

УДК 640.41 (477)
DOI 10.15673/ie.v14i2.2326

Жигулін О.А.

доктор економічних наук, доцент
кафедра туристичного бізнесу і рекреації
Одеський національний технологічний університет
вул. Канатна 112, м. Одеса, Україна, 65039
E-mail: zhigulin998@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-1532-2806

МЕХАНІЗМ ОЦІНКИ, ВІДНОВЛЕННЯ Й ПІДВИЩЕННЯ ТЕМПІВ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Досліджено процеси оцінки, відновлення й підвищення темпів розвитку готельного бізнесу під впливом економічних, санітарних і політичних кризових явищ. Розроблено управлінський механізм, який дозволяє виявити й оперативно (протягом місяця) нейтралізувати дію неефективного методу управління («фактор мінімум»), який унеможлиблює розвиток готельного підприємства. Методом дослідження є метод, за яким розвиток суб'єкта господарювання оцінюється через показник зі складовими: рівень сталості й стан розвитку. Вважається, якщо сплановані на рік показники діяльності (дохід, виробництво, витрати, фінанси, рентабельність, співвідношення «якість/ціна») не виконуються та (або) тренд динаміки продажів спадний, то це свідчить про відсутність розвитку підприємницької структури готельного бізнесу. Апробація роботи механізму оцінки, відновлення й підвищення темпів розвитку готельного бізнесу проводилася на підприємствах України й дала позитивний результат.

Ключові слова: розвиток, показник розвитку, готельний бізнес, оцінка й відновлення розвитку.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Кризи в економіці (2009 р.), політиці (2014, 2022 р.) й медицині (2020-2021 рр.) ставлять перед науковою спільнотою завдання щодо розробки заходів забезпечення розвитку бізнесу. Особливо актуальним є впровадження рекомендацій у сфері готельного бізнесу, оскільки наразі мільйони українців вимушені розмішуватися поза постійним місцем проживання.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. В науковій літературі проблему розвитку готельного бізнесу досліджували як іноземні, так і вітчизняні науковці Р. Браймер [1], Ю. Бірюкова [2], Ф. Котлер [3], М. Бойко [4, с. 35], С. Галасюк [5], Л. Завідна [6], Г. Мунін [7], Т. Ткаченко [8], К. Ламперт [9], Ш. Хост [10]. У своїх працях автори застосовували загальноприйняті методи аналізу конкурентоспроможності підприємств по відношенню до розвитку готелів. Наприклад, Завідна Л. Д. рекомендує використовувати методи формування стратегії розвитку готелів на основі концепції М. Портера (лідерство у витратах, фокусування, диференціація), матричного аналізу (матриці БКГ, Мак-Кінсі, АДЛ, Ансофа), п'ятифакторної моделі Е. Альтмана т. ін. Готелі категорій 4* і 5* за результатами дослідження авторки підпадають під категорію «Дійні корови» і для них пропонується стратегія диференціації (технологічні переваги, висока якість готельного продукту, ширший за конкурентів асортимент супутніх послуг), готелям 3* бажано застосовувати стратегію послідовника, а 1* і 2* – фо-

кусуватися на устаєленому сегменті ринку. На нашу думку, під час кризових явищ треба встановлювати основну споживчу властивість готельного продукту й направляти усі ресурси суб'єкта господарювання на її покращення.

Формулювання цілей дослідження. Метою дослідження, результати якого наведено в статті, є розробка механізму оцінки, відновлення й підвищення темпів розвитку підприємницьких структур готельного бізнесу під час глобальних кризових явищ.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Еволюція поняття розвитку суб'єктів на ринку послуг гостинності в Україні йде за спіраллю та обумовлена змінами філософії мислення у суспільстві:

1) невдала спроба планування будівництва й реконструкції готелів, працевлаштування, соціального захисту та рівності за доходами населення, мінімізації впливу готельних господарств на довкілля без орієнтації послуг гостинності на споживачів (радянські часи). У даний період часу намагалися створити інклюзію у суспільстві (розвиток усіх без виключень та обмежень), але не урахували потребу у розвитку класу підприємців, що відбувається через розвиток споживачів, задоволених атрибутами їх товарів;

2) переорієнтація індустрії гостинності на ринок, заміна планових показників на виключно показники конкурентоспроможності підприємств, що привело до нерівності у суспільстві (шари населення,

країни), погіршення соціального захисту населення, порушення екологічних стандартів. Наразі на розвиток готелів впливають економічні, політичні й санітарні кризи;

3) порозуміння необхідності урахування інтересів у розвитку усіх або забезпечення такого конкурентоспроможного розвитку готелів, який задовольняє інтереси бізнесу (підприємці), суспільства (споживачі, працівники) і держави (розробники нормативів).

Пропонується використання показника й механізму оцінки, відновлення й підвищення темпів розвитку готельного бізнесу, які націлені на задоволення інтересів у розвитку усіх суб'єктів за інтересами.

