

reproduction and restoration of tourist resources [4; 6]. In modern socio-economic systems, the tourism policy of the state should be aimed not only at the development of the tourist market, but also at creating, on this basis, conditions for the development of human capital, ensuring the employment of the population, the growth of its incomes, and the formation of national and regional competitiveness [1–10].

#### Література

1. Гнатенко І. А. Моделювання сценаріїв стійкого розвитку підприємств в умовах глобалізації та діджиталізації: управлінський аспект. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 16. С. 20–25.
2. Інтелектуалізація соціально-економічного розвитку України в перспективі післявоєнного відновлення: монографія. За наук. ред. О. В. Ольшанської, А. А. Олешко, З. Я. Шацької. Київ: КНУТД, 2022. 340 с.
3. Литовка Ю. С., Пузирьова П. В. (наук. кер.) Економічні перспективи туристичного ринку в Україні. *Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку економіки, обліку, фінансів і права: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Полтава, 12 липня 2019 року): у 2 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2019. Ч. 2. С. 73–74.
4. Ольшанська О. В., Мельник А. О. Регіональні туристичні кластери як важливий чинник економічного зростання. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2017. № 12. С. 212–216.
5. Ольшанська О. В., Григорчук Д. В. Розвиток міжнародного туризму в умовах українських реалій. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2018. Спецвипуск. Серія: Економічні науки. С. 281–289.
6. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід: монографія. Кол. авт., за ред. А. Ю. Парфіненка. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 280 с.
7. Пузирьова П. В. Концепція функціонування та стратегії розвитку підприємств готельно-ресторанної сфери. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2019. № 7–8 (218–219). С. 52–58.
8. Пузирьова П. В. Сучасні аспекти організаційної структури управління підприємством готельно-ресторанного типу. *Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами: матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 85-річчю Національного авіаційного університету* (м. Київ, 22 квітня 2019 року). Київ: НАУ, 2019. Т. 2. С. 29–30.
9. Kasych, A., Vochozka, M. (2019). Modernization processes in the modern world: methodology, evolution, tendencies. *Revista ESPACIOS*, Vol. 40, № 24. URL: <https://www.revistaespacios.com/a19v40n24/19402420.html>.
10. Tkachenko, V., Tkachenko, I., Puzyrova, P. (2020). Fundamentals of financial and economic security management of Ukrainian enterprises. *Research Papers in Economics and Finance*, Vol. 4, No. 2, P. 41–51.

UDC 330

*Shevchenko O., PhD in Economics, Associate  
Kyiv National University of Technologies and Design  
Khaliliaeva O., graduate student  
Khoroshko D., graduate student  
State Research Institute of Informatization and Modeling of Economy*

### **INTERNATIONAL HOSPITALITY INDUSTRY: BASIC BUSINESS MODELS OF THE INTERNATIONAL HOTEL BUSINESS IN THE MODERN CONDITION**

The international hospitality industry is increasingly increasing the steady trend of hotel chains expanding beyond national borders. The main conceptual scheme of the hotel product includes a mandatory set of requirements, the fulfillment of which is necessary for the creation of a fundamentally new and high-quality hotel product that corresponds to the category of a 4–5 star hotel enterprise [1; 3; 5].

The complex, complex nature of the modern hotel product is reflected in the existence of basic business models of the international hotel business. These models make it possible to analytically describe the boundaries of the hotel network as a form of organization and to justify the existing priorities in the expansion strategy of hotel firms. Thanks to the analysis of quantitative and qualitative aspects that reveal the essence of the models, it is possible to judge

the scale, pace of expansion of the network, features of its growth (extensive or intensive) [1; 2; 4]. Accordingly, it is customary to distinguish three types of basic business models:

The first business model is a classic hotel chain. This concept consists in the desire for broad unification and standardization, the system of standards is implemented at the level of the entire network. The main strategy is aimed at maximum representativeness in all geographical points of the world. The goal of this classic business model is extensive growth, aimed at active and rapid penetration of new geographic markets, the opening of a larger number of standard hotels and the formation of the most extensive network (for example, Hilton, InterContinental, Accor hotel chains) [1; 6; 10].

The second business model corresponds to the "hotel collection" concept. This concept involves the creation of a hotel chain of a special kind, in which each hotel is unique (most often being a local landmark or architectural monument of great historical value), each hotel is a kind of pearl in the collection, has its own name and reflects the unique atmosphere, culture of the geographical point in which it is located, the character and history of the country in which it is located. The priority task of the hotel chain, the second variant of the business model, is intensive growth due to the addition to the "collection" of hotels with unique and high-class service and a unique atmosphere. Expansion is carried out more qualitatively and at a slower pace (for example, Rocco Forte Collection, Baglioni, Kempinski hotel chains) [1; 7].

The third business model includes such a concept as "manager-owners", when using this approach, general managers bet on the ownership of their network (for example, the hotel chain Corinthia Hotels International) [1; 8; 11].

