

Людмила Василівна БОРТНИК

аспірантка, викладач кафедри економіки та управління туризмом,
Одеський національний економічний університет
вул. Преображенська, 8, м. Одеса, 65082, Україна
E-mail: liudmyla.bortnyk@gmail.com
Телефон: +380482325662

**КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

Бортник, Л. В. Комплексна оцінка конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу [Текст] / Людмила Василівна Бортник // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2013. – Том 14. – № 2. – С. 100-110. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Розглянуто місце і роль готельного бізнесу в репрезентації національного туристичного продукту України. Визначено сутність поняття «конкурентоспроможність готельного підприємства». Систематизовано основні методики оцінки конкурентоспроможності підприємств сфери послуг і об'єднано в чотири групи: графічні, матричні, розрахункові та комбіновані. Запропоновано методику комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу, що ґрунтується на аналізі трьох важливих складових: результатів фінансово-господарської діяльності, конкурентоспроможності готельних послуг та ринкової позиції підприємства у внутрішньогалузевій конкуренції. У якості об'єктів дослідження були відібрані готельні підприємства м. Одеси, які належать до однієї стратегічної групи конкурентів. Доведено доцільність і легкість використання комплексної методики оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу. За результатами проведеної оцінки підтверджено необхідність підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних готельних підприємств.

Ключові слова: готель; конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу; методи оцінки; якість готельних послуг; частка ринку; ринкова позиція.

Людмила Васильевна БОРТНИК

**КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА**

Аннотация

Рассмотрены место и роль гостиничного бизнеса в презентации национального туристического продукта Украины. Определена сущность понятия «конкурентоспособность гостиничного предприятия». Систематизированы основные методики оценки конкурентоспособности для предприятий сферы услуг и объединены в четыре группы: графические, матричные, расчетные и комбинированные. Предложена методика комплексной оценки конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса, основанная на анализе трех важных составляющих: результатов финансово-хозяйственной деятельности, конкурентоспособности гостиничных услуг и рыночной позиции предприятия во внутриотраслевой конкуренции. В качестве объектов исследования были отобраны гостиничные предприятия г. Одессы, которые принадлежат к одной стратегической группе конкурентов. Доказаны целесообразность и простота использования методики для комплексной оценки конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса. По результатам проведенной оценки подтверждена необходимость повышения уровня конкурентоспособности отечественных гостиничных предприятий.

Ключевые слова: гостиница; конкурентоспособность предприятий гостиничного бизнеса; методы оценки; качество гостиничных услуг; доля рынка; рыночная позиция.

COMPLEX ESTIMATION OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS OF HOTEL BUSINESS

Abstract

The place and role of hotel business in presentation of national tourist product of Ukraine have been considered. The essence of the definition of competitiveness of the hotel enterprise has been determined. The basic estimation methods of enterprise competitiveness of service sphere are systematized and united in four groups: graphic, matrix, calculation and combined. The method of complex estimation of enterprises competitiveness of hotel business, based on the analysis of three important components: the results of financial activity, competitiveness of hotel services and market position of enterprise in the intra-industry competition has been suggested. The hotel enterprises of the city of Odessa, which belong to the same strategic group of competitors, have been selected as objects of research. As a result of performed estimation the necessity of increase of the level of competitiveness of domestic hotel enterprises has been proved.

Keywords: hotel; enterprise competitiveness of hotel business; estimation methods; quality of hotel services; market share; market position.

JEL classification: C81, D40, L11, L15

Однією із тенденцій на сучасному ринку туристичних продуктів є формування комплексного пакету товарів і послуг, які потенційно можуть стати об'єктом споживання туриста. Саме готельний бізнес як важлива складова індустрії туризму відіграє провідну роль у репрезентації вітчизняного туристичного продукту і наданні комплексу таких послуг. Ця сфера в комплексі туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і в перспективі може стати найбільш важливим сектором туристичної діяльності.

