

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**БОРТНИК ЛЮДМИЛА ВАСИЛІВНА**

УДК 338.488.2:640.412:339.137.2

**ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО  
БІЗНЕСУ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами  
(за видами економічної діяльності)

**АВТОРЕФЕРАТ**  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата економічних наук

**Одеса – 2014**

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Одеському національному економічному університеті Міністерства освіти і науки України.

**Науковий керівник:** доктор економічних наук, професор  
**Семенов Василь Федорович**  
Одеський національний економічний університет,  
професор кафедри економіки та управління туризмом

**Офіційні опоненти:** доктор економічних наук, професор  
**Бойко Маргарита Григорівна**  
Київський національний торговельно-економічний  
університет, професор кафедри готельно-ресторанного  
та туристичного бізнесу

кандидат економічних наук, доцент

**Мендела Ірина Ярославівна**  
Прикарпатський національний університет імені  
Василя Стефаника, доцент кафедри готельно-  
ресторанної та курортної справи

Захист відбудеться «26» червня 2014 року о 14:00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 41.055.03 в Одеському національному економічному університеті за адресою: 65082, м. Одеса, вул. Преображенська, 8, ауд. 217.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Одеського національного економічного університету за адресою: 65082, м. Одеса, вул. Преображенська, 8, ауд. 211.

Автореферат розісланий «23» травня 2014 р.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради

Н. А. Сиротенко

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Розвиток готельного бізнесу в Україні, тенденції якого свідчать про зростання кількості готелів, входження міжнародних готельних мереж, формування українських керуючих компаній, обумовлюють загострення конкуренції на ринку готельних послуг та актуалізують вирішення проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.

Конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу та їхніх послуг залежить не лише від результатів їхньої поточної діяльності, а й від прогресивних організаційних та економічних рішень, як-то: докорінна зміна системних засад економіки й управління підприємствами готельного бізнесу, задоволення зростаючих вимог туристів до якості готельного обслуговування, виявлення важелів і механізмів конвергентності підприємств готельного бізнесу України й інших країн, координація дій підприємств готельного бізнесу та їх типів.

У сучасній світовій і вітчизняній літературі теоретичні проблеми конкуренції і конкурентоспроможності підприємств досліджуються досить ґрунтовно і відображені в наукових працях: Г. Азоева, Т. Амблера, І. Ансоффа, І. Арєнкова, Г. Багієва, О. Віханського, В. Грузинова, Ю. Єгупова, А. Ковальова, Ф. Котлера, М. Мескона, Г. Мінцберга, В. Момота, М. Портера, А. Стрікленда, В. Тарасевича, А. Томпсона, Й. Шумпетера, О. Янкового тощо.

Вирішенню наукових завдань щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу присвячені праці вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких: М. Бойко, С. Гаврилюк, В. Герасименко, М. Гудзь, О. Кусков, А. Мазаракі, М. Мальська, І. Мендела, П. Пуцентейло, В. Семенов, Т. Ткаченко, В. Федорченко, О. Чудновський та ін.

Разом з тим, дискусійними і недостатньо розробленими залишаються теоретико-методологічні, організаційні та економічні засади забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу. Відсутній інструментарій оцінки й імплементації раціональної моделі механізму забезпечення конкурентоспроможності й ефективного управління внутрішнім потенціалом і чинниками зовнішнього середовища підприємств готельного бізнесу. Чинна вітчизняна класифікація засобів розміщення потребує вдосконалення. Актуальною є також потреба в розробці методичного інструментарію формування мережевих форм діяльності підприємств готельного бізнесу України. Вказані аргументи значною мірою визначили тему даного дослідження.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертаційна робота тісно пов'язана з тематикою науково-дослідної роботи Одеського національного економічного університету, зокрема, з темами: «Економічні засади функціонування і розвитку спеціалізованих туристичних ринків в Одеському регіоні» (номер державної реєстрації – 0110U002460), у межах якої автором розроблено теоретико-методологічні підходи до

визначення та оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу; «Аналіз і оцінка туристично-рекреаційного потенціалу Одеської області та визначення шляхів його раціонального використання» (номер державної реєстрації – 0113U000653), у межах якої дисертантом обґрунтовано шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу та запропоновано модель формування готельної мережі як інтегрованої підприємницької структури.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дисертаційної роботи є розробка теоретико-практичних рекомендацій щодо формування організаційних та економічних заходів із забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу, здатних задовольнити високий рівень споживання готельних послуг.

Для досягнення поставленої мети у роботі визначені конкретні завдання:

- дослідити теоретичну сутність конкурентоспроможності підприємства як економічної категорії та внести уточнення до понятійного апарату «підприємство готельного бізнесу», «конкурентоспроможність підприємства готельного бізнесу»;
- визначити і систематизувати чинники, що забезпечують конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу;
- розробити та обґрунтувати методичні підходи щодо оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу;
- проаналізувати сучасний стан і динаміку розвитку ринку готельних послуг Одеської області та виявити перспективи його розвитку;
- удосконалити організаційні та економічні засади забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу та їхніх послуг в умовах невизначеності і ризику;
- обґрунтувати ефективність і основні напрями розвитку мережевої форми організації готельного бізнесу;
- розробити модель формування готельної мережі і визначити шляхи її впровадження.

**Об'єктом дослідження** є процес забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.

**Предметом дослідження** є теоретико-методичні засади забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.

**Методи дослідження.** Методологічною основою дисертаційної роботи є загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань і досягнення мети дослідження в роботі використовувалися: діалектичний метод – для уточнення сутності понять «підприємство готельного бізнесу», «конкурентоспроможність підприємства готельного бізнесу»; метод логічного узагальнення – для вдосконалення класифікації засобів розміщення; методи стратегічного аналізу (модель п'яти сил конкуренції М. Портера, SWOT-аналіз) – для дослідження конкурентного середовища на ринку готельних послуг Одеської області; метод порівняльного аналізу – з метою порівняння результатів фінансово-господарської діяльності окремих

підприємств готельного бізнесу; багатовимірні статистичні методи (класична і модифікована таксономія) – для оцінки рівня конкурентоспроможності окремих підприємств готельного бізнесу; метод опитування – у процесі оцінювання авторитетності бренду окремих підприємств готельного бізнесу; експертний метод – у процесі визначення чинників-симптомів, які впливають на конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу; метод моделювання – при створенні моделі формування готельної мережі як інтегрованої підприємницької структури; метод аналітичного вирівнювання – для прогнозування обсягу реалізації послуг підприємствами готельного бізнесу Одеської області; графічний метод – для наочного відображення статистичних матеріалів і результатів дослідження.

