

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

(повна назва кафедри)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування Управління готельним та
ресторанним бізнесом (назва магістерської програми)

на тему: **«УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО
БІЗНЕСУ НА ЗАСАДАХ REVENUE МЕНЕДЖМЕНТУ»**

Виконавець:

студентка Центру заочної та вечірньої форми
навчання

Ремігайло Ілона Юріївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н. доцент

Шикіна Ольга Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2021

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Для індустрії гостинності термін «revenue менеджмент» (управління доходами) є відносно новим. Практично всі технологічні прориви ХХ століття у сфері гостинності були першочергово придумані, проаналізовані та впроваджені авіакомпаніями. Авіакомпанії дали поштовх на розвиток фундаментальної науки управління доходами. Майже з початку комерційного польоту авіакомпанії намагалися максимізувати свої доходи, зосередившись на заповненні якомога більшої кількості місць на кожному рейсі. Це означало передбачити, скільки заброньованих пасажирів з'явиться на рейс, а скільки ні.

У ХХ столітті готельний бізнес та авіаперевізники продовжують йти пліч о пліч та створювати нові продукти задля отримання максимального прибутку підприємствами та гарантування конкурентоспроможного сервісу.

Введення у штат менеджера з доходів вперше запровадили великі мережеві готелі, такі як Marriott.

Актуальність дослідження даної теми підтверджується стрімким зростанням попиту на послуги розміщення, а звідси і зростанням привабливості для інвестування у сферу гостинності з боку держави та приватних установ.

У світових ресурсах увагу до revenue менеджменту приділяють R. Cross [36], K. Littlewood [37], J. Hidgebee [36] та імплементують у роботі відомі мережеві готелі. На державному рівні увагу на менеджмент доходів приділяють Мазаракі А., Бойко М., Кулик М. [15], Мельниченко С. В., Буряк Т. В. [16], Н. В. Корж [9-10], О.В. Стасюк [10].

Мета кваліфікаційної роботи є розгляд різних підходів до ціноутворення на підприємствах готельного бізнесу з виявленням доцільності використовувати revenue менеджмент.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- визначити поняття revenue менеджменту у готелі;
- виявити інструменти прогнозування попиту та оптимізації продаж;
- розглянути управління доходами готелю як функції revenue менеджменту в готелі;
- розглянути загальну характеристику готелю «Green Park Hotel Truskavets»;
- дослідити результати господарської діяльності готелю «Green Park Hotel Truskavets»;
- провести аналіз основних конкурентів готелю «Green Park Hotel Truskavets»;
- провести аналіз цінової політики готелю «Green Park Hotel Truskavets»;
- розробити проект оптимізації доходів на основі контролю за цінами у готелі «Green Park Hotel Truskavets» та надати йому економічне обґрунтування.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процес удосконалення ціноутворення на підприємствах готельного бізнесу на засадах revenue менеджменту.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є науково-практичні питання впровадження revenue менеджменту на прикладі діяльності готелю «Green Park Hotel Truskavets».

Методика дослідження роботи є діалектичний метод дослідження явищ та процесів у їхньому взаємозв'язку і розвитку. Для досягнення мети та розв'язання визначених завдань кваліфікаційної роботи використано такі загальнонаукові методи: абстрактно-логічний (для узагальнення теоретичних положень, визначення сутності економічних понять, формування висновків); системний аналіз (для аналізу господарської діяльності готелю «Green Park Hotel Truskavets»); графічний (для наочного представлення статистичних даних); табличний та групування (при аналізі цінової політики готелю «Green Park Hotel Truskavets»); конструктивний та експериментальний (оцінка результатів запропонованих заходів щодо удосконалення ціноутворення готелю «Green Park Hotel Truskavets»).

Інформаційна база дослідження. Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові праці з названої проблеми вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України, методики Всесвітньої туристичної організації, інструктивні матеріали, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання, довідково-інформаційні видання, електронний ресурс «Booking», дані бухгалтерської, статистичної та внутрішньогосподарської звітності готельних підприємств.

Не зважаючи на наявність публікацій, присвячених питанню ціноутворення в готельному господарстві, досить мало уваги приділено revenue менеджменту та його практичному застосуванню.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання результатів дослідження для удосконалення діяльності підприємств готельного господарства та формуванні нової дисципліни бакалаврського рівня «Revenue менеджмент у готельному бізнесі».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (45 найменувань). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 77 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 71 сторінках. Робота містить 27 таблиць, 10 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано:

- **Ремігайло І.Ю.** Revenue менеджмент, як інструмент удосконалення ціноутворення на підприємствах готельного бізнесу / І.Ю. Ремігайло, О.В. Шикіна // Глокалізаційні аспекти інноваційного розвитку економіки: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (м. Одеса, 21 жовтня 2021 року). – Одеса: ОНЕУ, 2021. – 177 с. – С. 144.
- **Ремігайло І.Ю.** Маркетингова стратегія розвитку «Green Park Hotel» (м. Трускавець) / І.Ю. Ремігайло // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 14 квітня 2021 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2021. – 625 с. С. 488-491.
- Шикіна О. В. Шляхи розвитку ділового туризму у період пандемії / О. В. Шикіна, Я. Є. Гончаренко, **І. Ю. Ремігайло** // Інфраструктура ринку. – 2020. – № 50. – С. 213-219.