Стан готельного бізнесу впливає на розвиток індустрії туризму загалом, створення туристичних послуг, інші ключові сегменти економіки – транспорт, будівництво, зв'язок, торгівлю тощо. За обсягом доходів, матеріальних та фінансових ресурсів, кількістю зайнятих працівників готельний бізнес посідає перше місце в туристичній галузі України. Таким чином, створення високоефективного готельного бізнесу є одним з пріоритетних напрямів структурної перебудови вітчизняної економіки.

Останнім часом як в теорії, так і на практиці все більшу увагу звертають на комплексне вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності готелів, їх ефективне функціонування. Тут головним має бути надання якісної конкурентоспроможної послуги. Оцінка конкурентоспроможності готелів і якості їхніх послуг потребує постійного вдосконалення методичного інструментарію. Переважна більшість сучасних методик актуальна для оцінки конкурентоспроможності підприємств виробничої

сфери. На сьогодні відомі лише декілька методичних підходів щодо оцінки конкурентоспроможності і ефективності підприємств готельного бізнесу, які знайшли своє відображення у працях вітчизняних вчених С. Гаврилюк [1], В. Герасименка [2], Н. Кузнецової [3], В. Семенова [4] та іноземних – А. Дуровича [5], С. Скобкіна [6], Н. Четиркиної [7] тощо.

Метою статті є розробка комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу на базі чинних методик. Основними завданнями є аналіз останніх; виділення основних складових комплексної методики оцінки підприємств готельного бізнесу; дослідження рівня конкурентоспроможності вітчизняних готельних підприємств на прикладі Одеської області.

Саме вимоги до досягнення комплексності споживання туристичного продукту обумовлюють потребу розглядати діяльність підприємств, які задіяні в обслуговуванні туристів, як цілісну конкурентоспроможну систему. Проте забезпечення комплексності споживання туристичного продукту логічно передбачає застосування комплексного підходу до виробництва послуг, яке відбувається у готельному бізнесі. Для підвищення конкурентоспроможності необхідно здійснювати діяльність щодо надання послугам нових якостей і властивостей, які їх вигідно вирізняють. Конкурентоспроможність готельного підприємства – це така його характеристика, яка є формою вияву ступеня реалізації його потенційної спроможності формувати, утримувати і

використовувати стійкі конкурентні переваги. Ключовою передумовою формування конкурентних переваг є наявність конкуренції, яка є основним спонукальним мотивом для здійснення економічним суб'єктом діяльності щодо пошуку нових властивостей, які вигідно відрізняють його від конкурентів. Існування конкурентоспроможного сектору розміщення сприятиме формуванню конкурентних переваг національного туристично-рекреаційного комплексу через привілейоване, випереджаюче отримання найефективнішого обладнання (програмне забезпечення, системи бронювання тощо), швидкий обмін інформацією і впровадження інновацій. Розробка механізму оцінки конкурентоспроможності готельного бізнесу потребує збору та обробки великого масиву інформації щодо характеристик типів суб'єктів, їх можливих дій у різних умовах функціонування, оптимальних дій для досягнення цільової функції механізму тощо. Окрім того, передбачається, що такий механізм буде знаходитись у динамічних умовах, де прогнозовані дії економічних суб'єктів можуть доповнюватись. Така громіздка науково-дослідна діяльність потребує окремої наукової узагальнюючої оцінки з відповідним набором методичних підходів.

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства передбачає їх поділ на окремі групи за певною ознакою. Найчастіше такою ознакою виступає форма репрезентації результатів оцінки, відповідно до якої виділяють: графічні, матричні, розрахункові та комбіновані методи.

