

УДК 33.65.339.1

Таргонська Л.В.
студентка 4 курсу, 3 групи
Державний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна
наук. кер. – к.е.н., доцент Расулова А.М.

REVENUE MANAGEMENT У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Під впливом цифровізації організації продажів готельних та ресторанних послуг зазнали значних змін щодо управління номерним фондом, доходами та обсягами реалізації, ціноутворенням, відкритими каналами продажів, щодо сегментації цільової аудиторії, прогнозування попиту, контролю завантаження потужностей підприємства, оптимізації витрат тощо.

Revenue Management (управління доходністю) в готельному бізнесі – це технологія, яка визначає кращу ціну за номер готелю на основі прогнозування попиту, тобто продажу потрібного номера в потрібний момент за потрібною ціною. Саме Revenue management визначає напрямок стратегії роботи відділу продажів готельного підприємства [2].

Управління доходами було запроваджено на Заході на початку 90-х років у авіап перевезеннях, а пізніше воно набуло популярності в сфері гостинності. З 2005 року його технологія активно використовується в Україні та інших країнах.

Мережа готелів Marriott була першою, хто впровадив стратегію управління доходами у свій готельний бізнес, що призвело до значного підвищення прибутку. Цей успіх надихнув інші готельні мережі впроваджувати подібні інструменти управління.

Техніка Revenue Management має гнучкий механізм щодо адаптації до мінливих зовнішніх умов; балансує між ціною, за якою продаються номери, та завантаженням готелю. Тому, під час високого попиту, коли високий рівень заповнюваності готелю може привести до зниження рівня якості послуг, і, як наслідок, незадоволеності споживачів, необхідно правильно оптимізувати свої тарифи на послуги, виставляючи завищені ціни.

Основним завданням у період низького попиту є забезпечення максимального завантаження потужностей підприємства, розширення сервісної та продуктової пропозиції, гнучке ціноутворення [1].

Стратегічне ціноутворення спрямоване на встановлення такої ціни продажу, яка найкраще передає цінність, надану клієнтам [4]. Тому, управління доходами не повинно бути спрямоване на максимізацію доходів компанії за будь-яких витрат. Під час планування зміни ціни необхідно провести декілька

досліджень, оскільки це важливий інструмент управління доходами, який також є чутливим. Готель може втратити гроші, якщо клієнт заплатить менше за проживання, а ті, хто заплатить високу ціну, можуть не повернутися.

Сутність управління доходами (Revenue Management) в готелі можна узагальнено звести до таких напрямів діяльності (рис. 1):

Оцінка діяльності готелю, аналіз ключових показників його ефективності (KPI) та аналіз індексів змін	
визначення стратегії розвитку	сегментація гостьових груп
вивчення ринку і конкурентного оточення	аналіз попиту на основі бази даних
позиціонування готелю і визначення стратегії просування	визначення закономірностей та динаміки бронювання
прогнозування попиту, оцінка ринку подієвих послуг	стимулювання продажів (upgrade, upsell, пакетні пропозиції)
контроль доступності номерного фонду на відкритих каналах	контроль за паритетом ціни і представництвом готелю в онлайн
фільтрація заявок на бронювання, прийоми перебронювання	репутаційний контроль
впровадження практики, прийомів і технологій revenue менеджменту у всіх підрозділах готелю, які генерують дохід	

Рис. 1. Напрями реалізації Revenue Management у готелях (джерело: розроблено авторами на основі [3])

Отже, тільки комплексне використання інструментів Revenue Management може забезпечити підприємству значні переваги над конкурентами щодо організації продажів та можливість подальшого розвитку.

Література

1. Застосування Revenue Management в готельному бізнесі. Expert Solution Автоматизація бізнеса в сфері гостинності. URL: <https://expertsolution.com.ua/uk/primenenie-revenue-management-v-gostinichnom-biznese-> (дата звернення: 25.10.2023).
2. Левицька І. Revenue management в готельному бізнесі. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. Т. 1, № 6. С. 84–90. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/01/18-13.pdf> (дата звернення: 25.10.2023).
3. Ремігайло І.Ю., Шикіна О.В. Revenue менеджмент, як інструмент удосконалення ціноутворення на підприємствах готельного господарства. *Глокалізаційні аспекти інноваційного розвитку економіки : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених* (м. Одеса, 21 жовтня 2021 року). Одеса : ОНЕУ, 2021. С. 66–69.
4. Gallego, G., & Topaloglu, H. (2019). Revenue management and pricing analytics (Vol. 209). New York, NY: Springer.