

Косаренко А.О.

студентка, Одеський національний економічний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Шикіна О.В.

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОТЕЛЮ

Хоча туризм взагалі, та готельне господарства зокрема зазнали значних економічних зрушень через пандемію COVID-19, в зараз ще і через воєнний стан, цей сектор економіки завжди вважався одним із перспективніших. У сучасному конкурентному бізнес-середовищі головним пріоритетом готельної індустрії є не лише забезпечення безперебійної роботи компанії, а й підвищення продуктивності.

Численні економічні показники можуть бути використані для оцінки стану готельного господарства, зокрема:

- валовий операційний прибуток по кожному номеру;
- загальний дохід з кожного зайнятого або вільного номера;
- дохід на гостя або на ліжко-місце;
- показники рентабельності окремого номера, а також багато іншого [1].

На наш погляд одними із найсуттєвіших для операційного контролю є валовий операційний прибуток на доступний номер (GOPPar) і дохід на доступний номер (RevPar).

RevPar – це критерій ефективності широко використовується в індустрії гостинності, що є основою для вимірювання та оцінки продуктивності готелю, оскільки він дозволяє перевірити ефективність і продуктивність системи управління номерами. Шляхом регулювання навантаження та ADR виявляється можливість максимізувати RevPAR. Цей показник покращить вашу здатність оцінювати ефективність не лише окремих відділів, але й готелю в цілому з точки зору його прибутковості [2].

Важливо мати на увазі, що великі готелі мають вищі витрати на загальне обслуговування номерів і готелів, але ці витрати стають набагато легшими для кожного номера в разі перерозподілу.

Таким чином, показник RevPar є основним показником для вимірювання ефективності номерів.

Рентабельність готелю можна оцінити в цілому за допомогою – GOPRar, який враховує всі сфери, що генерують дохід [3].

Результати роботи ресторану та задоволеність клієнтів тісно пов'язані із системою, запровадженою для забезпечення найвищих стандартів їжі та обслуговування. Без цього неможливо керувати успішним рестораном. Важливо тримати все під контролем. Рекомендовано щоденні перевірки.

Цінність ретельної підготовки в разі зростає в жорсткій атмосфері капіталістичної економіки. Готельному бізнесу також надається більше свободи дій щодо постановки довгострокових і короткострокових цілей, а також визначення стратегії ціноутворення. Оскільки ідея «планових і збиткових» компаній все ще застрягла в адміністративно-командному сьогодні, керівництво готелів бере на себе більше відповідальності за ефективність своїх операцій. Щоб готелі могли конкурувати на найвищому рівні, вони повинні використовувати не лише «традиційні» методи планування діяльності, але й наукові докази на підтримку цих планів, а також економічне та математичне моделювання процесів, за допомогою яких розвивається бізнес.

Успіх готелю можна оцінити за тим, наскільки він приносить прибуток, що є найважливішим фінансовим показником. Власник бізнесу, який розуміє, де і як отримують прибутки, може краще розподілити ресурси своєї компанії та максимізувати її економічний потенціал. Детально аналізуючи виробництво та використання прибутку компанії та порівнюючи його з показниками провідних місцевих і міжнародних готелів, ми можемо визначити невикористані джерела зростання прибутку [4].

Список використаних джерел

1. Шикіна О.В., Ремігайло І.Ю. Оптимізація доходів шляхом revenue менеджменту у готельному бізнесі. Наукові проблеми господарювання на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях : зб. матеріалів XX Міжнар. наук.-практ. конф. Одеського національного економічного університету, 14 квітня 2022 р. Одеса : ОНЕУ, 2022. 332 с. С.294-296

2. Шикіна О.В., Ремігайло І.Ю. Інструменти revenue менеджменту у готельному бізнесі. Матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 24 – 25 березня 2022 року, м. Черкаси [Текст] : у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Т. 1. – Черкаси : видавець Гордієнко Є.І., 2022. – 153 с. С. 54-56.

3. Шикіна О.В., Ремігайло І.Ю. Revenue менеджмент, як інструмент удосконалення ціноутворення на підприємствах готельного бізнесу. Глокалізаційні аспекти інноваційного розвитку економіки: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (Одеса, 21 жовтня 2021 р.) [Електронний ресурс]. Одеса: ОНЕУ, 2021. 174 с. С. 144-145

4. Шикіна О.В., Ремігайло І.Ю. Поняття revenue менеджменту в готельному бізнесі. Економіка та суспільство, (34), 2021. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-8>