Показник розвитку готельного бізнесу Pr розраховується за формулою:

$$Pr = (Pst, Pc), \quad (1)$$

де Pst – це показник сталості розвитку готельного бізнесу (оцінює розвиток споживача за допомогою атрибутів товару), а Pc – показник стану розвитку готельного бізнесу (оцінює рівень розвитку підприємця, працівника й розробника стандартів через діяльність підприємства).

Перший розраховується як коефіцієнт регресії динаміки запасу сталості розвитку за лаг часу у 3–5 циклів розвитку (9–20 років), що підвищує надійність результату на 42–68 %; у свою чергу, запас сталості розвитку розраховується як добуток коефіцієнта регресії динаміки нормованого за максимальним значенням чистого доходу і кількості прийнятих до аналізу років; указує на запас чистого доходу, недоотримання якого змінює висхідний тренд цього показника на бічний (такий, що ще не веде до скорочення діяльності та ліквідації підприємства).

Показник стану розвитку готельного бізнесу

розраховується за формулою:

$$Pc = Pe * Pr * Pn, \quad (2)$$

де Pe – показник оцінки економічної ефективності методів управління підприємством на здатність до утримання ринкової частки (економічна складова), Pr – показник відповідності методів управління базовій стратегії «висока якість» (ринкова складова), Pn – показник відповідності методів управління системі соціо-еколого-економічних нормативів (нормативна складова).

Оцінити готельне підприємство на наявність стану розвитку можливо за допомогою розгорнутого бізнес-проекту. Розробляється він на період одного циклу розвитку (3–4 роки) з деталізацією першого року за 12 місяцями у такій формі, коли фінансові показники чергуються з методами управління розвитком підприємства у певній функціональній сфері діяльності. Кожного місяця перевіряється виконання бізнес-проекту за допомогою булевих змінних {1; 0}, де 1 указує на його виконання ($Pe=1$), а 0 – ні ($Pe=0$). Аналогічно перевіряється відповідність методів управління базовій стратегії «висока якість» й соціо-еколого-економічним нормативам.

Якщо $Pst \geq 0$, тобто підприємство має невід'ємний тренд динаміки запасу сталості розвитку при рентабельній роботі й усі 3 перевірки методів управління дали позитивний результат ($Pc=1$), то це свідчить про наявність розвитку готельного підприємства $Pr = (\geq 0; 1)$. Якщо хоча б одна з перевірок дала негативний результат, то ні (або $Pst < 0$ та/або $Pc = 0$).

Наведемо результати аналізу розвитку готелів за допомогою показника розвитку готельного бізнесу. Будували динаміку розвитку економіки України для пояснення на її фоні процесів розвитку готельного бізнесу (рис. 1).



Показник $Pst = 0,0108^*$

Рис. 1. Розрахунок показника сталості розвитку економіки України у довгостроковому періоді (2002 - 2021 рр.) на основі динаміки ВВП, дол. США*

*розраховано автором за даними [11]

За допомогою економетричного моделювання встановили вид формули розвитку економіки, яка дає можливість через розрахунок вільних коефіцієнтів

$$Y_t = C_1 0,985^t + 1,13^t (C_2 \cos 2,022^t + C_3 \sin 2,022^t), \quad (3)$$

де Y_t – чистий дохід підприємства, C_i – вільні коефіцієнти інтегрування, t – час.

Дані рис. 1 свідчать про наступне:

- після економічної кризи 1998-1999 рр. розвиток економіки йшов до наступної кризи 2008-2009 рр. прискореними темпами У цей період активно відбувалися процеси зміни форм власності готелів з державної й комунальної у приватну, а також від колективної до індивідуальної (приватні підприємства, фізичні особи-підприємці);

- пожвавлення економіки в 2011-2014 рр. ознаменувалося суттєвим розвитком готельного господарства із-за проведення в Україні чемпіонату з футболу «Євро-2012». У цей період часу було побудовано й реконструйовано готелі в Києві, Львові, Харкові, Донецьку, Дніпрі, у т. ч. п'ятизіркові готелі «Донбас-Палас» (Донецьк), Прем'єр Палац «Хайятт Рідженсі Київ», «Опера» (Київ), «Ортодокс» (Одеса), «Sunray Hotel» (Дніпропетровська обл.), «Гранд Отель Україна» (Дніпро), «Leopolis Hotel» (Львів);

- спад в економіці після політичної кризи 2014 року (2015-2019 рр.) привів до зменшення запа-

сів інтегрування побудувати формулу розвитку певного готельного підприємства:

су сталості розвитку країни від 0,82 до 0,29 од. Готельна база України була зменшена у цей період часу на підприємства готельної сфери Криму, Донецької й Луганської областей. Разом з тим, збільшилося число готелів і баз відпочинку на узбережжі Чорного моря (Затока, Лебедівка, Курортне т. ін.);

- пожвавлення економіки в 2020-2022 рр. на 0,13 од. супроводжувалося санітарною 2020-2021 рр. і політичною 2022 р. кризами, під час яких готельні господарства не припиняли своєї роботи, але мали невелике завантаження житлового фонду з подальшим його збільшенням через прийом вимушено переміщених осіб із зон бойових дій. Готельне господарство міст Маріуполя, Сум, Чернігова, Бучі, Гостомеля, Ірпеня зазнало суттєвих втрат через руйнування будівель, а Херсонської області – через тимчасову окупацію території Російською Федерацією.