Графічний метод оцінки конкурентоспроможності базується на побудові багатокутника конкурентоспроможності, конкурентного профілю та карти стратегічних груп конкурентів. Найбільш показовими прикладами матричних методів можуть слугувати: матриця «Темпи зростання ринку/частка ринку»

(модель BCG); матриця «Привабливість ринку/конкурентоспроможність» (модель GE/Mc Kinsey); матриця «Привабливість галузі/конкурентоспроможність» (модель Shell/DPM); матриця «Стадія розвитку ринку/ конкурентна позиція» (модель Hofer/Schendel); матриця «Стадія життєвого циклу продукції/ конкурентна позиція» (модель ADL/LC) тощо.

Розрахункові методи оцінки конкурентоспроможності підприємства є численними. Вони поділяються на: диференційні методи – які дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства по окремих аспектах його діяльності – виробничому, інноваційному, маркетинговому, фінансовому тощо; комплексні методи – які базуються на комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Вважаємо доцільним при оцінці конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу використовувати комплексний метод, що містить аналіз наступних складових: результатів фінансово-господарської діяльності, конкурентоспроможності готельних послуг та ринкової позиції підприємства у внутрішньогалузевій конкуренції.

Для оцінки конкурентоспроможності нами було обрано чотири готельних підприємства м. Одеси, які є найближчими конкурентами: ТОВ «Готель Одеса», ТОВ «Моцарт-готель», ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море» та ЗАТ «Лондонська-Бристоль». Вищезазначені готелі мають спільні риси: однакову категорію, сегмент ринку, місце розташування та схожі стратегії позиціонування. Аналізуючи фінансово-господарську діяльність підприємств готельного бізнесу м. Одеси, необхідно охарактеризувати їхню експлуатаційну потужність. Усі обрані готельні підприємства – малої та середньої місткості (табл. 1).

Таблиця 1. Порівняльні дані про номерний фонд готельних підприємств м. Одеси

№ з/п	Найменування підприємства	Загальна кількість номерів, одиниць	Загальна місткість, місць
1.	ТОВ «Готель Одеса»	153	306
2.	ТОВ «Моцарт-готель»	40	88
3.	ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море»	375	750
4.	ЗАТ «Лондонська-Бристоль»	67	134

За сукупним обсягом номерного фонду переважає ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море», тому що це підприємство є регіональною готельною мережею, яка об'єднує п'ять готелів у м. Одесі та в Одеській області.

За умов переходу економіки України до ринкових відносин, суттєвого розширення прав підприємств у галузі фінансово-економічної

діяльності значно зростає роль своєчасного та якісного аналізу фінансового стану підприємств.

Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських чинників і характеризується системою показників, що

відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів. Фінансовий стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності [8].

За останні п'ять років фінансовий результат від операційної діяльності має стійку тенденцію до зростання у ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море». За аналізований період цей

показник збільшився на 112,75 %, що свідчить про ефективність діяльності. Позитивне зростання рівня прибутковості спостерігається у ТОВ «Моцарт-готель» за період з 2011 по 2012 рр. ТОВ «Готель Одеса» та ЗАТ «Лондонська-Бристоль» демонструють нестабільний фінансовий стан (рис. 1. – рис. 4).

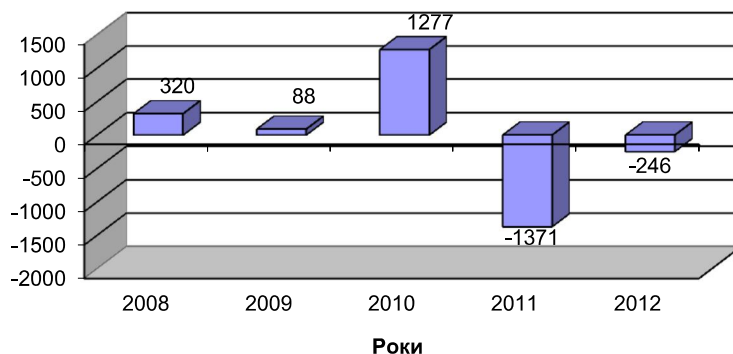


Рис. 1. Динаміка фінансового результату від операційної діяльності ТОВ «Готель Одеса», тис. грн.

