

**Савко Оксана Ярославівна**  
*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри прикладної економіки,  
Івано-Франківський національний технічний університет  
нафти і газу*

**Касараба Ігор Володимирович**  
*магістр,  
Івано-Франківський національний технічний університет  
нафти і газу*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-441-5-14>

## **НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Однією із важливих складових соціально-економічного розвитку регіону є готельно-ресторанний бізнес, який створює робочі місця у готелях, ресторанах, кафе та пов'язаних сферах, таких як: туристичні агенції, роздрібна торгівля, транспорт. Від рівня розвитку цього виду бізнесу в значній мірі залежить просування культурних традицій і звичаїв, котрі притаманні регіону, формування іміджу регіону в інвесторів, у туристів вітчизняних чи закордонних. Тому забезпечення рівня прибутковості є важливою складовою конкурентоспроможності та подальшого розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу в умовах зовнішніх викликів з якими зіштовхнулася країна.

Прибутковість є не лише показником того, наскільки добре працює підприємство, але й стимулом для розвитку, впровадження нових послуг і покращення матеріально-технічної бази [1].

Дослідження показують, що невід'ємною складовою аналізу прибутковості діяльності будь-якого суб'єкта господарювання є дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування, адже це допомагає всебічно охарактеризувати

підприємство та допомагає напрацювати напрями та шляхи його подальшої роботи.

Економічні, політичні, соціально-демографічні, та законодавчі аспекти ринкового механізму країни формують зовнішні фактори, які не залежать від діяльності підприємств. Основними зовнішніми компонентами, що впливають на прибутковість та конкурентоспроможність підприємства, є:

- підтримка курсу гривні, митних тарифів;
- значне розширення внутрішнього ринку;
- рівень розвитку зовнішньоекономічних зв'язків;
- природні умови, транспортні умови тощо [2, с. 223; 4, с. 61–62].

Внутрішні фактори, що підвищують на конкурентоспроможність та прибутковість, є суб'єктивними, оскільки компанії можуть безпосередньо впливати на них. Ці елементи включають різні дії і заходи, які підвищують прибутковість компанії, зокрема:

- збільшення продажів продукції та надання додаткових послуг;
- взаємовідносини з контрагентами;
- перегляд та оптимізація витрат операційної діяльності;
- стан номерного фонду готелів, безпека відвідувачів та їх майна;
- склад та структура оборотних коштів, повинна оптимізуватись;
- перегляд маркетингової політики, що застосовується;
- підвищення якості продукції й послуг, а також їх конкурентних можливостей [2, с. 224; 3, с. 61–62].

Одним із найефективніших способів підвищення прибутковості підприємства є оптимізація витрат. Для готельно-ресторанного бізнесу це включає впровадження енергоефективних технологій, що дозволяє скоротити витрати на енергоносії, та автоматизацію процесів, що знижує адміністративні витрати. Крім того, укладання довгострокових угод із постачальниками або пошук нових партнерів із вигіднішими умовами сприяє зниженню витрат на сировину та інші ресурси.

Не менш важливим є розширення ринків збуту та спектру послуг, що дозволяє збільшити доходи підприємства. Наприклад, впровадження нових пакетів послуг для корпоративних клієнтів, організація спеціальних акцій для туристів або розробка додаткових послуг, таких як трансфер, екскурсії чи прокат обладнання, може значно розширити клієнтську базу та підвищити прибутковість.

Особливу роль у підвищенні прибутковості відіграє маркетингова діяльність. Проведення рекламних кампаній у соціальних мережах, на туристичних платформах, а також впровадження програм лояльності для постійних клієнтів допомагають не лише залучати нових споживачів, а й утримувати існуючих. Співпраця з туристичними агентствами та платформами бронювання, такими як Booking.com чи Airbnb, сприяє розширенню каналів продажу та збільшенню доходів.

Ефективне використання ресурсів підприємства є ще одним важливим чинником підвищення прибутковості. Для готелів це, насамперед, раціональне використання номерного фонду. Збільшення завантаженості у міжсезоння через організацію акцій чи партнерські програми дозволяє зменшити періоди простою та забезпечити стабільний дохід навіть у низький сезон.

Високий рівень якості обслуговування є важливим фактором, що сприяє зростанню лояльності клієнтів та залученню нових споживачів. Навчання персоналу, оновлення номерного фонду, впровадження сучасних технологій, таких як онлайн-бронювання чи безконтактне заселення, підвищують конкурентоспроможність підприємства та створюють його позитивний імідж.

Контроль фінансових потоків, зокрема дебіторської заборгованості, також відіграє важливу роль у забезпеченні прибутковості. Скорочення термінів оплати рахунків, стимулювання клієнтів до своєчасних розрахунків через систему знижок або передоплат сприяє зменшенню втрат і забезпеченню стабільного грошового потоку.

Таким чином, при аналізі ефективності суб'єктів господарювання необхідно належним чином враховувати фактори

зовнішнього та внутрішнього середовища, оскільки вони позначаються на результатах діяльності. Реалізація наведених заходів вимагає детального планування, розрахунку ефекту від їхнього впровадження та постійного моніторингу результатів, що матиме вплив на прийняття рішень щодо напрямів майбутньої діяльності.

### **Література:**

1. Шмиголь Н.М. Аналіз методів формування доходів підприємства в ринковій економіці. *Держава та регіони*. 2010. № 2. С. 233–236.
2. Ребрик М.І., Кирич Н.Б. Шляхи підвищення рівня рентабельності підприємства. *Актуальні задачі сучасних технологій*: матеріали VII Міжнр. наук.-тех. конф. молодих учених та студентів. м. Тернопіль 28–29 листопада 2018. С. 223-224.
3. Савко О.Я., Робур М.Р. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу. *Розвиток нової економічної системи на державному та регіональному рівнях*: матеріали Міжнр. наук.-практ. конф., м. Львів, 19 груд. 2020 р. Львів. 2020. С. 60–63.