На стан розвитку готельного господарства України в 2002-2021 рр. вплинуло також зменшення туристичних потоків. Потоки внутрішніх й іноземних туристів, як споживачів готельних послуг, наведено на рис. 2.

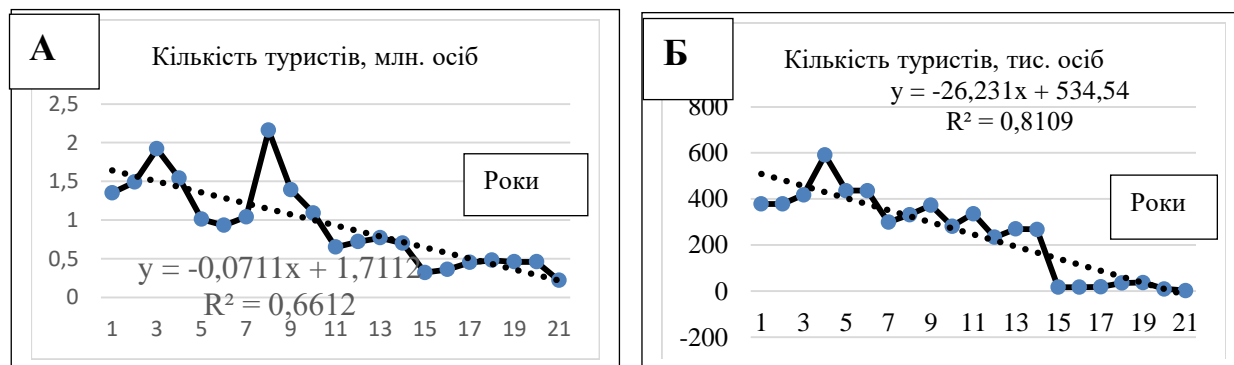


Рис. 2. Потоки внутрішніх й іноземних туристів, як споживачів готельних послуг в Україні, у 2000-2020 рр. (А – внутрішні туристи, Б – іноземні туристи)*

*побудовано автором за даними [11]

Якщо у сфері внутрішнього туризму в 2020 році було зареєстровано 220 тис. осіб, то за категорією іноземного туризму Україну відвідали всього 2 тис. громадян інших країн. Разом з тим, після політичної кризи в Україні прогнозується суттєвий розвиток економіки й готельного господарства. Громадянам багатьох країн Україна буде цікавою для відвідування. Зростуть потоки іноземних туристів в Україну.

Результати аналізу динаміки показників розвитку готелів України за 2001-2020 рр. наведено в табл. 1. Вибірка для аналізу складала 32 підприємства, які відбиралися із застосуванням генератора випадкових чисел із числа 2534 готелів.

Дані табл. 1 свідчать про те, що економічна (2009 р.), політична (2014 р.) і санітарна (2020 р.) кризи привели до зменшення чистого доходу готельних підприємств України у середньому на 22, 27, 48 %, відповідно. Відсоток операційних витрат на 1 грн. чистого доходу підприємств склав: витрати на заробітну плату + нарахування на соціальні заходи, матеріальні витрати, амортизаційні відрахування – 39, 29, 11 %, відповідно. Тобто, основними витратами готельних підприємств є витрати на персонал і ресурси.

Таблиця 1

Результати аналізу динаміки розвитку готелів за 2001-2020 рр.*

Готельне підприємство	Категорія,*	Зменшення чистого доходу із-за кризи, %			Доля статті «операційні витрати» в 1 грн. чистого доходу готельного підприємства, %			
		2009	2014	2020	Матеріальні	Зарплата	На-рах.	Амортизація
1. ПрАТ ОТЕЛЬ Прем'єр Палац	5*	0	33	57	16	16	3	10
2. ПрАТ Готель Дніпро	5*	30	68	75	19	32	7	5
3.ТОВ Готель Воздвиженський	5*	-6	18	69	83	8	2	7
4. ПрАТ Савой Готель Вінниця	4*	20	13	31	31	42	15	20
5.ПАТ Готель Жовтневий	4*	30	16	40	50	27	10	6
6. ПрАТ ТГК Дністер	4*	11	20	69	18	23	5	7
7. АТ Готель Мир	4*	5	32	42	45	27	7	3
8. ТОВ Готель Чічков	4*	10	46	78	36	25	11	16
9. ПрАТ Готель Харків	4*	12	8	20	6	18	4	5
10. ПрАТ Президент-готель	4*	50	10	45	19	27	1	12
11. ПрАТ ГК Братислава	4*	17	14	37	2	5	5	34
12. ГК Київ	4*	8	30	60	44	36	8	20
13. ДП ГК Національний	4*	32	26	62	41	56	12	11
14. Готель Феопанія	4*	12	4	48	7	30	11	8
15. ПАТ СТ Торонто	4*	34	20	-	35	36	8	2
16. ДП Готель Україна Київ	4*	10	46	73	33	30	7	7
17. ПАТ ГТК Інтурист За-карпаття	3*	17	100	1	36	25	9	17
18. ТОВ Готель Ужгород	3*	100	7	57	35	20	7	11
19. ПАТ Тернопіль Готель	3*	27	13	61	29	16	3	15
20. ПрАТ Готель Україна Чернігів	3*	23	29	7	27	22	10	5
21. ПАТ Готель Поділля	3*	17	17	35	26	32	4	6
22. ПрАТ Готель Салют	3*	16	25	58	21	29	6	34
23. ТОВ Готель Голосіївський	3*	45	42	53	16	92	19	9
24. ДП ГК Турист ПАТ Укр-профтур	3*	-	-	57	21	28	6	5
25. ТОВ Амарант ЛТД	3*	16	60	16	5	2	1	3
26. ТОВ Домус Готель-1	3*	11	38	-	28	25	10	5
27. АТ УЦОП Готель Експрес	3*	15	-	73	24	39	7	3
28. ПАТ ГК Бригантіна	2*	42	2	-	52	60	10	15
29. АТ Готель Градецький	2*	28	40	-	61	37	13	8
30. ТОВ Готель Знання	2*	10	24	-	-	-	-	-
31. ПФ Фієста	1*	8	32	15	-	-	-	-
32.ДП Національний цирк України Готель артистів цирку	1*	-	-	67	15	20	57	32
Середнє значення	-	22	27	48	29	30	9	11

