

УДК 338.48

Фисунова Д.И.

студент

НИУ «БелГУ»

Россия, Белгород

Научный руководитель: Семченко И.В., доцент

НИУ «БелГУ»

СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ УСЛУГ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

НА ПРИМЕРЕ ООО «ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС БЕЛГОРОД»

Аннотация: В статье изучены такие понятия, как: услуга туристской индустрии, способы реализации услуг туристской индустрии, каналы сбыта. Реализация услуг рассмотрена на примере ООО «Гостиничный Комплекс Белгород». Проведен анализ эффективности существующей системы способов реализации услуг и предложены рекомендации по ее улучшению.

Ключевые слова: способы реализации услуг, услуги туристской индустрии, каналы сбыта, продвижение туристских услуг, качество услуг.

Fisunova D.I.

student

Belgorod State University

Russia, Belgorod

Scientific adviser: Semchenko I.V., associate professor

Belgorod State University

METHODS OF IMPLEMENTATION OF SERVICES TO THE TOURIST INDUSTRY ON THE EXAMPLE OF OOO "HOTEL COMPLEX BELGOROD"

Annotation: The article examines such concepts as: service of the tourism industry, ways of implementing services in the tourism industry, sales channels. The implementation of services is considered on the example of OOO "Hotel

Complex Belgorod". The analysis of the effectiveness of the existing system of methods for the implementation of services is carried out and recommendations for its improvement are offered.

Key words: ways of selling services, services of the tourism industry, sales channels, promotion of tourism services, quality of services.

Услуга туристской индустрии – это результат деятельности туристического предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей туристов. Работа туристского предприятия может заключаться как в организации всего путешествия, так и в организации отдельных услуг, таких как: размещение, питание, услуги транспорта, экскурсионные услуги и др. [1]. Качество услуг туристской индустрии определяется уровнем сервиса и профессионализма работников и в значительной степени зависит от квалификации и личной заинтересованности производителя и внимания к клиенту.

Предприятия туристской индустрии находятся в постоянной борьбе за доминирование на туристском рынке вне зависимости от города, региона или страны. Одним из основных направлений закрепления предприятия на рынке является правильный выбор способов реализации услуг, которые, в свою очередь, должны соответствовать современным тенденциям развития туристской индустрии и информационного пространства, а также удовлетворять потребительскому спросу.

Изучением способов реализации услуг туристской индустрии занимались такие отечественные и зарубежные учёные, как Ф. Котлер, А. С. Запесоцкий, А. Д. Чудновский, Ю. Г. Терентьева, Г. А. Карпова.

Реализация услуг туристской индустрии предполагает постоянные поиски каналов сбыта. Каналы сбыта в туризме представляют собой совокупность способов реализации туристского продукта. Все многообразие способов реализации туристского продукта можно свести к двум типам каналов сбыта: прямым (самостоятельно) и косвенным (с

помощью посредников) [2].

Процесс реализации услуг гостиничной индустрии предусматривает комплекс мероприятий, состоящий из разработки эффективной программы продвижения, а также выбора каналов сбыта услуг таким образом, чтобы предприятие привлекло как можно больше потребителей. Можно считать, что реализация услуг напрямую связана с предшествующими этапами создания и продвижения предлагаемых туристских услуг.

Способы реализации услуг туристской индустрии были рассмотрены на примере ООО «Гостиничный Комплекс Белгород». На данном предприятии реализация услуг осуществляется при помощи собственного отдела бронирования и через контрагентов. Главной целью сбыта услуг является повышение продаж, которое повлечёт за собой увеличение прибыльности предприятия. Основным показателем эффективности реализации услуг отеля является процент загрузки номерного фонда, так как услуга временного размещения постояльцев является основной и зависит от сезонности [3]. Так, например, в сезон загрузка может достигать 100%, а в не сезон может понижаться до 45%.