Інформаційною базою наукового дослідження слугували законодавчі та нормативно-правові акти України, аналітичні матеріали Всесвітньої туристичної організації, статистичні матеріали Державної служби статистики України, Державного агентства України з туризму та курортів, звітні дані Управління культури і туризму, національностей та релігій Одеської обласної державної адміністрації, наукові видання (монографії, наукові фахові журнали), дані статистичної звітності окремих підприємств готельного бізнесу, особисті спостереження за участю автора, ресурси мережі Internet.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у розробці теоретичних положень і методичних рекомендацій щодо удосконалення організаційних та економічних засад підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу, а саме:

*вперше:*

– запропоновані науково-методичні положення щодо оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу шляхом введення комплексного показника конкурентоспроможності, побудованого на синтезації результатів їхньої фінансово-господарської діяльності і рівня споживчої атрактивності, що на відміну від інших положень, дозволяє об'єктивно порівнювати показники господарської діяльності конкуруючих підприємств готельного бізнесу та в оптимальні терміни й адекватно позиціонувати підприємства на ринку готельних послуг;

*удосконалено:*

– наукові підходи до класифікації засобів розміщення, що конкретизують вимоги чинних Національних стандартів України й, на відміну від існуючих, враховують рекомендації Всесвітньої туристичної організації, міжнародний досвід функціонування готельного бізнесу, специфіку діяльності та основну функцію окремих типів засобів розміщення. Це сприятиме конвергенції вітчизняних та іноземних підприємств готельного бізнесу;

– методичні підходи до формування системи організаційних та економічних чинників і параметрів оцінки й аналізу конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу в умовах невизначеності і ризику, які засновані на адаптивних методах, що, на відміну від існуючих, дозволяють попередити загрози і ризику, локалізувати їхній дестабілізуючий вплив на економіку

підприємств готельного бізнесу, діагностувати їхню прибутковість з урахуванням типу активності туристичного сезону;

– аналітичну діагностику механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу шляхом створення на засадах системного підходу відповідної моделі, яка, на відміну від інших, ідентифікує взаємозв'язок між закономірностями і принципами впровадження інноваційних форм розвитку готельного бізнесу, сприяє імплементації готельної мережі як інтегрованої підприємницької структури в національну економіку України;

*отримало подальший розвиток:*

– використання методу аналітичного вирівнювання для прогнозування обсягу реалізованих послуг підприємствами готельного бізнесу Одеської області, що дозволяє враховувати індекси сезонності в їхній практичній діяльності;

– пропозиції щодо стратегічних напрямів розвитку і підвищення ефективності діяльності підприємств готельного бізнесу шляхом широкого впровадження таких прогресивних форм ведення бізнесу, як франчайзингова система і контрактів на управління готельними мережами з урахуванням їхніх переваг і недоліків для умов українського ринку, що дозволить суттєво підвищити якість курортного та туристичного обслуговування.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у тому, що розроблені наукові та методичні положення дисертаційної роботи розвивають теорію та практику забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.

Впровадження результатів дослідження у практику діяльності підприємств підтверджено відповідними довідками. Зокрема, розроблені пропозиції щодо вдосконалення вітчизняної класифікації засобів розміщення використано ДП «Одесастандартметрологія» з метою покращення процедури сертифікації послуг розміщення (довідка № 3/93-26/31 від 27.12.2013 р.). Розроблені методичні підходи щодо оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу з використанням класичної і модифікованої таксономії впроваджено на ТОВ «Моцарт-готель» (довідка № 347 від 08.10.2013 р.) і ТОВ «Торгова фірма Фреш» (довідка № 298 від 12.11.2013 р.). Модель формування готельної мережі як інтегрованої підприємницької структури покладено в основу довгострокової стратегії розвитку ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море» (довідка № 396 від 16.12.2013 р.).

Наукові розробки дисертації впроваджені у навчальний процес Одеського національного економічного університету при викладанні дисциплін «Міжнародна готельна індустрія», «Технологія готельної справи», «Географія туризму» (довідка № 01-11/274 від 17.01.2014 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційна робота є самостійною науковою працею, в якій викладено авторський підхід стосовно проблеми організаційного та економічного забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу. Всі наукові результати, які викладені в

дисертації та виносяться на захист, автор отримав особисто. З наукових праць, які опубліковані у співавторстві, в дисертаційній роботі використані лише ті положення та висновки, які отримані автором особисто, про що вказано у переліку наукових праць в авторефераті.

**Апробація результатів дисертації.** Основні результати досліджень апробовані на міжнародних та всеукраїнських наукових та науково-практичних конференціях, серед яких: II Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні національні економічні моделі: проблеми та перспективи розвитку» (м. Сімферополь, 5 березня 2010 р.), IV Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тенденції соціально-економічного розвитку України» (м. Кам'янець-Подільський, 12-13 травня 2011 р.), VII Міжнародна науково-практична конференція «Соціально-економічні реформи в контексті інтеграційного вибору України» (м. Київ, 19-20 жовтня 2011 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Соціально-економічні аспекти реструктуризації регіональної економіки» (м. Вінниця, 1-2 грудня 2011 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Актуальные и приоритетные направления географической науки для устойчивого развития» (Республіка Казахстан, м. Алмати, 12-16 березня 2012 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Наукові проблеми господарювання на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях» (м. Одеса, 25-26 квітня 2013 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми розвитку економіки в контексті глобальних викликів» (м. Одеса, 19-20 вересня 2013 р.), VII Міжнародна конференція «Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід» (м. Львів-Тернопіль, 4-6 жовтня 2013 р.), VI Всеукраїнська науково-практична конференція молодих науковців «Україна в посткризовий період: економічний і політичний аспекти» (м. Одеса, 31 березня 2011 р.), VII Всеукраїнська науково-практична конференція молодих науковців «20-річчя СНД: від тоталітаризму до демократії (економіка, політика, суспільство)» (м. Одеса, 28 березня 2012 р.), Всеукраїнська науково-практична конференція «Форми і способи забезпечення сталого розвитку приморських територій» (м. Бердянськ, 31 травня – 2 червня 2012 р.).

**Публікації.** За результатами проведених досліджень автором опубліковано 18 наукових праць, у тому числі: 1 – параграф у колективній монографії; 7 статей – у наукових фахових виданнях, що входять до переліку ВАК України, 1 стаття – в іноземному фаховому виданні; 9 робіт – у матеріалах і тезах конференцій, загальним обсягом 6,3 др. арк., з яких 5,2 др. арк. належать особисто автору.

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг дисертації становить 222 сторінок, що містить 39 таблиць та 37 рисунки; 20 додатків на 22 сторінках. Обсяг основного тексту дисертації становить 200 сторінок. Список використаних джерел налічує 195 найменувань на 20 сторінках.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У *вступі* обґрунтовано актуальність теми дисертації, визначено мету та завдання дослідження, його предмет і об'єкт, наукову новизну і практичне значення отриманих результатів.