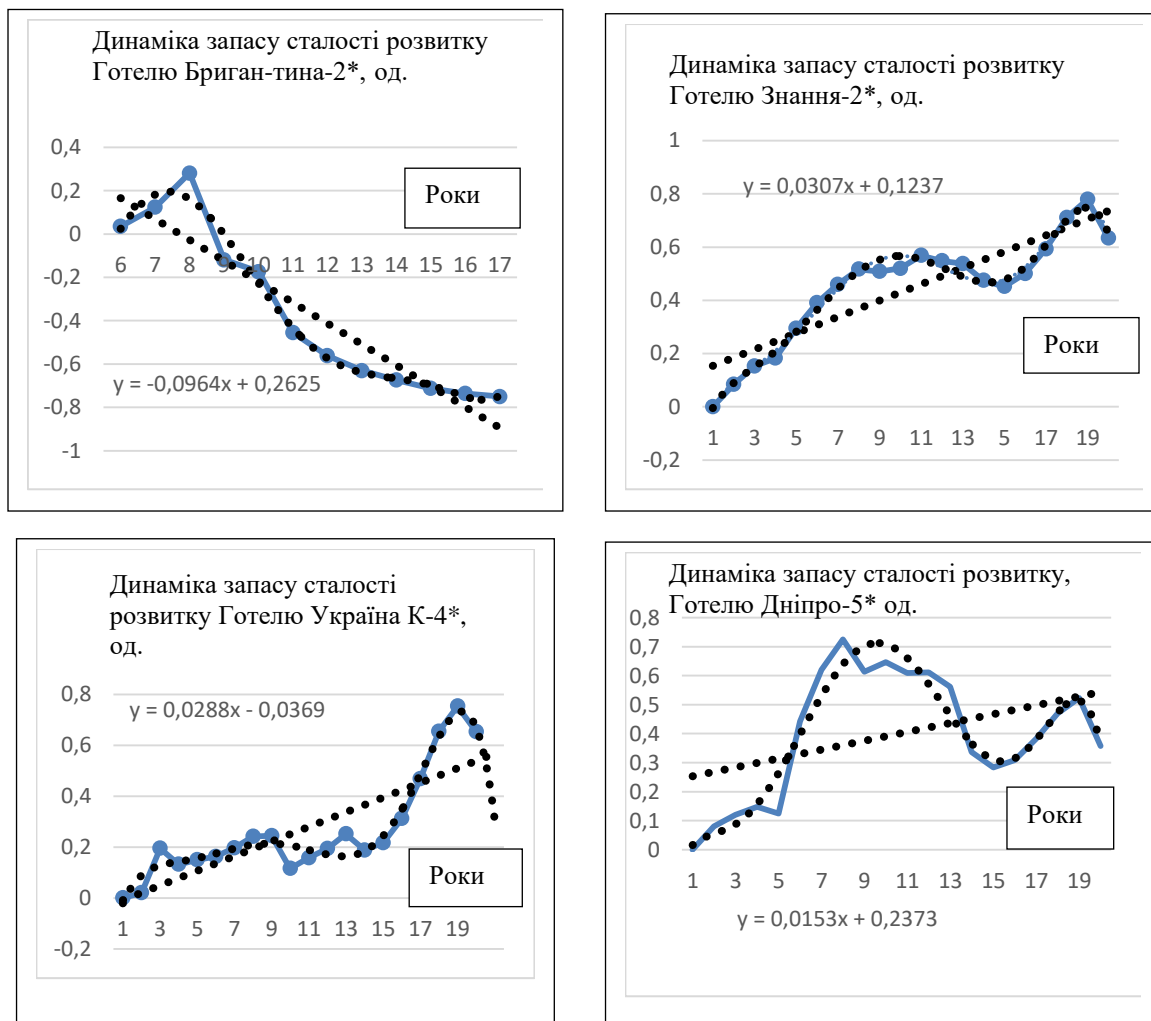
*побудовано автором за даними фінансової звітності підприємств

При покращенні категорії підприємств простежується зменшення частки в чистому доході амортизаційних відрахувань, витрат, пов'язаних з оплатою праці персоналу, і ступінь зменшення чистого доходу під час економічних кризових явищ. При збільшенні «зірковості» підприємств підвищується частка матеріальних витрат та ступінь зменшення чистого доходу під час політичних і санітарних криз.