- Шикіна О. В. Віртуальні виставки як шлях відновлення ділового туризму у період пандемії / О. В. Шикіна, **І. Ю. Ремігайло** // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання : матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції (18-19 березня 2021 р.) : у 2-х томах. – Черкаси : ЧДТУ, 2021. – Т. 1. – С. 110-112.
- Шикіна О. В. Бутік-готелі як інноваційний напрям розвитку готельного господарства / О. В. Шикіна, **І. Ю. Ремігайло** // Інноваційний розвиток та безпека підприємств в умовах неоіндустріального суспільства: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (27 жовт. 2020 р.) / відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. – Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2020. – С. 236-238.
- Шикіна О. В. Шляхи адаптації сфери гостинності до наслідків COVID-19 / О. В. Шикіна, **І. Ю. Ремігайло** // Туризм у XXI столітті: виклики та реагування : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Київ, 2020. – С. 78-80.
- **Ремігайло І.Ю.** Бальнеологічні ресурси Одеської області // «Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону» тези круглого столу (18 січня; 2021 р.; Одеса) Збірник тез круглого столу / «Світовий досвід кластеризації різних видів туризму» тези круглого столу (18 січня; 2021 р.; Одеса); відп. за вип. О.Л. Михайлюк ; Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. – Одеса, ОНЕУ, 2021 .- С. 33-34.
- Шикіна О. В. Потенціал розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні / О. В. Шикіна, **І. Ю. Ремігайло** // Розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності: проблеми, перспективи, конкурентоздатність : матеріали I міжнародної конференції здобувачів та молодих вчених, 25 березня 2021 р. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2021. – С. 462-464.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки.

1. Застосування revenue менеджменту можливе лише за наявності певних умов, зокрема: гості готові платити різну ціну за одну і ту ж послугу або; бізнес має здатність заздалегідь передбачати зміну рівня попиту; для продажу в будь-який момент часу є тільки фіксована кількість ресурсів; після певного моменту ресурси більше не можуть бути продані.

Отже, revenue менеджмент не тільки максимізує високий попит, але й допомагає стимулювати його в низькі періоди, уникаючи при цьому використання практики високих скидок. Таке управління доходами має довготерміновий стратегічний характер, враховує всі доходи з врахуванням їх прибутковості, визначає стратегію розвитку готелю. Сучасний інструментарій revenue менеджменту передбачає багато аналітичних елементів, які не обмежуються традиційними звітами готельної системи. З появою нових методів прогнозування і систем управління доходами (revenue management system) є зміст переосмислити підхід до цього процесу, особливо в умовах нестабільного ринку. У сучасних реаліях важко уявити успішний готель без використання методик revenue менеджменту.

2. Аналіз таких показників, як Occ%, ADR, RevPAR, RevPAC, EBIT, EBITDA, NET RevPAR допомагає продати потрібний продукт потрібному клієнту в потрібний час за правильною ціною на правильному каналі. Важливо використовувати програмне забезпечення для управління доходами, що допомагає обробляти історичні та ринкові дані, поєднує їх із прогностичними сигналами попиту та рекомендує тарифи для кожного сегмента та типу номерів.

3. В 2021 році стратегія ціноутворення у готелях за принципом виставлення цін на високий і низький сезон не може бути прийнятною. Пандемія зовсім змінила свідомість і впевненість у завтрашньому дні. Основними критеріями для визначення revenue менеджменту в готелі є собівартість номера, ціна у конкурентів, кон'юнктура ринку і прийнятна націнка.

4. Дослідження готелю «Green Park Hotel Truskavets» показало, що це новий дизайн готель розташований у центрі міста-курорту Трускавець. Розташування готелю в центрі міста чудово підходить для різних цільових аудиторій, готель себе позиціонує як сімейний, але в наявності послуги для бізнес-туристів. До послуг гостей 35 номерів 5х категорій, обладнаних сучасними зручними меблями, лаконічним дизайном, місткою шафою, сейфом, LCD телевізором та міні-баром. Для комфорту в кожному номері передбачені халати, комплект рушників, капці, косметики. Номери всіх категорій оснащені набором для приготування чаю/кави та виходом на власний балкон.

5. Початок роботи готелю «Green Park Hotel Truskavets» датується 2018 роком та був відзначений позитивною динамікою зростання завантаженості та середнього тарифу на послуги. Середній показник кількості осіб, що проживають одночасно в одному номері має тенденцію до зростання. Сукупність отриманих показників завантаженості та середнього тарифу дала приріст у валовому прибутку готелю на 34,2%. Діяльності готелю характерна сезонність, так низький попит спостерігається з лютого по травень та з листопаду по грудень. Рівень завантаження у 2019 році на 24,4 % вище за 2018 рік.