У *першому розділі «Теоретичні засади формування конкурентоспроможних підприємств готельного бізнесу»* узагальнено концептуальні підходи до розкриття специфіки готельного бізнесу, визначено його місце і роль в індустрії туризму, встановлено теоретичну сутність конкуренції, конкурентоспроможності підприємства, конкурентних переваг та внесено уточнення до понятійного апарату «підприємство готельного бізнесу», «конкурентоспроможність підприємства готельного бізнесу», досліджено і систематизовано чинники забезпечення та існуючі методичні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.

У науковій літературі вся сукупність засобів розміщення ідентифікувалася з поняттям «підприємства готельного господарства». В роботі доведено недоцільність такого ототожнювання через суттєві відмінності в організації їхньої діяльності, кількості та якості послуг, що вони надають. З огляду на це, автором уточнено сутність поняття «підприємства готельного бізнесу», як «колективного засобу розміщення, що має єдине керівництво, складається з номерного фонду і з метою отримання прибутку надає готельні послуги з тимчасового проживання відповідно до заявленої категорії з обов'язковим обслуговуванням». Такий підхід дозволяє, по-перше, ототожнювати поняття «підприємство готельного бізнесу» з поняттями «готельне підприємство», «готель», а по-друге, гармонізувати його з європейською практикою.

Автором встановлено протиріччя у Національних стандартах України щодо класифікації вітчизняних засобів розміщення і за критерієм пріоритетності видів послуг удосконалено ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення», а саме: санаторії і флотелі вилучені з категорії «готелі», а профілакторії – з категорії «аналогічні готелям засоби розміщення» і всі вони віднесені до категорії «спеціалізовані засоби розміщення». Обґрунтовано також необхідність виокремлення хостелів з категорії «готелі» і віднесення їх до типу «інші колективні засоби розміщення», оскільки вони пропонують в якості номерів колективні спальні приміщення та надають мінімальний набір послуг.

Визначено, що діяльність підприємств готельного бізнесу в сучасних умовах, через переважно низький рівень якості обслуговування, високу вартість послуг, наявність бюрократичних процедур, обмеженість упровадження інновацій, потребує розробки заходів щодо підвищення рівня їхньої конкурентоспроможності.

У зв'язку з цим в роботі запропоновано авторське визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства готельного бізнесу», як «ступеня реалізації його потенційної спроможності формувати, використовувати й



утримувати стійкі конкурентні переваги з урахуванням мінливості впливу зовнішнього середовища шляхом підвищення результатів фінансово-господарської діяльності і максимізації рівня споживчої атрактивності з метою досягнення лідируючих позицій на ринку готельних послуг».

За результатами проведеного дослідження встановлено, що по відношенню до підприємства готельного бізнесу чинники, що впливають на його конкурентоспроможність у поточних фінансово-економічних і політичних умовах, поділяються на зовнішні (екзогенні) та внутрішні (ендогенні). З точки зору забезпечення конкурентоспроможності, найбільш вагомими є внутрішні чинники, оскільки вони формують довгострокову прибутковість підприємства готельного бізнесу, характеризують можливість та ефективність його адаптації до умов зовнішнього середовища. Внутрішні чинники структурно поділяються в роботі на три групи: чинники, що характеризують підприємство готельного бізнесу; чинники, що характеризують готельну послугу; чинники, що характеризують якість обслуговування споживачів (рис. 1).



**Рис. 1. Структура внутрішніх чинників, що забезпечують конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу**

*Джерело: розроблено автором*

Запропонована структура внутрішніх чинників дозволить підприємствам готельного бізнесу ретельніше вивчати джерела формування конкурентних переваг і обрати вірний вектор до покращення своїх конкурентних позицій на ринку готельних послуг. Проведення оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу є вкрай важливим і необхідним заходом, що допомагає визначити власне місце серед підприємств-лідерів, «середняків» і аутсайдерів. З позиції вирішення поставленого завдання автором окреслено поетапний алгоритм оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного

бізнесу: 1) аналіз ринку та визначення підприємств-конкурентів; 2) вибір методичних підходів до оцінки рівня конкурентоспроможності; 3) формування системи одиничних показників оцінки конкурентоспроможності; 4) формування системи комплексних показників оцінки конкурентоспроможності; 5) проведення оцінки конкурентоспроможності; 6) аналіз результатів та розробка шляхів підвищення конкурентоспроможності.

У результаті компаративного аналізу методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств з'ясовано, що більшість з них не відображають специфіку діяльності підприємств готельного бізнесу і тому потребують власної систематизації. Виходячи з цього, автором розроблена класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу за такими ознаками: джерелами отримання інформації (документальний, експертний, соціологічний, змішаний); рівнем реалізації конкурентної стратегії підприємством готельного бізнесу (на оперативному рівні – розрахунок конкурентоспроможності готельних послуг, на тактичному рівні – аналіз рентабельності діяльності підприємства, на стратегічному рівні – оцінка ринкової вартості бізнесу); способом відображення кінцевих результатів (матричні, графічні, розрахункові, комбіновані); видом показника оцінювання (диференційні і комплексні).

У роботі доведено, що конкурентоспроможність підприємства є латентним показником. Беручи до уваги складність і многогранність категорії «конкурентоспроможність підприємства», автором було зроблено висновок щодо ефективності і доцільності застосування багатовимірних статистичних методів (класичної та модифікованої таксономії), які дозволять отримати комплексну оцінку конкурентоспроможності з урахуванням специфіки діяльності підприємств готельного бізнесу.

**У другому розділі «Прикладні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу»** проаналізовано сучасний стан і динаміку розвитку підприємств готельного бізнесу Одеської області, проведено комплексну оцінку рівня їхньої конкурентоспроможності, діагностовано конкурентне середовище на ринку готельних послуг регіону.

Встановлено, що тенденції розвитку підприємств готельного бізнесу Одеської області тісно пов'язані із загальноукраїнськими. Оцінка загалом свідчить про неефективність готельного бізнесу в регіоні. Не зважаючи на те, що за період з 2008 по 2012 роки кількість підприємств готельного бізнесу збільшилась на 4,2 %, спостерігається негативна тенденція до зменшення кількості рекреантів та загального часу їхнього перебування. Середньорічний показник завантаження підприємств готельного бізнесу знаходиться на критично низькому рівні 20,0 %. За таких обставин тенденцію до зростання мав лише показник доходів від наданих послуг, що збільшився на 74,3 %, що пояснюється загальним зростанням цін на послуги готелів, попит на які є нерівномірним, дуже залежним в Одеській області від сезонності.

Аналіз розподілу основних показників діяльності підприємств готельного бізнесу Одеської області дає підставу стверджувати, що найбільшим попитом серед рекреантів користуються готелі категорії 3 зірки (табл. 1).

