна**, канд. техн. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

**Т.П. Кононенко**, канд. техн. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

## **ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ, CRM-СИСТЕМИ ТА АВТОМАТИЗАЦІЇ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Сучасний розвиток економіки супроводжується активним впровадженням різних інформаційно-комунікаційних технологій в різні сфери народного господарства, в тому числі і в сферу послуг. Використання інформаційно-комунікаційних технологій в управлінні готельно-ресторанними комплексами відкриває величезні можливості розвитку технологічних процесів, дозволяє погоджувати дії співробітників і приймати спільні рішення.

Розвиток сфери послуг готельно-ресторанного бізнесу супроводжується стрімким впровадженням різних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), що сприяє розвитку технологічних процесів, дозволяє погоджувати дії співробітників і приймати спільні управлінські рішення. ІКТ сприяють створенню систем управління трудовими ресурсами, які охоплюють всі рівні менеджменту.

Важлива роль в управлінні персоналом відводиться інтернет-технологій, спеціалізованого програмного забезпечення. Збільшити коефіцієнт корисної дії в роботі з клієнтами можна також через впровадження системи CRM (Customer Relationship Management – управління взаємовідносинами з клієнтами). Це засіб управління дозволяє фіксувати взаємодії співробітників з клієнтами, розширювати можливості отримання доходу і підвищувати лояльність клієнтів. Головна мета ІКТ, стратегії CRM і автоматизації робочих місць в готелях збільшення прибутковості бізнесу через ціннісний, клієнтоорієнтований підхід з використанням контролінгу та реінжинірингу.

Поєднуючи в роботі ІКТ, маркетинг, продажі послуг, сервіс, співробітники націлені на попереджувальне обслуговування клієнта. Впровадження повноцінного CRM-системи сприяє розширенню клієнтської бази, моніторингу, підвищення лояльності, впровадженню мотивації, зменшення кількості претензій, координації взаємодій між підрозділами.

Призначення CRM – надання механізмів ефективного використання накопичених знань персоналу для побудови бізнес-процесів, пов'язаних із задоволенням потреб клієнтів і досягненням бізнес-цілей компанії. Принципами стратегії CRM є: створення

виробничих відносин, заснованих на лояльне ставлення співробітників; впровадження стандартів і системи менеджменту якості в процес обслуговування клієнтів; оптимізація технологічного процесу. Спеціальна підготовка в області CRM-стратегії націлює на модульне навчання персоналу. Практичне використання ІКТ в готельно-ресторанному комплексі передбачає охоплення ними всіх підрозділів через автоматизацію робочих місць.

В рамках інформаційно-комунікаційних технологій CRM – це засіб управління відносинами персоналу з клієнтами, що дозволяє організаціям фіксувати їх взаємодія, максимально розширювати можливості отримання доходу і підвищувати організаційну і нормативну лояльність.

Поєднання ІКТ, CRM-стратегії і автоматизації робочих місць можна вважати синергетичним організаційно-економічним механізмом управління персоналом та взаємодіями з клієнтами.

Але слід пам'ятати, що сама CRM-система не керує бізнесом, вона лише підтримує і стимулює розвиток ефективних бізнес-технологій, головна ведуча роль відводиться компетентнісної діяльності персоналу. Навчання персоналу прикладного програмного забезпечення CRM передбачає наявність певної філософії та культури відносин, наріжним каменем яких є клієнто-орієнтованість і ціннісний підхід до всіх процесів організації.

Найважливішим організаційно-економічним інструментом управління персоналом в сфері сервісу є ІКТ, які дозволяють:

- поєднувати цільовий, системний, функціональний, ціннісний підхід в управлінні персоналом і надання послуг і сервісу;
- застосовувати стратегію CRM як ефективний інструмент при формуванні клієнтурних відносин з використанням автоматизації робочих місць співробітників готельно-ресторанних комплексів.

Практичне використання ІКТ в готельно-ресторанному комплексі передбачає охоплення ними всіх підрозділів через автоматизацію робочих місць.

Таким чином, ІКТ, CRM-стратегія і автоматизація робочих місць – це організаційно-економічні механізми управління персоналом і взаємодіями з клієнтами через реінжиніринг бізнес-процесів, спрямована на підтримку рівня компетентності фахівця, що враховує поведінкові особливості людини і його здатності компенсувати помилки, пов'язані з можливостями і обмеженнями і розраховані на розрахункову, організаційну, поточну, емоційну лояльність персоналу.