Динаміка показників розвитку готельних підприємств у 2001-2020 рр. мала висхідний або спадний тренд (рис. 3).

Висхідний тренд динаміки економічних показників $P_{ст} \geq 0$ свідчить про наявність розвитку підприємств, а спадний $P_{ст} < 0$ – про його відсутність. Аналіз діяльності першої групи підприємств показав, що готелі меншої «зірковості» розвиваються більш високими темпами. Спадний тренд динаміки показ-

ників розвитку готелів, як правило, вказує на швидке припинення їх діяльності на ринку. Припинення діяльності ПАТ ГК Бригантіна відбулося у 2018 році. Разом з тим, серед представників цієї групи є підприємства, які регулярно отримують інші операційні доходи. Це дає їм можливість існувати на ринку. Характерною рисою, яка відрізняє їх від інших, є те, що показник сталості розвитку, як мінімум, у два рази вищий (наприклад, діяльність готелів Бригантіна й Інтурист Закарпаття характеризується значенням показників сталості розвитку $-0,0964$ і $-0,0490$, відповідно). Диверсифікація діяльності через розширення асортименту на послуги турагентств, ресторанів, салонів краси, більярдних клубів, масажу, прокату автомобілів і проведення конференцій підсилює сталість розвитку підприємств.



Пст для готелів Бригантина-2*, Фіеста-1*, Знання-2*, Україна-4* і Дніпро-5*дорівнює: -0,0964; 0,04445; 0,0307; 0,0288; 0,01534, відповідно

Рис. 3. Розрахунок показників сталості розвитку підприємств готельного бізнесу Пст у період 2001-2020 рр.*

*розраховано автором за даними фінансової звітності підприємств

Окремо було сформовано вибірку з 61 готельного підприємства на з'ясування прибутковості або збитковості діяльності під час санітарної кризи 2020 року. Отримали, що 67 % підприємств виявилися збитковими. Для зменшення рівня збитковості ті підприємства, які розвивалися за висхідною траєкторією, оперативно зменшували операційні витрати, а ті, які мали негативний тренд розвитку, цього не робили. Для комплексного вирішення проблеми розвитку готельного бізнесу розроблено «Механізм оцінки, відновлення й підвищення темпів розвитку готельного бізнесу» (рис. 4).

На початковій стадії роботи механізму передбачається розрахунок показника Пст і за умови його негативного значення (менше нуля та/або збитковість діяльності) встановлюється неефективний метод управління («фактор мінімум»), який унеможливає або стримує розвиток підприємства. Це досягається через чергування економічних показників з

методами управління в річному розгорнутому за місяцями бізнес-проекті.

Чергування відбувається за схемою: чисті продажі (дохід) / методи управління маркетингом, виробництво / методи управління виробництвом і персоналом, витрати / методи управління витратами, рівень рентабельності витрат / методи управління інвестуванням прибутку, баланс фінансових потоків / методи управління фінансуванням. «Фактор-мінімум» встановлюється у місяці суттєвого невиконання плану за рентабельністю. Якщо з рентабельністю скорочуються: 1) продажі, то неефективним є один з маркетингових методів (формування продукту, ціноутворення, рекламування, збут); 2) виробництво – метод виробництва або управління персоналом (розміщення потужностей, операційний цикл, диспетчерування, матеріально-технічне забезпечення, управління якістю, працею й потоками інформації; визначення потреби, добір, розстановка, адаптація, мотивація, оцінка, звільнення персоналу);