Таблиця 1

**Розподіл основних показників діяльності підприємств готельного бізнесу Одеської області за категорією у 2012 р.**

Показники діяльності підприємств	Категорія готелю						Усього
	1 зірка	2 зірки	3 зірки	4 зірки	5 зірок	без категорії	
Кількість готелів, одиниць	3	4	8	8	3	24	50
Частка, %	6,0	8,0	16,0	16,0	6,0	48,0	100,0
Місткість, місць	96	957	971	1393	351	1200	4968
Частка, %	1,9	19,3	19,5	28,0	7,1	24,2	100,0
Кількість розміщених, осіб	568	36676	51911	44092	13154	15099	161500
Частка, %	0,4	22,7	32,1	27,3	8,1	9,3	100,0
Доходи від наданих послуг, тис. грн.	773,7	18536,6	41669,0	58053,3	46685,1	23052,5	188770,2
Частка, %	0,4	9,8	22,1	30,8	24,7	12,2	100,0
Середня вартість одного людино-дня, грн.	118,9	283,4	503,9	932,6	1640,2	246,5	620,9

*Джерело: розраховано автором за даними Головного управління статистики в Одеській області*

На підставі проведеного аналізу було виявлено, що 48,0 % готелів не пройшли процедуру сертифікації на присвоєння певної категорії, що ускладнює проведення об'єктивної оцінки рівня якості їхніх послуг. Враховуючи попит і середню вартість одного людино-дня перебування в готелях Одеської області, в роботі аргументовано перспективність відкриття готелів туристичного класу (категорії 2-3 зірки).

З позиції комплексного вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу в дослідженні розроблено авторський методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу з використанням багатовимірних статистичних методів, зокрема, класичної і модифікованої таксономії. Даний підхід дозволяє об'єднати чинники-симптоми рівня конкурентоспроможності у дві групи показників: 1) результатів фінансово-господарської діяльності (рентабельність продажів; витрати на 1 грн. реалізованих послуг; коефіцієнт загальної ліквідності; коефіцієнт автономії; коефіцієнт завантаження); 2) рівня споживчої атрактивності (відомість готельного бренду, середня вартість одного людино-дня; стан матеріально-технічної бази; питома вага структурних підрозділів сфери послуг; місце розташування). За результатом оцінки рівня конкурентоспроможності окремих підприємств готельного бізнесу Одеської області, дисертантом визначено їхню середню рангову оцінку (табл. 2).

Таблиця 2

**Результати оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу Одеської області за період 2010 – 2012 рр., отримані за допомогою класичної і модифікованої таксономії**

Назва підприємства	2010 рік		2011 рік		2012 рік		Середня рангова оцінка
	$\mu_i$	$d_i^*$	$\mu_i$	$d_i^*$	$\mu_i$	$d_i^*$	
1. ТОВ «Готель Одеса»	0,674794	0,054046	0,619853	0,049023	0,620835	0,046319	4
2. ТОВ «Моцарт-готель»	0,575863	0,03643	0,62932	0,049996	0,636704	0,04791	3
3. ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море»*	0,909091	0,082115	0,909091	0,079612	0,909091	0,079347	1
4. ЗАТ «Лондонська-Брістоль» *	0,771787	0,062572	0,803994	0,067253	0,827304	0,064571	2

\* дане підприємство є готельною мережею

Джерело: розраховано автором

З огляду на специфіку діяльності підприємств готельного бізнесу та їхню соціальну спрямованість, автором удосконалено експертну оцінку конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу, яка є водночас простим і ефективним інструментом у визначенні рівня прихильності споживачів.

Згідно з цим підходом, встановлено, що основними складовими конкурентоспроможності підприємства готельного бізнесу, з точки зору споживачів, є такі показники: цінова політика ( $x_1$ ), якість обслуговування ( $x_2$ ), місце розташування ( $x_3$ ), устаткування номерів ( $x_4$ ), асортимент додаткових послуг ( $x_5$ ), авторитетність бренду ( $x_6$ ). Рівень узгодженості результатів підтверджено коефіцієнтом конкордації Кендала, значущість якого перевірено за  $\chi^2$  – критерієм Пірсона. Це стало підґрунтям для визначення коефіцієнтів вагомості для кожного з досліджуваних показників і дало можливість екстраполяції моделі інтегрального індексу конкурентоспроможності (ІІК) на підприємства готельного бізнесу:

$$ІІК = 0,26x_1 + 0,24x_2 + 0,2x_3 + 0,15x_4 + 0,08x_5 + 0,07x_6. \quad (1)$$

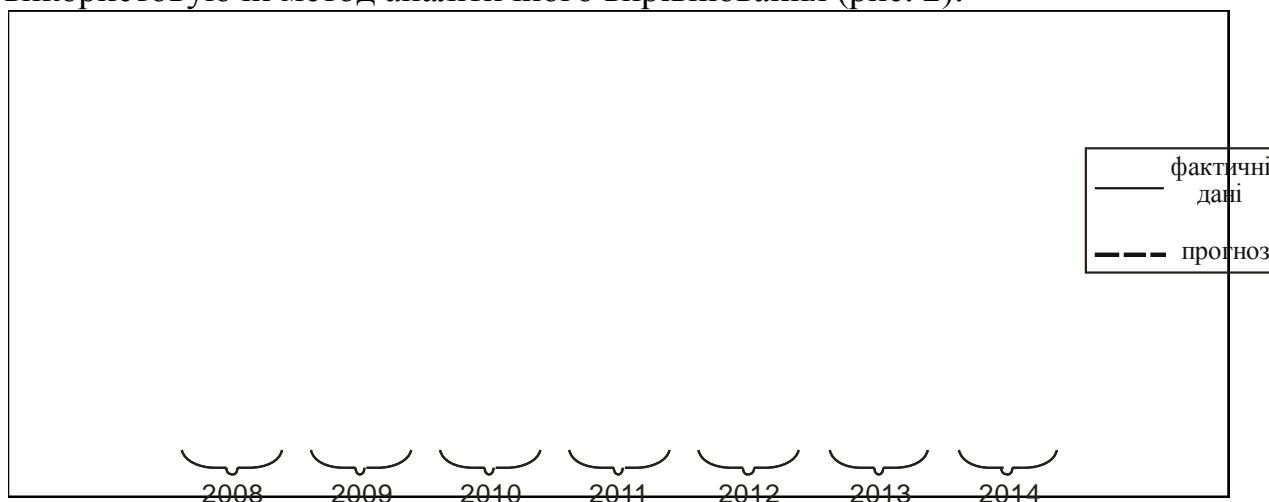
За результатами проведеного аналізу встановлено, що причинами низького рівня конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу є негнучка цінова політика, обмеженість впровадження інновацій, низький рівень диференціації пропозиції додаткових послуг. Розраховані коефіцієнти кореляції запропонованих методик оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу підтвердили наявність дуже щільного зв'язку між ними, що дає можливість стверджувати про об'єктивність отриманих результатів.

Доведено, що найконкурентоспроможнішими виступають ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море» і ЗАТ «Лондонська-Брістоль», які здатні ефективно функціонувати в умовах конкурентного ринку. Загальні висновки щодо аналізу конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу зводяться до активізації процесу організації й імплементації мережових форм підприємництва.

