

Література:

1. Манько А. Оцінка ефективності впливу реклами на туристичного споживача. Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини. 2014. С. 271–281.

2. Мороз С. Р., Пітюлич М. І. Модернізація санаторно-курортного господарства як чинник розвитку соціального туризму. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія Економічна. Серія Юридична. 2020. Вип. 27. С. 67-73.

3. Мороз С. Р. Модернізація як чинник розвитку регіонального санаторно-курортного комплексу. Туризм і молодь - 2021 : матеріали кафедрального круглого столу студентів та аспірантів (м. Полтава, 21 грудня 2021 р.). 2022. С. 53-55.

4. Осітнянко Д. О., Примак Д. О. Впровадження принципів сталого розвитку в туристичній індустрії. Ефективна економіка. 2020. №1. URL: <https://cutt.ly/r10cyQD>

Мар'яна Мосійчук

студентка факультету туризму

Львівський державний університет фізичної культури

імені Івана Боберського,

м. Львів

Уляна Гузар

доцентка кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Львівський державний університет фізичної культури

імені Івана Боберського,

м. Львів

ЗАСТОСУВАННЯ REVENUE МЕНЕДЖМЕНТУ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Одним із головних критеріїв вибору закладу готельно-ресторанного бізнесу є ціна, яку гість готовий заплатити за свої потреби. Ціна залишається одним із основних інструментів формування конкурентоспроможності підприємств на

ринку індустрії гостинності. Саме тому питаннями моніторингу ринку цін та динамічною адаптацією до його поточних потреб вивчає revenue менеджмент, який є надзвичайно актуальним в умовах сьогодення.

Вперше це поняття було використано для авіакомпаній і полягало у ранньому бронюванні квитків на авіарейси.

У готельно-ресторанному бізнесі управління доходами передбачає використання аналітичних даних і даних про ефективність, щоб допомогти працівникам готельно-ресторанної індустрії передбачити поведінку своїх клієнтів. Дані потім використовуються для ухвалення відповідних рішень щодо цін і стратегій розподілу. Кінцева мета управління доходами – мати потрібне приміщення для потрібної людини в потрібний час і в потрібному місці. Коли це станеться, підприємство з більшою ймовірністю максимізує свій дохід і, у свою чергу, свій прибуток [1].

Можливість робити правильні прогнози щодо звичок імовірних споживачів щодо витрат і попиту на продукт, включаючи попередні та поточні бронювання, прогнози погоди, дані про туризм та інші дані галузі – запорука успіху ефективного управління доходами.

Щоб знайти найкраще рішення для готельно-ресторанного господарства, на такому підприємстві повинен бути спеціально навчений працівник, менеджер з доходів, що проаналізує усі наявні фактори і зможе зробити все необхідне для виживання в умовах конкурентного ринку.

Основні напрямки діяльності, які окреслюють суть управління доходами (revenue менеджмент) у готельно-ресторанному бізнесі:

- оцінка діяльності готелю, аналіз ключових показників його ефективності (KPI), визначення стратегії розвитку;
- вивчення ринку і свого конкурентного оточення;
- визначення стратегії просування;
- аналіз попиту на основі історичних даних;
- визначення закономірностей і динаміки бронювання;
- сегментація основних гостьових груп;

- прогнозування попиту, оцінка ринку подієвих послуг;
- контроль доступності номерного фонду на відкритих каналах продажу, контроль за паритетністю ціни і представництво готелю в онлайн;
- використання прийомів фільтрації заявок на бронювання, практика і прийоми перебронювання;
- використання прийомів, які стимулюють попит (upgrade, upsell, пакетні пропозиції);
- репутаційний контроль;
- впровадження практики revenue менеджменту у всіх підрозділах готелю, які генерують дохід;
- оцінка діяльності готелю, аналіз KPI та індексів змін, адаптація стратегії розвитку [4].

Таким чином, revenue менеджмент допомагає стимулювати попит у нестабільний період для готельно-ресторанних підприємств, не впроваджуючи надто великих знижок, що є збитковим для бізнесу.

Література:

1. Duncan K. Revenue Management to Revenue Strategy: The Changing Role of RM in Hotels. URL: <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4094967.html>.
2. Josephy S., Aubke F. & Stierland M. Progress and Development of Hotel Revenue Management: A Comparative Content Analysis. URL: <https://cutt.ly/g10cZrH>
3. Корж Н.В. Стасюк О.В. Revenue-менеджмент: особливості групових продаж та бронювань у готелі. Економіка і суспільство. Випуск 14/2018. С. 601-605. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/85.pdf
4. Ремігайло І.Ю., Шикіна О.В. Revenue менеджмент, як інструмент удосконалення ціноутворення на підприємствах готельного господарства. Глобалізаційні аспекти інноваційного розвитку економіки : матеріали всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (м. Одеса, 21 жовтня 2021 р.). Одеса : ОНЕУ, 2021. С. 144-145.