Основными направлениями, предшествующими реализации услуг ООО «Гостиничный Комплекс Белгород», являются: исследование рынка гостиничных услуг; организация рекламной деятельности и контроль за ее эффективностью; организация информационного обеспечения работы по договорам на реализацию гостиничных услуг.

Отдел по продажам занимается вопросами по бронированию номерного фонда компании. Сотрудники отдела осуществляют: приём поступающих звонков; приём поступающих заявок с официального сайта и сайтов-агрегаторов; обработка заявок и передача информации на ресепшен; создание скриптов общения с клиентом по телефону, по переписке или при личном контакте. В качестве контрагентов выступают такие сайты, как Booking, Trivago, Ostrovok, Agoda и другие.

Гостиничные услуги можно забронировать следующим образом: через телефон; через официальный сайт компании; через сайт-агрегатор; через личные продажи (непосредственно прийти в гостиницу для бронирования номера). Можно считать, что основными источниками запуска процессов реализации услуг компании являются сотрудники отдела приёма и размещения и сотрудники отдела бронирования, которые непосредственно после приобретения услуги информируют иные отделы о том, что необходимо подготовить определённый номер в соответствии с запросами клиента.

В период высокой активности, проводятся акции (улучшение программы лояльности) для потребителей услуг гостиничного комплекса. В период низкой активности гостиничный комплекс предоставляет туры выходного дня, на территории отеля проводятся бизнес-конференции, семинары и тренинги.

Несмотря на достаточное количество способов реализации услуг ООО «Гостиничный Комплекс Белгород», у компании существуют определённые проблемы, которые связаны: с устареванием каналов реализации услуг; со снижением качества реализации услуг; с сезонностью; с низким количеством скидочных мероприятий.

На основании анализа предприятия и системы реализации услуг, были предложены следующие рекомендации: внедрение информативного мобильного приложения с простым интерфейсом, с помощью которого гости могли бы оперативно связываться с ресепшеном, приобретать дополнительные услуги и др.; создание Telegram-канала, ведь на начало 2021 года аудитория данного мессенджера превысила 500 млн пользователей в месяц, что, в свою очередь, могло бы помочь в привлечении новых клиентов в гостиницу; внедрение личного премирования и переоборудование рабочего места сотрудников компании; внедрение новых скидочных мероприятий и тарифных планов, которые бы

снизили влияние фактора сезонности; реализация услуги «Экскурсионное обслуживание», ведь гостиничный комплекс находится в центре г. Белгород, вблизи основных достопримечательностей, что позволяет говорить о том, что новая услуга могла бы быть востребованной среди постояльцев гостиницы.

Также предлагается внести следующие изменения в систему реализации услуг компании: внедрение контекстной рекламы в Яндекс.Директе и Google Ads; использование системы Яндекс.Аудитории; переоформление сайта гостиничного комплекса; участие в мероприятиях в качестве спонсора; участие в отраслевых выставках и ярмарках как регионального уровня, так и национального уровня; сотрудничество с блогерами г. Белгород и близлежащих городов.

Таким образом, подводя итог всему вышесказанному, стоит отметить, что выбор наиболее подходящих способов реализации услуг туристской индустрии помогает предприятию оставаться конкурентоспособным. На примере ООО «Гостиничный Комплекс Белгород» было выявлено, что своевременное внедрение и реализация предложенных рекомендаций позволит повысить качество и эффективность системы реализации услуг отеля, а также увеличить разнообразие способов реализации услуг в соответствии с потребительским спросом и современными тенденциями развития гостиничного бизнеса.

Использованные источники:

1. Арефьева С. Г. Проблемы функционирования механизма управления реализацией услуг туристского предприятия // Символ науки. 2017. № 9-1. С. 57-60.
2. Овчаров А. О. Экономика туристских предприятий: учеб. пособие. М.: Инфра-М, 2016. 272 с.

3. Реквизиты ООО «Гостиничный Комплекс Белгород». URL: <https://www.list-org.com/company/11602967> (дата обращения: 27.05.2021).