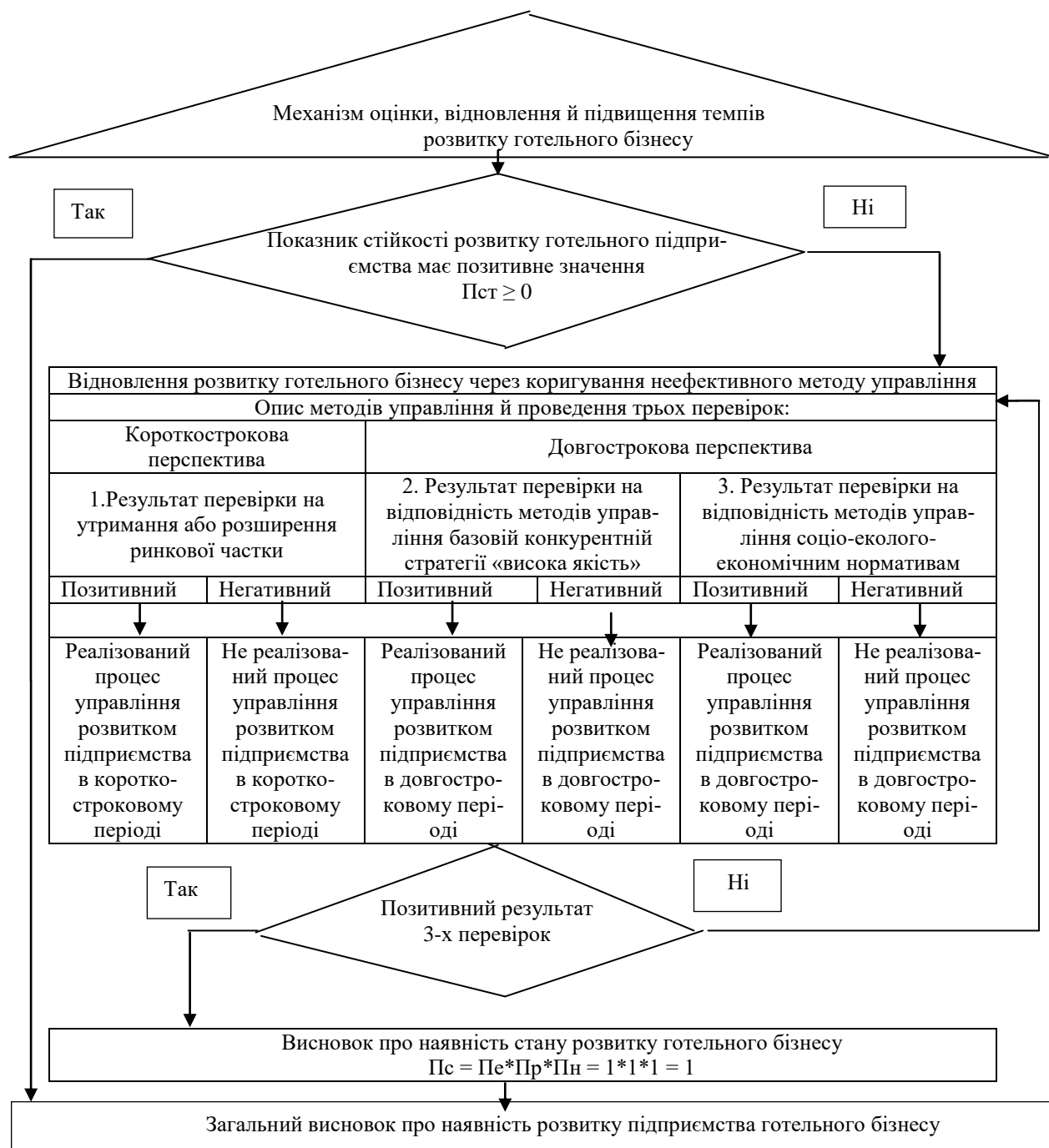
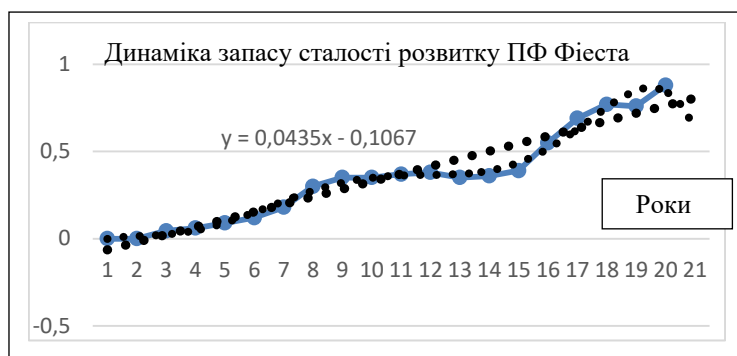


Рис. 4. Механізм оцінки, відновлення й підвищення темпів розвитку готельного бізнесу*
*розроблено автором на основі [12]

3) ефективність витрат (зростають непродуктивні або скорочуються продуктивні) / методи бюджетування, у т. ч. методи управління витратами на обслуговування об'єктів інвестування – нової техніки й технології; 4) запаси фінансів до від'ємного значення балансу потоку / метод фінансування (планування фінансів, вибір джерела фінансування, облік фінансових операцій).

Наведемо роботу механізму на прикладі розвитку ПФ Фіеста-1*. Розрахунок показника $P_{ст}$ наведено на рис. 5. Дані рис. 5 указують на те, що готель-

не підприємство, повторюючи цикли національної економіки, розвивається достатньо високими темпами і має значний запас сталості розвитку ($P_{ст} = 0,0435$). Використання «Механізму оцінки, відновлення й підвищення темпів розвитку готельного бізнесу» на підприємстві відбувається наступним чином: розроблено й контролюється виконання розгорнутого бізнес-проекту; оперативно (протягом місяця) нейтралізується дія неефективного методу управління («фактор мінімум»), що дає можливість підприємству бути рентабельним навіть у кризові роки.



