

УДК 338.488.2

Городянська Л. В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну
Татаровський А. А.
Київський національний університет технологій та дизайну

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ПРОДАЖУ ГОТЕЛЬНОГО ПРОДУКТУ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ РИНКУ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «САД-ЛЮКС»

В роботі проаналізованого головні структурні елементи, що створюють готельно-ресторанний продукт і своїм складним наповненням вказують на його унікальну комплексність, що включає речовинну та сервісну частини – продукцію й послугу. Також було встановлено чинники впливу на прийняття рішення про повторне та багаторазове отримання продукту готельної галузі.

Ключові слова: ГОТЕЛЬНИЙ ПРОДУКТ, ПОСЛУГА, СПОЖИВАЧ, ТОВАР, РИНОК, ЯКІСТЬ.

In the work analyzed, the main structural elements that create a hotel-restaurant product and their complex content indicate its unique complexity, which includes material and service parts - products and services. Factors influencing the decision-making on repeated and repeated acquisition of a hotel industry product were also determined.

Keywords: HOTEL PRODUCT, SERVICE, CONSUMER, GOODS, MARKET, QUALITY.

Вступ. Готельний бізнес це сфера із високим рівнем конкуренції, яка має мету максимально задовольнити потреби власних гостей, забезпечити високий рівень комфорту, задовольнити найбільш різноманітні побутові, господарські й культурні запити споживачів. Ряд характеристик того, які може надати готельна сфера покупцю за відповідну плату й є продуктом.

Основна частина. Ми можемо виокремити головні характеристики готельного продукту ТОВ «Сад-Люкс»:

1. надійність-достовірність рекламної інформації й відповідність фактичного продукту рекламі);
2. ефективність-досягнення найбільшої ефективності для мандрівника за умови мінімізації його витрат;
3. гостинність-гідність, повагу й люб'язність персоналу;
4. обгрунтованість-надання усіх послуг має відповідати цілям подорожі споживача;
5. ясність-готельний продукт має бути зрозумілий й його споживачам, й виробникам;
6. простота експлуатації-можливість легко виявляти помилки у технології обслуговування;
7. гнучкість-готельний продукт має передбачати можливість заміни тих або ін. послуг для того, щоб найбільшою мірою забезпечувати потреби різних гостей;
8. цілісність;
9. корисність.

Система продажу готельного продукту – це система заходів, що направлені на підвищення купівельного попиту, інтенсифікацію та присорення процесу його реалізації. Процес стимулювання збуту розглядається як дії, заходи, акції, що направлені на виникнення додаткової мотивації у покупців до здійснення угоди в найближчий час.

Управління продажем готельного продукту за допомогою інформаційних технологій підприємства «Сад-Люкс» охоплює коригування відносин між учасниками процесу надання послуг, між підприємством й споживачами послуг, формами й методами впливу на процес виробництва та реалізації послуг, організаційною структурою управління та умовами стимулювання персоналу.

Із метою підвищення частки завантаження готелю проводиться політика стимулювання продаж номерів компаніям, туристичним агентствам, авіакомпаніям. При груповому бронюванні номерів надаються знижки на проживання, харчування, розваги. Система автоматизації у готельно-ресторанному комплексі «Сад-Люкс» дозволяє контролювати бізнес від моменту закупівлі продуктів до продажу готельного продукту.

Висновки. Таким чином, нами було встановлено заходи, що дозволять вдосконалити систему продажу готельного продукту в умовах діджиталізації ринку послуг на підприємстві ТОВ «Сад-Люкс».

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Коваленко Л. Г., Нагернюк Д. В., Непочатенко В. О.. Сутність та специфіка ринкового продукту готельно-ресторанної галузі. Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки, 2016.
2. Механізм управління якістю послуг у готелях. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://pidru4niki.com/14940511/turizm/mehanizm_upravlinnya_yakisty_u_poslug_gotelyah