У третьому розділі «Науково-методичне забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу» вдосконалено методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу з точки зору їхньої прибутковості в умовах ризику і невизначеності; проаналізовано структуру світового готельного бізнесу і міжнародний досвід функціонування готельних мереж; визначено головні конкурентні переваги готельних мереж; розроблено модель формування готельної мережі як інтегрованої підприємницької структури і визначено шляхи її впровадження.

Доведено, що готельний бізнес є чутливим до зростання ризиків і невизначеності впливу чинників, що обумовлюють стан індустрії туризму. Саме тому автором визначено види ризиків, які є характерними для підприємств готельного бізнесу: зміна кон'юнктури ринку; мінливість цін на готельні послуги; зниження якості обслуговування; мінливість вартості ресурсів, що використовуються в діяльності підприємств готельного бізнесу; посилення податкового тиску; зростання відсоткових ставок за кредити; зменшення кількості населення й обсягів туристичного потоку; зниження рівня доходів населення.

У роботі досліджено вплив чинника сезонності на обсяг реалізованих послуг підприємствами готельного бізнесу Одеської області, що обумовило здійснення прогнозування даного показника на 2013-2014 роки, використовуючи метод аналітичного вирівнювання (рис. 2).



**Рис 2. Прогнозування обсягів реалізованих послуг підприємствами готельного бізнесу Одеської області на 2013 – 2014 рр.**

Джерело: розраховано автором

Результати проведеного прогнозування підтвердили тенденцію зростання обсягу реалізованих послуг готельними підприємствами Одеської області у 2013 – 2014 роках.

Для нівелювання впливу ризиків, пов'язаних з чинником сезонності, на рівень конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу, в роботі розраховано рівень рентабельності підприємств готельного бізнесу в залежності від типу активності туристичного сезону: низький рівень активності туристичного сезону, середній рівень активності туристичного сезону, вище середнього рівень активності туристичного сезону, високий рівень активності туристичного сезону. Доведено, що основними критеріями для прийняття рішення про ефективність діяльності підприємств готельного бізнесу є такі: критерій Лапласа, критерій Вальда, критерій «максимакса», критерій Гурвіца, критерій Севіджа. За результатами експериментальної перевірки методики підтверджено гіпотезу, що в умовах невизначеності туристичного сезону економічно стабільними щодо функціонування є готельні мережі (табл. 3).

Таблиця 3

**Матриця ефективності діяльності підприємств готельного бізнесу в умовах ризику і невизначеності**

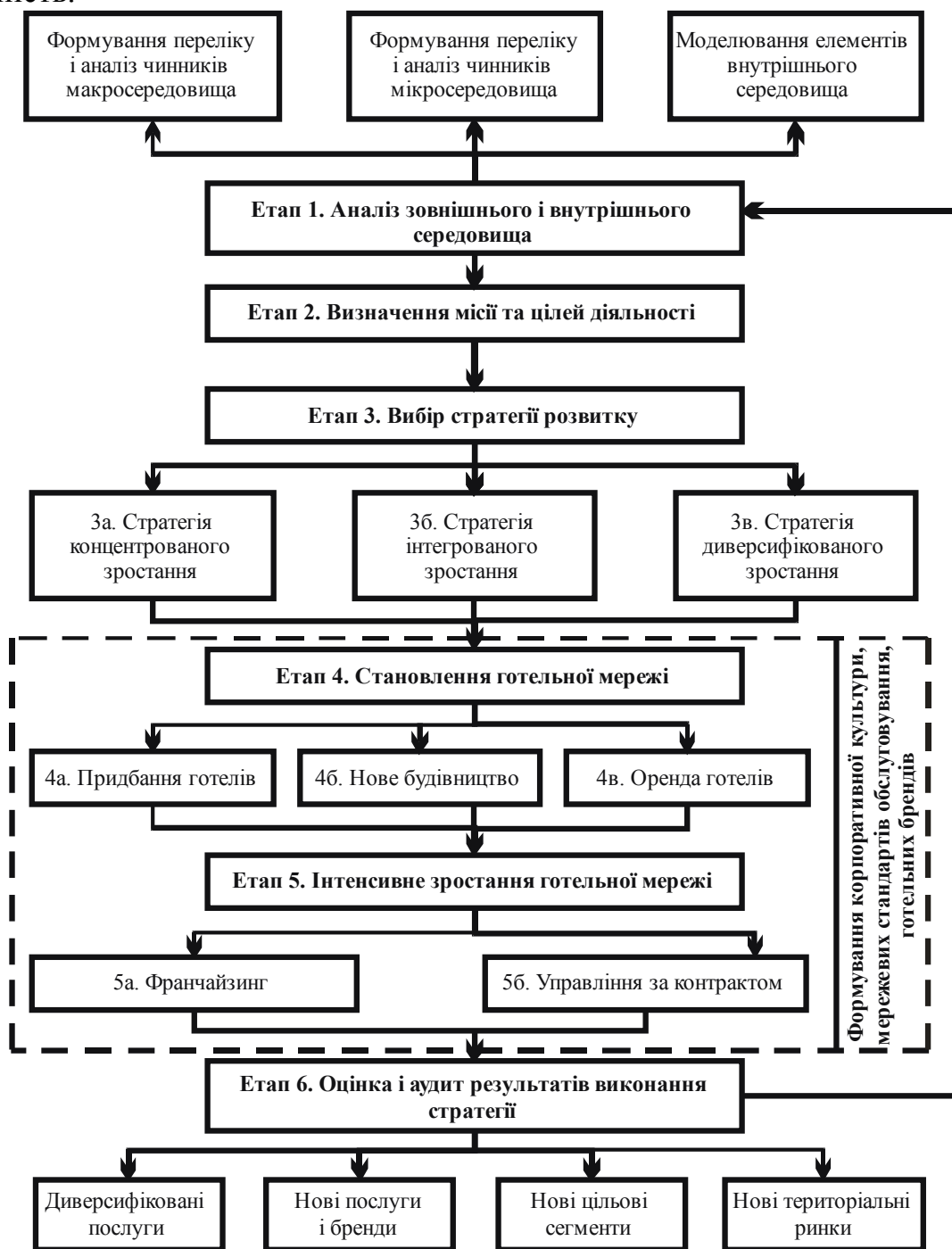
Назва підприємства	Рентабельність (збитковість) діяльності, %			
	Низький рівень активності туристичного сезону ( $B_1$ )	Середній рівень активності туристичного сезону ( $B_2$ )	Вище середнього рівень активності туристичного сезону ( $B_3$ )	Високий рівень активності туристичного сезону ( $B_4$ )
ТОВ «Готель Одеса» ( $A_1$ )	-21,11	-18,08	-12,15	-6,36
ТОВ «Моцарт-готель» ( $A_2$ )	8,47	11,76	18,19	24,46
ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море»* ( $A_3$ )	33,03	45,87	70,95	95,41
ЗАТ «Лондонська-Брістоль»* ( $A_4$ )	14,23	19,77	30,58	41,12

\* дане підприємство є готельною мережею

Джерело: розраховано автором

З цих позицій у роботі запропоновано організаційні напрями забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу. Обґрунтовано базові положення моделі формування готельної мережі як інтегрованої підприємницької структури, що розглядається як динамічна сукупність шести взаємопов'язаних етапів, які логічно впливають один з одного: 1) аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища; 2) визначення місії і цілей діяльності; 3) вибір стратегії розвитку; 4) становлення готельної мережі;

5) інтенсивне зростання готельної мережі; 6) оцінка та аудит результатів виконання стратегії (рис. 3). Водночас, дана модель передбачає існування стійкого зворотного зв'язку і відповідно впливу кожного етапу на всю їхню сукупність.