Pct = 0,0435

Рис. 5. Розрахунок показника сталості розвитку готельного підприємства ПФ Фієста у період 2001-2021 рр.*

*розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Наприклад, під час кризи (2014 і 2020 рр.) пропорційно зменшенню чистого доходу були зменшені матеріальні витрати й витрати на персонал без зниження рівня якості готельних послуг (введення в експлуатацію сонячних батарей і панелей для економії витрат на енергоносії, автономне водозабезпечення через свердловину й скорочення невиробничого персоналу).

Основним для готелів «фактором мінімум», який унеможливує або знижує їх темпи розвитку, є неефективний метод управління якістю послуг. Інші методи повинні узгоджуватися між собою й підсилювати його вплив на розвиток підприємства. На ПФ Фієста це реалізується наступним чином: формування якісного готельного продукту за ціною, що пропорційна рівню якості послуг (люкс, напів-люкс, стандарт); реклама якості послуг і збут в обстановці комфорту з акцентом на якості послуг; стандарт на якісне обслуговування клієнтів (якісні й кількісні вимоги до працівників); відбір персоналу з числа «статиків-раціоналізаторів у сфері якості» за методикою ТАРТ. Це особистості, які віддають перевагу не кількості, а якості праці. Мотивація працівників преміями за раціоналізацію у сфері якості, атестація кадрів на здатність до якісної праці. Звільнення за невиконання стандарту на якісне обслуговування клієнтів; покупка техніки й технології, що націлені на підвищення якості послуг (пральні машини з підвищеною якістю прання, санітарна техніка з гарними ергономічними й гігієнічними властивостями, екологічно чисте

джерело електричної енергії – генератори сонячної енергії, водяні фільтри, чиста вода із власної свердловини 126 м, сервіс у номерах й бесідках подвір'я, біля фонтанів, на терасі головного корпусу, Wi-Fi, сауна на екологічно чистих дровах т. ін.); імідж фінансово-стійкого підприємства, що прагне до лідерства у сфері якості послуг.

Висновки та перспективи подальших досліджень:

1. Комплексно проблему розвитку готелів під впливом економічних, санітарних і політичних кризових явищ вирішує «Механізм оцінки, відновлення й підвищення темпів розвитку готельного бізнесу». Методологічною основою механізму є показник, який оцінює сталість і стан розвитку готельного бізнесу.

2. Даний управлінський механізм дозволяє встановити й оперативно (протягом місяця) нейтралізувати дію неефективного методу управління («фактор мінімум»), який унеможливує розвиток готельного підприємства.

3. Апробація роботи механізму на готельних підприємствах Київської, Чернігівської, Одеської, Харківської, Закарпатської, Тернопільської, Вінницької, Хмельницької, Дніпропетровської і Львівської областей дала позитивний результат.

4. Напрямом подальших досліджень може бути розробка банку способів і прийомів коригування методів управління підприємством готельного бізнесу.

Література

1. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Браймер Р.А.; пер. с англ. М.: Аспект Пресс, 2015. 382 с.
2. Бірюкова Ю. А. Розвиток туристичного готельного бізнесу в рамках моделі державно-приватного партнерства // Ефективна економіка. 2021. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/> (дата звернення 21.04.2022 р.).
3. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм / Котлер Ф.; пер. с англ. под. ред. Р. Б. Ноздревой. М.: ЮНИТИ. 2015. 787 с.
4. Бойко М. Г., Охріменко А. Г., Расулова А. М. Концептуальні основи розвитку корпорацій у туристичному та готельно-ресторанному бізнесі // Науковий вісник Херсонського державного університету. Випуск 13 (2), 2015. С. 35 – 39.

5. Галасюк С. С. Бізнес-готелі на ринку ділового туризму Одеського регіону // Інфраструктура ринку. Вип. 5, 2017. С. 139-145.
6. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку : монографія. К.: Вид-во Київського національного торгово-економічного університету, 2017. 600 с.
7. Мунін Г. Перспективи розвитку готельного бізнесу в Києві // Економіст. 2001. № 1. С. 62-65
8. Tkachenko T., Sidletska I., Gladkey A. Franchising in international hotel business // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2017. № 6. С. 24–32.
9. Ламперт К. Психология отелей, ресторанов и баров / Ламперт К.; пер. с нем. Харьков: Издательство «Гуманитарный центр», 2015. 272 с.
10. Хорст Ш. Ritz-Carlton: правила бизнеса от основателя сети отелей высшего класса / Хорст Ш.; пер. с англ. А. Р. Тихомирова. М.: ООО «Издательство АСТ», 2020. 180 с.
11. Офіційний сайт управління статистики України: [Веб-сайт]. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 04.05.2022 р.).
12. Жигулін О. А., Махмудов І. І., Попа Л. М. Логістика в управлінні конкурентоспроможністю бізнесу при виході економіки із стану глобальної кризи: Монографія. Ніжин: Вид-во Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя, 2021. 544 с.

Стаття надійшла 6.06.2022
 Стаття прийнята до друку 20.06.2022
 Доступно в мережі Internet 19.07.22

Zhigulin O.

