

УДК 338.486.2:338.482:311

СТАТИСТИСТИЧНИЙ І СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ

Анатолій Павленчик
канд. екон. наук, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Сучасний етап розвитку галузі гостинності неможливий без розв'язання низки проблем, яке потребує ґрунтовного аналізу внутрішнього й зовнішнього середовища підприємств цієї сфери. Методологічно це можливо здійснити із застосуванням статистичного та стратегічного аналізу.

Найпоширенішим методом дослідження внутрішнього середовища підприємства є статистичний, зокрема аналіз різних показників рядів динаміки, індексний аналіз, кореляційний аналіз та інші. Динаміку вартості номерного фонду готелю «Австрійський роял апарт» м. Львів наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка вартості номерного фонду готелю «Австрійський роял апарт»

Категорія номерів	Вартість, грн/доба			2019 до 2021, %
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	
Економ	700	800	900	128,5
Стандарт	1000	1200	1300	130,0
Апартаменти стандарт плюс	1400	1500	1700	121,4
Делюкс	1900	2000	2200	115,7
Комфорт	2000	2200	2400	120,0
Середня вартість	1357	1485	1574	116,0

Дані табл. 1 свідчать, що вартість номерів у готелі за 2019-2021 роки у середньому зросла на 16%. У структурі вартості номерного фонду готелю

«Австрійський роял апарт» спостерігається загальний тренд подорожчання номерів усіх категорій.

Одним з елементів дослідження внутрішнього середовища є ефективність діяльності підприємства (табл. 2).

Таблиця 2

**Ефективність використання номерного фонду
готелю «Австрійський роял апарт»**

	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2019 до 2021, %
Виторг від реалізації послуг, млн грн	7,7	15,1	12,2	158,4
Повна собівартість наданих послуг, млн грн	3,4	6,7	5,4	158,8
Прибуток (збиток), млн грн	4,2	8,3	6,7	159,5
Рівень рентабельності, %	123,5	123,8	124,0	+0,5 п.
Рентабельність одного ліжка-місця, %	151,2	158,2	137,4	-13,8 п.

З даних таблиці можемо побачити, що за період 2019–2020 р. виторг від реалізації послуг збільшився на 96,1%, тоді як за 2020–2021 р. зменшився на 20,3 %. У 2020 році готель отримав 8,3 млн грн прибутку, що більше на 4,1 млн грн ніж у 2019 році. Проте у 2021 році він зменшився на 1,6 млн грн проти 2020 року.

Аналогічним способом можна проводити аналіз зовнішнього середовища. Дослідження свідчать, що частка кількості місць розміщення в готелі «Австрійський роял апарт» у загальній кількості місць розміщення Львівщини становить 0,6%. Проте, незважаючи на зниження кількості розміщених осіб загалом по Львівщині за 2019–2021 роки на 54,5%, кількість мешканців у готелі «Австрійський роял апарт» за цей період збільшилася на 6,8 тис. осіб.

У результаті усвідомлення стану внутрішнього й зовнішнього середовища готельного підприємства доцільним є застосування SWOT-дослідження як складника стратегічного аналізу. За результатами проведеного SWOT-аналізу готелю «Австрійський роял апарт», який виявив можливості й загрози та сильні й слабкі сторони цього підприємства, запропоновано можливі

стратегічні рішення, які дадуть змогу поліпшити стратегічне становище підприємства (табл. 3).

Таблиця 3

**Матриця SWOT-аналізу діяльності готелю
«Австрійський роял апарт»**

Можливості	Загрози
Інтеграція готелю у світове співтовариство. Розширення компанії, відкриття готелів під цим самим брендом. Створення нових стандартів якості. Розширення додаткових послуг цього готелю	Розвиток конкурентного середовища. Нестабільний політичний та економічний стан в Україні. Недосконала податкова політика. Зниження попиту на послуги готелів
Сильні сторони	Слабкі сторони
Зручне місце розташування. Налагоджені партнерські програми лояльності. Наявність висококваліфікованого персоналу. Високий рівень організаційної культури	Високі ціни за проживання. Невелика кількість реклами готелю. Недостатньо велика кількість додаткових послуг. Відсутність інвестицій

Пропозиції щодо ухвалення стратегічних рішень:

- створення стандартів якості закладу для поліпшення іміджу компанії;
- упровадження спеціальних тренінгів для підвищення кваліфікації персоналу;
- збільшення асортименту додаткових послуг;
- укладання договору з рекламним агентством, розширення реклами, щоб таким чином підвищити попит на послуги.

Список використаних джерел

1. Skrynkovsky R., Pavlenchuk N., Tsyuh S., Zanevsky I., Pavlenchuk A. Economic-mathematical model of enterprise profit maximization in the system of sustainable development values. Agricultural and

Resource Economics. 2022. Vol. 8(4). P. 188-214. <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.04.09>

2. Яців І. Б., Липчук В. В., Райтер Н. І. Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. Львів : Ліга-прес, 2015. 240 с.