**Рис. 3. Модель формування готельної мережі як інтегрованої підприємницької структури**

*Джерело: розроблено автором*

Проведення аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища як вихідного етапу є підґрунтям для визначення місії, цілей і вироблення стратегії розвитку готельної мережі. Аналіз зовнішнього середовища передбачає вивчення конкурентного середовища на ринку готельних послуг регіону і дозволяє розпочати процес моделювання внутрішнього середовища готельної мережі.

У роботі виділено три підходи до вибору стратегії формування і розвитку готельної мережі: перший підхід передбачає прагнення до лідерства на засадах мінімізації витрат; другий підхід пов'язаний зі спеціалізацією готельної мережі на певних сегментах ринку; третій підхід пов'язаний зі спеціалізацією готельної мережі на певних видах послуг. В якості основних стратегій розвитку готельної мережі пропонується використовувати стратегії концентрованого, інтегрованого і диверсифікованого зростання.

Етап становлення готельної мережі характеризується відносно низькою динамікою розвитку, що може реалізуватися шляхом оренди, придбання діючих готелів з подальшою їхньою реконструкцією та адаптацією під мережеві стандарти або будівництва нових готелів. З'ясовано, що на цьому етапі відбувається становлення готельної мережі як суб'єкта господарювання, відпрацювання механізмів корпоративного управління, позиціонування інтегрованої підприємницької структури на цільових ринках, розробка і визнання її власних стандартів обслуговування, посилення лояльності споживачів, реклама бренду на регіональному і національному туристичних ринках. Це створює умови для розвитку таких прогресивних форм ділової співпраці, як франчайзинг та управління за контрактом. Етап інтенсивного зростання характеризується вдосконаленням корпоративної культури. З цього випливає, що продуктом готельної мережі виступатимуть не тільки готельні послуги, а й бренд і мережеві стандарти обслуговування.

Автором обґрунтовано, що запропоновані методичні і практичні рекомендації можуть бути дієвим інструментарієм для підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств готельного бізнесу з позиції формування готельних мереж, об'єднаних єдиним брендом та високим рівнем якості обслуговування. Впродовж кількох років підприємства мають відпрацювати на практиці принципи існування готелів у мережі, зважаючи на специфіку роботи в українських ринкових умовах. Враховуючи результати дослідження споживчих настроїв щодо співвідношення «ціна-якість» у роботі аргументовано перспективність відкриття готельних мереж туристичного класу (категорії 2-3 зірки), цільовий сегмент яких – представники внутрішнього туризму, тобто відпочиваючі та ділові туристи.

Створення готельної мережі з уніфікованим набором послуг та високим рівнем обслуговування надає низку конкурентних переваг, порівняно з ієрархічними організаційно-управлінськими формами, які проявляються в: ефекті від масштабу закупівель, економії витрат на підготовку персоналу і рекламні заходи; входженні до Глобальних дистрибутивних систем, зростанні рівня споживчої атрактивності та авторитетності мережевого бренду, що дозволяє зробити висновок про перспективи їхнього подальшого розвитку в Україні та перехід на принципово новий якісний рівень організації підприємництва на ринку готельних послуг.



## ВИСНОВКИ

У дисертації наведено теоретичне узагальнення і нове вирішення наукової задачі забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу на базі мережевого принципу. За результатами дослідження проблематики організаційного та економічного забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу були досягнуті такі висновки теоретичного, методичного та практичного спрямування:

1. Визначено сутність «підприємства готельного бізнесу» як колективного засобу розміщення, що має єдине керівництво, складається з номерного фонду і з метою отримання прибутку надає готельні послуги з тимчасового проживання відповідно до заявленої категорії з обов'язковим обслуговуванням. Специфіка готельного бізнесу ґрунтується на невідокремленості процесу виробництва нематеріальних послуг від їх споживання, терміновому характері і неможливості зберігання послуг, неоднорідності якості обслуговування, сезонному характері попиту на готельні послуги.

2. Запропоновано три підходи до визначення категорії «конкурентоспроможність підприємства»: компаративний – порівняння підприємств однієї галузі або підприємств, що випускають товари-субститути; ресурсний – заснований на ефективності використання ресурсів підприємства, системний – аналіз внутрішнього середовища підприємства з метою визначення його взаємовідносин із зовнішнім середовищем. За визначеними підходами автором уточнено «конкурентоспроможність підприємства готельного бізнесу» як ступінь реалізації його потенційної спроможності формувати, використовувати й утримувати стійкі конкурентні переваги з урахуванням мінливості впливу зовнішнього середовища шляхом підвищення результатів фінансово-господарської діяльності і максимізації рівня споживчої атрактивності з метою досягнення лідируючих позицій на ринку готельних послуг.

3. Виділено дві групи чинників, що забезпечують конкурентоспроможність підприємства готельного бізнесу: зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні). До першої групи віднесено чинники макросередовища і мікросередовища. До другої групи віднесено чинники, що характеризують підприємство, його послуги та якість обслуговування споживачів.

4. Обґрунтовано систему класифікації методів оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу за: джерелами отримання інформації; рівнем реалізації конкурентної стратегії підприємством готельного бізнесу; способом відображення кінцевих результатів; видом показників оцінювання. Запропоновано авторський методичний підхід щодо оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу, заснований на використанні багатовимірних статистичних методів, згідно з яким чинники-симптоми рівня конкурентоспроможності об'єднано у дві групи показників:

результати фінансово-господарської діяльності і рівень споживчої атрактивності.

5. Встановлено, що основними дестимулюючими причинами неефективності і низької конкурентоспроможності готельного бізнесу Одеської області є негативна тенденція зменшення кількості рекреантів, скорочення попиту та обсягів споживання послуг готельних підприємств, слабка матеріально-технічна база готельного бізнесу, низький рівень сервісу та висока вартість послуг, наслідки світової та внутрішньої економічної кризи, політико-економічна ситуація в Україні.