Doctor of Economics, Associate Professor
 Department of Tourism Business and Recreation
 Odesa National University of Technology
 Kanatna str., 112 Odesa, Ukraine, 65039
 E-mail: zhigulin998@gmail.com
 ORCID ID: 0000-0003-1532-2806

THE MECHANISM OF ASSESSMENT, RESTORATION AND INCREASE OF DEVELOPMENT RATES OF HOTEL BUSINESS

The processes of assessment, restoration and increase of hotel business development rates under the influence of economic, sanitary and political crisis phenomena have been studied. A management mechanism has been developed that allows to identify and promptly (within a month) neutralize the effect of inefficient management method («minimum factor»), which makes it impossible to develop a hotel business.

The research method is a method by which the development of an economic entity is assessed through the indicator with the following components: the level of sustainability and the state of development. It is considered that if the planned performance indicators for the year (income, production, costs, finances, profitability, value for money) are not met and (or) the trend of sales dynamics is declining, it indicates a lack of development of the hotel business structure. The analysis of development of hotels of Ukraine for 2001-2021 has been carried out. It has been established that their development is influenced by crisis phenomena, and also action of the basic «minimum factor» - rendering of low-quality hotel services. Neutralization of its action is possible if the production method of quality management is consistent (does not contradict and enhances the effect) with marketing, personnel, budget, investment and financial management methods. It is recommended to control the effectiveness of measures to restore and increase the pace of hotel business development with the help of a detailed business project by months of the year, in which financial indicators alternate with methods of managing the functional activities of the enterprise. It has been substantiated that the basic strategy of hotel development is the strategy of «high quality»: quality product, prices are proportional to the level of quality (luxury, semi-luxury, standard), advertising and sales with an emphasis on service quality, serial production, staff innovators in the field of quality, investing profits in the technology of improving the quality of services, own financial resources.

Approbation of the mechanism of evaluation, restoration and increase of hotel business development was carried out at the enterprises of Kyiv, Chernihiv, Odesa, Kharkiv, Zakarpattia, Ternopil, Vinnytsia, Khmelnytsky, Dnipropetrovsk and Lviv regions and gave a positive result.

Key words: development, development indicator, hotel business, assessment and restoration of development.

References

1. Braymer, R.A. (2015). *Osnovy upravleniya v industrii gostepriimstva*. Aspekt Press.
2. Biriukova, Yu. A. (2021). Rozvytok turystychnoho hotelnoho biznesu v ramkakh modeli derzhavno-pryvatnoho partnerstva. *Efektivna ekonomika*, (6). Retrieved April 21, 2022, from <http://www.economy.nayka.com.ua/>
3. Kotler, F. (2015). *Marketing. Gostepriimstvo i turizm*. (R. B. Nozdrevoy, Trans.). YuNITI.
4. Boiko, M.H., Okhrimenko, A.H., & Rasulova, A.M. (2015). Kontseptualni osnovy rozvytku korporatsii u turystychnomu ta hotelno-restorannomu biznesi. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, (13(2)), 35 – 39.
5. Halasiuk, S.S. (2017). Biznes-hoteli na rynku dilovoho turyzmu Odeskoho rehionu. *Infrastruktura rynku*, (5), 139-145.
6. Zavidna, L.D. (2017). *Hotelnyi biznes: stratehii rozvytku*. Vyd-vo Kyivskoho natsionalnoho torhovo-ekonomichnoho universytetu.
7. Munin, H. (2001). Perspektyvy rozvytku hotelnoho biznesu v Kyievi. *Ekonomist*, (1), 62-65.
8. Tkachenko, T., Sidletska, I., & Gladkey, A. (2017). Franchising in international hotel business. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*, (6), 24–32.
9. Lampert, K. (2015). *Psihologiya oteley, restoranov i barov*. Izdatelstvo «Gumanitarnyy tsestr».
10. Horst, Sh. (2020). Ritz-Carlton: pravila biznesa ot osnovatelya seti oteley vyisshego klassa. (A. R. Tihomirova, Trans.). ООО «Izdatelstvo AST».
11. Ofitsiyni sait upravlinnia statystyky Ukrainy. Retrieved May 04, 2022, from www.ukrstat.gov.ua
12. Zhyhulin, O.A., Makhmudov, I.I., & Popa, L.M. (2021). *Lohistyka v upravlinni konkurentospromozhnistiu biznesu pry vykhodi ekonomiky iz stanu hlobalnoi kryzy*. Vyd-vo Nizhynskoho derzhavnoho universytetu im. Mykoly Hoholia.

Received 6 June 2022

Approved 20 June 2022

Available in Internet 19.07.22

Цитування згідно ДСТУ 8302:2015

Жигулін О. А. Механізм оцінки, відновлення й підвищення темпів розвитку готельного бізнесу // Економіка харчової промисловості. 2022. Т.14, вип. 2. С.68-76. doi 10.15673/fe.v14i2.2326

Cite as APA style citation

Zhigulin, O. (2022). The mechanism of assessment, restoration and increase of development rates of hotel business. *Food Industry Economics*, 14(2), 68-76. doi 10.15673/fe.v14i2.2326.