Consequently, the globalization of the hospitality industry has promoted international hotel chains to leading roles as a form of hotel business organization that meets modern realities. The increase in the number of hotel chains in different countries of the world and the uniqueness of their business models have opened opportunities for analysis and research of trends in network forms of international hotel business organization [1; 4; 9].

#### Література

1. Дидигуров А. П. Сучасні стратегії розвитку міжнародних готельних мереж. *Культура народів Причорномор'я*. 2010. № 179. С. 66–68. URL: <https://infotour.in.ua/didigurov.htm>.
2. Інтелектуалізація соціально-економічного розвитку України в перспективі післявоєнного відновлення: монографія. За наук. ред. О. В. Ольшанської, А. А. Олешко, З. Я. Шацької. Київ: КНУТД, 2022. 340 с.
3. Литовка Ю. С., Пузирьова П. В. (наук. кер.) Економічні перспективи туристичного ринку в Україні. *Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку економіки, обліку, фінансів і права: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Полтава, 12 липня 2019 року): у 2 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2019. Ч. 2. С. 73–74.
4. Ольшанська О. В., Мельник А. О. Регіональні туристичні кластери як важливий чинник економічного зростання. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2017. № 12. С. 212–216.
5. Ольшанська О. В., Григорчук Д. В. Розвиток міжнародного туризму в умовах українських реалій. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2018. Спецвипуск. Серія: Економічні науки. С. 281–289.
6. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід: монографія. Кол. авт., за ред. А. Ю. Парфіненка. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 280 с.
7. Пузирьова П. В. Концепція функціонування та стратегії розвитку підприємств готельно-ресторанної сфери. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2019. № 7–8 (218–219). С. 52–58.
8. Пузирьова П. В. Сучасні аспекти організаційної структури управління підприємством готельно-ресторанного типу. *Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами: матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 85-річчю Національного авіаційного університету* (м. Київ, 22 квітня 2019 року). Київ: НАУ, 2019. Т. 2. С. 29–30.
9. Халіляєва О. В., Пузирьова П. В. Сутність та значення економічного потенціалу, його місце в економіці країни: сучасний аспект в умовах сталого розвитку. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2021. № 12 (247). С. 33–40.
10. Puzyrova, P., Dovbush, V. (2020). Current state of Ukraine's hotel market under COVID-19 and prospects for its development. *Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. пр.* 2020. № 6 (229). С. 68–75.

11. Шацька З. Я., Шевель А. А. Шевчук Ю. А. Організація роботи підприємств готельної сфери в умовах пандемії COVID-19. *Ефективна економіка*. 2020. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8249>.

UDC 338

*Vlasiuk T., PhD in Economics, Associate  
Kyiv National University of Technologies and Design  
Khmelevskiy N., PhD in Economics, Professor  
Kyiv National Transport University  
Svyrydov A., graduate student  
State Research Institute of Informatization and Modeling of Economy*

### **BUSINESS PROFIT MANAGEMENT IN THE POST-WAR ECONOMIC CRISIS**

Improving the management of profit generation should be focused on assessing the market's real ability to absorb product volumes at various stages of the economic cycle, on optimizing the company's costs, improving the profit structure, and achieving the optimal ratio of profitability and liquidity, taking into account a combination of internal and external factors [1; 3].

The analysis of the theory and practice of the domestic and foreign experience of planning and regulating the profit of organizations allows us to formulate certain conditions for ensuring the effective management of the company's profit in the conditions of the post-war economic crisis: high quality of the generated profit; growth of the market value of the enterprise; payments of the appropriate level of income to the owners of the enterprise; profit effectiveness of employee participation programs; the appropriate amount of financial resources at the expense of profit in accordance with the objectives of the enterprise's development; optimal correspondence between the level of profit and the corresponding level of risk; maximization of the amount of profit, which is formed in accordance with the resource potential of the enterprise [2; 4].

The strategic orientation of the profit management system consists in substantiating the future directions of the enterprise based on a comprehensive analysis and assessment of the state of the market environment, the level of received and potentially possible profit, opportunities for profit management with the aim of increasing it based on the use of various reserves within the enterprise [5; 7; 10].

One of the basic elements of the profit management process is the development of several options for solving tactical and strategic tasks, as well as the possibility of modeling alternative options within the concept of integrating the profit management process into the general enterprise management system [6; 8; 10].

Among the reserves of profit growth, quantitative possibilities of profit increase by various methods are distinguished: increasing the volume of production and sale of products; reduction of production costs; improvement of product quality; increasing labor productivity; sale or lease of excess equipment and other property; reduction of non-production costs; reduction of production costs due to more rational use of material resources; implementation of measures to increase the labor productivity of its employees; diversification of production; reducing production costs or applying modern cost management methods; reduction of losses from defects; constant conducting of scientific studies of market analysis and behavior of consumers and competitors [7–9].

Therefore, in order to effectively manage the profit of the enterprise in the conditions of the post-war economic crisis, it is necessary to comply with a number of requirements that directly characterize the management process at the enterprise: it is advisable to combine