6. Обґрунтовано методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу в умовах невизначеності і ризику, що ґрунтується на засадах ефективності їхньої діяльності і в якості результативного показника досліджено рентабельність діяльності підприємств готельного бізнесу з урахуванням типу активності туристичного сезону: низький, середній, вище середнього, високий.

7. Доведено, що готельні мережі, на відміну від управління незалежними готелями, мають низку економічних переваг: ефекти від масштабу закупівель, економії витрат на підготовку персоналу і рекламні заходи; входження до Глобальних дистрибутивних систем; зростання коефіцієнту завантаження; посилення авторитету бренду і зростання рівня споживчої лояльності.

8. Проаналізовано переваги і недоліки використання основних форм ведення готельного бізнесу – системи франчайзингу і контрактного управління з урахуванням специфіки чинного законодавства України. Визначено, що найпрогресивнішою формою є франчайзинг, що об'єднує діяльність приблизно 80 % світових готелів, які входять до складу мереж.

9. Розроблено модель готельної мережі як інтегрованої підприємницької структури, формування якої складається з шести взаємопов'язаних етапів: 1 етап – проведення аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища; 2 етап – визначення місії і цілей діяльності як основного способу виявлення й усвідомлення векторів руху розвитку; 3 етап – вибір стратегії розвитку; 4 етап – становлення готельної мережі; 5 етап – інтенсивне зростання готельної мережі; 6 етап – оцінка і аудит результатів виконання стратегії. Важлива особливість даної моделі формування готельної мережі полягає в існуванні стійкого зворотного зв'язку і відповідно впливу кожного етапу на всю їхню сукупність.

## **СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

### ***Монографії:***

1. Ринки туристичних послуг : стан і тенденції розвитку : монографія / під заг. ред. В. Г. Герасименка. – Одеса : Астропринт, 2013. – 304 с. (17,7 др. арк.) *Особистий внесок автора: проаналізовано роль готельних мереж на ринку послуг розміщення туристів (С. 169-184; 0,8 др. арк.)*

**Статті у наукових фахових виданнях:**

2. Бортник Л. В. Розрахунок економічного ефекту від головних конкурентних переваг готельних ланцюгів / Л. В. Бортник // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки : економіка, політологія, історія. – 2011. – № 6 (131). – С. 26-33. (0,3 др. арк.)

3. Бортник Л. В. Дослідження попиту та пропозиції на ринку готельних послуг України / Л. В. Бортник // Экономика и управление : науч.-практ. журн. – 2012. – № 1. – С. 97-102. (0,4 др. арк.)

4. Бортник Л. В. Методика оцінки конкурентоспроможності готельних підприємств / Л. В. Бортник // Регіональна бізнес-економіка та управління. – Вінниця : ТОВ «Вінпрінт», 2012. – №1 (33). – С. 95-101. (0,4 др. арк.)

5. Бортник Л. В. Ефективність функціонування готельного господарства регіону / Л. В. Бортник // Науковий вісник. Одеський національний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки : економіка, політологія, історія. – 2012. – № 7 (159). – С. 204-211. (0,3 др. арк.)

6. Бортник Л. В. Оцінювання чинників зміцнення конкурентоспроможності туристичної індустрії України / Л. В. Бортник // Вісник Прикарпатського національного університету. – Сер. : Економіка. – 2012. – Вип. 9. – С. 166-170. (0,4 др. арк.)

7. Семенов В. Ф. Франчайзинг як метод організації і розвитку готельного бізнесу / В. Ф. Семенов, Л. В. Бортник // Вісник соціально – економічних досліджень. – Одеса : ОНЕУ, 2013. – № 49 (1). – С. 68-76. (0,7 др. арк.) *Особистий внесок автора: проаналізовано доцільність застосування франчайзингової системи вітчизняними підприємствами готельного бізнесу (0,35 др. арк.)*

8. Бортник Л. В. Комплексна оцінка конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу / Л. В. Бортник // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр ТНЕУ «Економічна думка», 2013. – Том 14. – № 2. – С. 100-110. (0,7 др. арк.)

**Статті в іноземних фахових виданнях:**

9. Семенов В. Ф. Модель формування національної гостиничної сети / В. Ф. Семенов, Л. В. Бортник // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2014. – № 1 (26). – С. 97-101. – ISSN 1990-536X. (0,6 др. арк.) *Особистий внесок автора: запропоновано модель формування готельної мережі (0,3 др. арк.)*

**Опубліковані праці апробаційного характеру:**

10. Бортник Л. В. Анализ влияния процесса глобализации на развитие гостиничного бизнеса Украины / Л. В. Бортник, Н. Н. Кузнецова // Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції [«Сучасні національні економічні моделі : проблеми та перспективи розвитку»], Сімферополь, 5 березня 2010 р. – Сімферополь : ВіТроПрінт, 2010. – С. 216-220. (0,2 др. арк.) *Особистий внесок автора: визначено основні тенденції розвитку готельного бізнесу України у контексті глобалізаційних процесів (0,1 др. арк.)*

11. Бортник Л. В. Інноваційний розвиток підприємств готельного господарства / Л. В. Бортник // Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (у 2-х томах) [«Соціально-економічні реформи в контексті інтеграційного вибору України»], (Київ, 19-20 жовтня 2011 р.). – К.-Д. : Біла К. О., 2011. – Т. 2. – С. 57-59. (0,2 др. арк.)

12. Бортник Л. В. Особливості розвитку й фактори формування конкурентного середовища в готельному бізнесі / Л. В. Бортник // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (в 2-х томах) [«Соціально-економічні аспекти реструктуризації регіональної економіки»], Вінниця, 1-2 грудня 2011 р. – Вінниця : ТОВ «Фірма «Планер», 2011. – Т. 1. – С. 43-45. (0,1 др. арк.)

13. Бортник Л. В. Развитие гостиничного хозяйства Украины / Л. В. Бортник // Материалы международной научно-практической конференции [«Актуальные и приоритетные направления географической науки для устойчивого развития»], (Республика Казахстан, Алматы, 12-16 марта 2012 г.). – Алматы : Абай атындағы ҚазҰПУ, 2012. – С. 285-288. (0,2 др. арк.)

