

УДК 338.488.2:640.412

Кулик М.В.

докторант, к. е. н., доцент,
Державний торговельно економічний університет
м. Київ, Україна

КЛЮЧОВІ КОНЦЕПТИ РЕВЕНЮ МЕНЕДЖМЕНТУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Однією з важливих наукових проблем є виявлення багатофакторної характеристики впливу управління на ефективність і рентабельність підприємств готельного господарства, яка розглядається як оптимізаційна модель, заснована на прогнозуванні попиту ринкових мікро сегментів, або як економічна техніка,

націлена на визначення найкращої цінової політики для максимізації доходу підприємства готельного господарства з урахуванням визначення поведінки споживачів і зміни попиту. Отже, разом з потребою використання існуючих наукових підходів до вивчення ревеню менеджменту розвиток теоретичних положень та методологічної бази формування нових підходів до управління доходами у сучасних економічних умовах є особливо важливим. Аналізуючи проблематику зміни управлінських парадигм, Р. Кросс відобразив цей процес у вигляді послідовності переходів і встановлення цілей управління, які відображають специфіку кожного з етапів [1]. У цьому сенсі система управління доходами повинна бути спрямована на підвищення ефективності підприємства з врахуванням взаємовпливу економічних і соціальних ефектів з використанням інструментарію в триєдності *«система прогнозування — моделі планування — показники результатів»*. Відповідно актуальними для підприємств готельного господарства є дослідження щодо:

- визначення методико-прикладного інструментарію систем оцінювання, бюджетування та контролю;
- побудови системи прийняття управлінських рішень, спрямованих на формування корпоративної соціальної відповідальності;
- визначення цільової функції підприємства готельного господарства з позиції вирішення завдань, пов'язаних із використанням інтернет-технологій, аутсорсингу;
- визначення факторів, які впливають на реальну оцінку стратегічних альтернатив розвитку для різних споживчих сегментів;
- виявлення можливостей залучення додаткового капіталу тощо.

Зважаючи на апріорну складність наведених завдань, зазначимо, що вагоме значення для їх вирішення має правильний вибір управлінського інструментарію, який спрямовує внутрішню систему управління підприємствами на генерування підприємствами доходу для суспільної системи. Досліджуючи теоретичне підґрунтя формування системи ревеню менеджменту встановлено, що у наукових працях, присвячених цим дослідницьким аспектам,

виділено дві важливі особливості.

Перша – досліджувана концепція сьогодні значно випереджає практику її застосування суб'єктами готельного господарства, особливо це стосується діяльності українських підприємств готельного господарства. Імплементація процесу ревеню менеджменту у діяльність готельних підприємств насамперед пов'язана із застосуванням інформаційних детермінант. Отже, для успішного застосування ревеню-менеджменту необхідним є систематизація показників, які кількісно та якісно виражають параметри інформаційних потоків щодо сегментів споживачів для формування цінової політики суб'єкта готельного бізнесу. До переваг використання аналітичного інструментарію ревеню-менеджменту слід віднести:

- системний аналіз коливання кон'юнктури ринку та конкурентного середовища;
- моделювання прогнозів щодо збуту готельних послуг;
- визначення прибуткових та потенційно привабливих споживчих сегментів;
- гнучкість управлінських рішень щодо розвитку функціональних стратегічних підрозділів;
- можливість впливу на маркетингову політику щодо визначення каналів продажів, умов пропозиції послуг і методів їх просування

Другою особливістю теорії ревеню менеджменту підприємств готельного господарства є те, що на її розвиток в Україні значно впливає досвід міжнародних готельних мереж насамперед, практичний, завдяки якому популяризується й теоретичний. Незважаючи на доведені факти щодо ефективності ревеню-менеджменту, його активне застосування в готелях України не спостерігається. Основними причинами цього є відсутність прикладних рекомендацій щодо його імплементації в систему управління доходами та відповідного інформаційного забезпечення процесів ревеню-менеджменту [2-4].

Потреба в імплементації процесу ревеню менеджменту у діяльність

суб'єктів ринку (у тому числі й готельних підприємств) виникла головним чином у результаті дії таких факторів: посилення конкуренції через збільшення кількості підприємств, що функціонують на ринку, та глобалізації економіки; появи нових готельних мереж, що здійснюють диференціацію послуг; прискорення науково-технічного прогресу, завдяки якому з'явилися нові технології обслуговування та цифрові трансформації, які вплинули на швидкість і доступність інформації для споживачів [5].

Виходячи зі специфіки формування доходу в готельному бізнесі, для покращання економічної віддачі від використання номерного фонду готелю, попит на який коливається, необхідно враховувати фактори впливу, вибудовувати пріоритети і таким чином мінімізовувати ризики збитків [5]. Таким чином, ефективність діяльності кожного підприємства готельного господарства залежить від правильного вибору стратегії для поліпшення фінансових показників діяльності, пошуку резервів та шляхів зростання доходу. Адже, щоб управляти поведінкою споживачів і мотивувати їх до купівлі, а стейкхолдерів – до взаємодії, підприємство мусить добре вивчити особливості своїх конкурентів, зіставити їх цілі й потреби зі своїми цілями та можливостями і здійснити відповідний вибір.

Література:

1. CROSS, Robert G.; HIGBIE, Jon A.; CROSS, David Q. Revenue management's renaissance: A rebirth of the art and science of profitable revenue generation. *Cornell Hospitality Quarterly*, 2009, 50.1: P. 56-81.
2. Мазаракі А., Бойко М., Кулик М. Детермінанти ревеню-менеджменту в готельному бізнесі. *SCIENTIA·FRUCTUOSA* (Вісник Київського національного торговельно-економічного університету), 2017, 114.4: С. 66-78.
3. Тарасюк Г.М., Мілінчук О.В. Розвиток вітчизняного туризму в контексті світових тенденцій. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Випуск 7, частина 3. 2016. С. 127-131
4. Мельниченко С.В., Бурак Т.В. Готельні мережі на ринку туристичних послуг України. *Вісник КНТЕУ*. 2014. № 3 .С. 5-15

5. Korzh N.V., Onishchuk N.V. Social Selection of the optimal set of Revenue management tools in hotels. *Технологічний аудит та резерви виробництва*. 2018. № 1/4 (39). С. 16-21.