

Міністерство освіти і науки України

Національний університет харчових технологій

92-а
Міжнародна наукова
конференція молодих учених,
аспірантів і студентів

"Наукові здобутки молоді –
вирішенню проблем
харчування людства у ХХІ
столітті"

20–24 квітня 2026 р.

Частина 3

Київ НУХТ 2026

40. КРІ-орієнтоване стратегічне планування діяльності міського бізнес-готелю в умовах ринкової нестабільності

Тетяна Ляшкова, Юрій Ткачук, Георгій Лявинець

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

Вступ. У міських бізнес-готелях стратегічне планування має забезпечувати одночасно керованість витрат, стабільність завантаження та гнучкість каналів продажів, оскільки зміни попиту і цінових умов швидко впливають на фінансовий результат.

Матеріали і методи. Використано аналіз готелю Radisson Blu Podil Kyiv City Centre із розрахунком показників виробничої програми та фінансової результативності за 2022–2025 рр., а також інструменти стратегічного аналізу (PESTEL, SWOT) і сценарне обґрунтування управлінських заходів.

Результати. Встановлено зростання коефіцієнта завантаження з 58% у 2022 р. до 80% у 2025 р., при цьому чистий дохід у 2025 р. становив 140 835 тис. грн, чистий прибуток – 56 703 тис. грн, рентабельність продажів – 40,3%. Ключові обмеження стратегічного розвитку пов'язані з сезонністю попиту, зростанням операційних витрат і структурою каналів збуту. Запропоновано пакет заходів: 1) регулярний цикл «цілі – план – контроль – коригування» та короткий набір КРІ для Room Service/F&B/MICE; 2) збільшення частки прямих бронювань шляхом пакетних пропозицій і роботи з корпоративним сегментом – за сценарієм перерозподілу 5% доходу з ОТА-каналу (комісія 15%) очікувана економія становить 1 056 тис. грн, чистий ефект після витрат на просування – близько 756 тис. грн/рік; 3) розвиток MICE через стандартизовані пакети – чистий ефект розраховано на рівні 480 тис. грн/рік; 4) енергоефективні заходи й бюджетування витрат – орієнтовна окупність 1,2 року. Обґрунтування каналів прямого бронювання та подієвого попиту узгоджується з висновками останніх досліджень з прямого онлайн-бронювання та впливу івентів на КРІ готелів [1–3], а актуальність енергоефективності підтверджують результати емпіричних робіт щодо чинників енергоспоживання готельних мереж [4].

Висновки. КРІ-орієнтоване стратегічне планування з план-факт контролем, оптимізацією структури каналів продажів і розвитком MICE забезпечує вимірювані резерви зростання прибутковості міського бізнес-готелю та підвищує стійкість до коливань попиту.

Література

1. de Vries M., Klein Poelhuis N. Investigating stimulating factors for customer booking intentions on brand websites. *Research in Hospitality Management*. 2024. 14(1):33–42. DOI: <https://doi.org/10.1080/22243534.2024.2354146>
2. Bento C. The impact of events on key performance indicators in the hotel industry: The case of Lisbon. *European Journal of Tourism Research*. 2024. 38:3820. DOI: <https://doi.org/10.54055/ejtr.v38i.3668>
3. Şanlıöz-Özgen H. K., Türksoy S. S., Atabay E. Direct online booking competence of five-star hotels: Model development on web/mobile sites. *Journal of Vacation Marketing*. 2024. DOI: <https://doi.org/10.1177/13567667241277210>
4. Arenhart R. S., Souza A. M. The influence of natural resources consumption and room revenue in the energy-efficiency of hotel chains. *Energy and Buildings*. 2025. 331:115375. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.enbuild.2025.115375>