14. Семенов В. Ф. Удосконалення механізму стимулювання конкурентоспроможності готельного бізнесу / В. Ф. Семенов, Л. В. Бортник // Матеріали регіональної науково-практичної конференції [«Менеджмент міського та регіонального розвитку»], Харків, 26-27 квітня 2012 р. – Х. : ХНАМГ, 2012. – С. 58-60. (0,1 др. арк.) *Особистий внесок автора: обґрунтовано складові механізму стимулювання конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу (0,05 др. арк.)*

15. Семенов В. Ф. Проблема категоризації готельних підприємств / В. Ф. Семенов, Л. В. Бортник // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [«Форми і способи забезпечення сталого розвитку приморських територій»], Бердянськ, 31 травня – 2 червня 2012 р. – Бердянськ : БДПУ, 2012. – С. 90-92. (0,2 др. арк.) *Особистий внесок автора: вдосконалено вітчизняну класифікацію засобів розміщення (0,1 др. арк.)*

16. Давиденко І. В. Можливості розвитку хостелів в Україні / І. В. Давиденко, І. М. Єгупова, Л. В. Бортник // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції [«Актуальні проблеми розвитку економіки в контексті глобальних викликів»], Одеса, 19-20 вересня 2013 р. – Одеса : «Атлант», 2013. – С. 266-268. (0,2 др. арк.) *Особистий внесок автора: визначено роль і місце хостелів у структурі засобів розміщення (0,05 др. арк.)*

17. Семенов В. Ф. Мережеві структури в готельному бізнесі / В. Ф. Семенов, Л. В. Бортник // Матеріали VII міжнародної конференції [«Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід»], Львів-Тернопіль, 4-6 жовтня 2013 р. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. – С. 74-78. (0,2 др. арк.) *Особистий внесок автора: запропоновано визначення поняття «готельна мережа» (0,1 др. арк.)*

***Публікації в інших виданнях:***

18. Бортник Л. В. Сучасний стан і проблеми розвитку готельного бізнесу м. Одеси / Л. В. Бортник // Вісник Кам'янець-Подільського національного

університету імені Івана Огієнка. – Сер. : Економічні науки. – Кам'янець-Подільський : ФОП Сисин О. В, 2011. – Випуск 4. – С. 525-528. (0,3 др. арк.)

## АНОТАЦІЯ

**Бортник Людмила Василівна «Організаційні та економічні засади забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу». – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Одеський національний економічний університет, Одеса, 2014.

У дисертаційній роботі досліджено теоретичні та прикладні засади забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу. Уточнено понятійний апарат за темою дослідження, систематизовано чинники, що забезпечують конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу.

Проаналізовано сучасний стан і динаміку розвитку ринку готельних послуг Одеської області, визначено основні проблеми та перспективи його розвитку. Апробовано методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу з використанням багатовимірних статистичних методів, що дозволяє враховувати показники результатів їхньої фінансово-господарської діяльності та рівня споживчої атрактивності.

З'ясовано шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу в умовах невизначеності і ризику. Обґрунтовано ефективність мережевих форм підприємництва в готельному бізнесі. Досліджено доцільність використання франчайзингу і контрактів на управління в практичній діяльності вітчизняних підприємств готельного бізнесу. Запропоновано аналітичну діагностику механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу шляхом створення на засадах системного підходу моделі, яка сприяє імплементації готельної мережі як інтегрованої підприємницької структури в національну економіку України.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, підприємство готельного бізнесу, організаційні та економічні засади, забезпечення, готельна мережа, конкурентна стратегія підприємства, готельна послуга, франчайзинг.

## АННОТАЦИЯ

**Бортник Людмила Васильевна «Организационные и экономические основы обеспечения конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса». – Рукопись.**

Диссертация на соискание научной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Одесский национальный экономический университет, Одесса, 2014.

В диссертационной работе исследованы теоретические и прикладные основы обеспечения конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса. На основе обобщения теоретического материала уточнен понятийный аппарат «предприятия гостиничного бизнеса», «конкурентоспособности предприятия гостиничного бизнеса». Охарактеризованы концептуальные подходы к раскрытию специфики гостиничного бизнеса. Определено роль и место предприятий гостиничного бизнеса в индустрии туризма. Усовершенствованы научные подходы к классификации средств размещения, которые конкретизируют требования Национальных стандартов Украины, учитывают рекомендации Всемирной туристической организации, международный опыт функционирования гостиничного бизнеса, специфику деятельности и основную функцию отдельных типов средств размещения. Систематизированы факторы, которые обеспечивают конкурентоспособность предприятий гостиничного бизнеса. Предложена авторская классификация методов оценки конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса с учетом отраслевой специфики по таким признакам: источникам получения информации, уровню реализации конкурентной стратегии предприятием гостиничного бизнеса, способу отображения конечных результатов, виду показателя оценивания.

Проанализировано современное состояние и динамику развития рынка гостиничных услуг Одесской области, определены основные проблемы и перспективы его развития. Апробирован методический подход к оценке конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса с использованием многомерных статистических методов (классической и модифицированной таксономии), который позволяет учитывать показатели результатов их финансово-хозяйственной деятельности и уровня потребительской аттрактивности. На основе результатов проведенной экспертной оценки определен интегральный показатель конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса, который дает возможность выяснить уровень их конкурентоспособности с позиции потребителя.

Выявлены пути повышения конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса с точки зрения их прибыльности в условиях неопределенности и риска. Обоснована эффективность сетевых форм предпринимательства в гостиничном бизнесе. Исследована целесообразность использования франчайзинга и контрактов на управление в практической деятельности отечественных предприятий гостиничного бизнеса. Предложена аналитическая диагностика механизма обеспечения конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса путем создания на основании системного подхода соответствующей модели, которая идентифицирует взаимосвязь между закономерностями и принципами внедрения инновационных форм развития гостиничного бизнеса, способствует имплементации гостиничной сети как интегрированной предпринимательской структуры в национальную экономику Украины.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, предприятие гостиничного бизнеса, организационные и экономические основы, обеспечение, гостиничная сеть, конкурентная стратегия предприятия, гостиничная услуга, франчайзинг.

## SUMMARY

### **Bortnyk L. V. “Organizational and economic principles of competitiveness ensuring of hotel business enterprises”. – Manuscript.**

Dissertation for the academic degree of candidate of economic sciences in specialty 08.00.04 – economy and management of enterprises (by types of economic activity). – Odessa National Economic University, Odessa, 2014.

In the thesis theoretical and applied principles of competitiveness ensuring of hotel business enterprises were researched. Conceptual apparatus on study topic was specified, factors, that ensure competitiveness of hotels, were systematized.

The modern state and dynamics of hotel service market of Odessa region were analyzed, the main problems and prospects of its development were determined. Methodical approach to assessing the competitiveness of hotel business enterprises, using multivariate statistical methods, was approved, that allows to take into account the result indicators of the financial and economic activity and the level of consumer attractiveness.

The ways of competitiveness increase of hotel business enterprises under conditions of uncertainty and risk were defined. The efficiency of network forms of entrepreneurship in the hotel business was grounded. Reasonability of using franchising and management contracts in practice of domestic hotel business enterprises was researched. Analytical diagnostics of competitiveness ensuring mechanism of hotel business enterprises was offered by creating on the principles of a system approach a suitable model which, unlike others, contributes to the implementation of hotel chain as an integrated business structure in national economy of Ukraine.

**Key words:** competitiveness, hotel business enterprises, organizational and economic principles, ensuring, hotel chain, enterprise competitive strategy, hotel service, franchising .