6. Відповідно до цільового сегменту готелю була проведена оцінка позиції підприємства серед конкурентів, що мають схожі цінову політику, перелік надаваних послуг, розташування. До переліку конкурентів нами було включено готель «Світязь», «Алькор» та «Вілла Христина». У ході аналізу були використані показники рейтингу на сайті booking.com. Так, готель «Green Park Hotel Truskavets» отримав зважену оцінку 9,29, яка вища за середню. За цим показником він випереджає готель «Світязь» та «Алькор». Проте поступається готелю «Вілла Христина», який займає місце лідера.

7. Було проведено аналіз цінової політики готелю «Green Park Hotel Truskavets» у ході якого було виявлено, що зміна назв категорій номерів «прем'єр» та «президентський люкс» на більш доцільні «покращений стандарт» та «сімейний люкс» позитивно позначилися на рівні завантаження та інших показниках revenue менеджменту. Річ у тому, що було знайдено доцільний цільовий сегмент, якому відгукується такий неймінг та відповідна цінова політика. Вдалося підвищити показники завантаженості категорій в 2019 році на 65% «покращений стандарт» та 67% «сімейний люкс» порівняно з 2018 роком.

У 2019 році річний ADR готелю мав зростання з 1300,03 грн у 2018 році до майже 1555,00 грн у 2019 році, що на 19,3% більше. Маючи схожі дані конкурентів, можна робити висновок щодо актуальності тарифної політики готелю. Річний показник

RevPar у 2019 році був 1079,63 грн, що на 52% вище за показник 2018 року – 708,91 грн. По цьому показнику наочно можна побачити, що готель значно поліпшив показник доходу на кожний вільний номер в готелі.

8. До важливих питань удосконалення та впровадження нових технології у готелі «Green Park Hotel Truskavets» нами буде віднесено розширення асортименту надаваних послуг та впровадження revenue менеджменту для корегування співвідношення показника ціна \ якість. Тобто, наші пропозиції стосуються розробки програми revenue менеджменту готелю. Проведене економічне обґрунтування запропонованих заходів довело доцільність їх впровадження. За допомогою запропонованої системи revenue менеджменту у готелі «Green Park Hotel Truskavets» тарифи стануть більш гнучкими, що у свою чергу буде стимулювати попит на основні готельні послуги.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні основи revenue менеджменту готельних підприємств» проаналізовані теоретичної питання revenue менеджменту, було визначено інструменти прогнозування попиту та оптимізації продаж та розкрито питання управління доходами готелю як функції revenue менеджменту.

У другому розділі «Аналіз практики ціноутворення на основні послуги готелю «Green Park Hotel Truskavets» надано загальну характеристику готелю «Green Park Hotel Truskavets», проаналізовано результати господарської діяльності готелю «Green Park Hotel Truskavets». Проведено дослідження основних конкурентів готелю «Green Park Hotel Truskavets».

У третьому розділі «Пропозиції щодо удосконалення формування тарифів на основні послуги готельного підприємства» наведено аналіз цінової політики готелю «Green Park Hotel Truskavets», розробку проекту оптимізації доходів на основі контролю за цінами у готелі «Green Park Hotel Truskavets» та його економічне обґрунтування.

АНОТАЦІЯ

Ремігайло І.Ю. «Удосконалення ціноутворення на підприємствах готельного бізнесу на засадах revenue менеджменту»

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

Об'єкт дослідження – процес удосконалення ціноутворення на підприємствах готельного бізнесу на засадах revenue менеджменту.

У роботі розглянуто теоретичні основи revenue менеджменту. Наведено інструменти прогнозування попиту та оптимізації продаж, а також управління доходами готелю як функція revenue менеджменту. Проаналізовано діяльність готелю «Green Park Hotel Truskavets», що було взято як базу для впровадження revenue менеджменту.

Проведено аналіз основних конкурентів готелю «Green Park Hotel Truskavets». Наведено пропозиції щодо розробки проекту оптимізації доходів за рахунок revenue

менеджменту у готелю «Green Park Hotel Truskavets». Вивчена економічна ефективність запропонованих заходів.

Ключові слова: revenue менеджмент, готельний бізнесу, ціноутворення, готель «Green Park Hotel Truskavets»

ANNOTATION

Remigailo I.Y. «Improvement of pricing at hotel business enterprises on the basis of revenue management»

Qualifying work consists of three chapters. The object of research is the process of improving pricing in the hotel business on the basis of revenue management. The work considers the theoretical foundations of revenue management. Tools for forecasting demand and optimizing sales, as well as hotel revenue management as a function of revenue management. The activity of the Green Park Hotel Truskavets, which was taken as a basis for the implementation of revenue management, was analyzed.

An analysis of the main competitors of the hotel "Green Park Hotel Truskavets". Proposals for the development of a revenue optimization project through revenue management at the Green Park Hotel Truskavets are presented. The economic efficiency of the proposed measures is studied.

Key words: revenue management, hotel business, pricing, hotel «Green Park Hotel Truskavets».