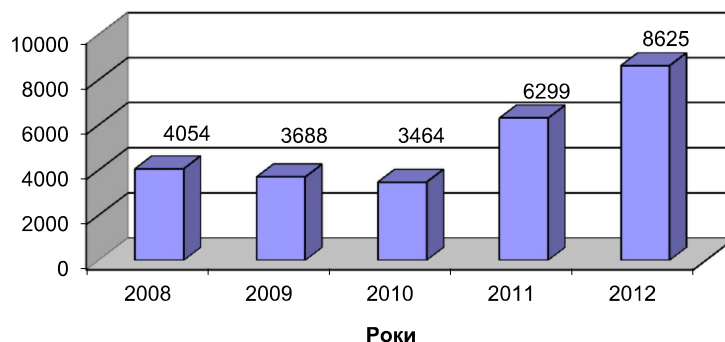


Рис. 2. Динаміка фінансового результату від операційної діяльності ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море», тис. грн.

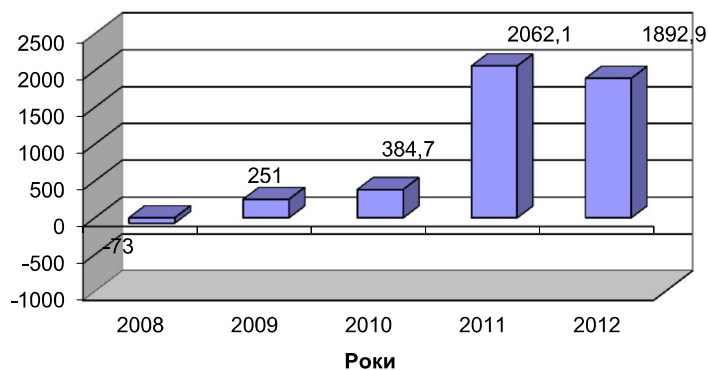


Рис. 3. Динаміка фінансового результату від операційної діяльності ТОВ «Моцарт-готель», тис. грн.

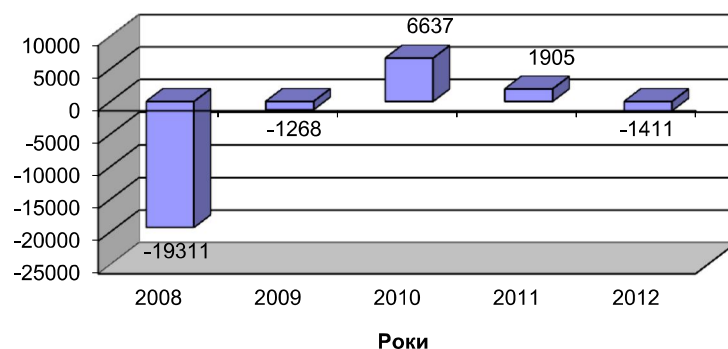


Рис. 4. Динаміка фінансового результату від операційної діяльності ЗАТ «Лондонська-Бристоль», тис. грн.

З огляду на можливість корегування діяльності готельних підприємств в оперативному режимі доцільним є використання методів, що передбачають урахування споживчого попиту та ґрунтуються на визначенні конкурентоспроможності готельних послуг шляхом дослідження якісних та вартісних показників.

Тому для комплексної оцінки конкурентної позиції готельних підприємств м. Одеси слід проаналізувати внутрішні чинники конкурентоспроможності готельних підприємств за допомогою методу експертної оцінки, що складається з декількох етапів. На першому етапі обираються підприємства-конкуренти, що входять до однієї стратегічної групи з готельним підприємством, що аналізується. На другому етапі визначаються параметри, за якими буде проведено аналіз.

Герасименко В. при оцінці конкурентоспроможності готельних послуг розглядає наступні показники: ціна, технологічні переваги, якість послуг, асортимент додаткових послуг, розташування, місткість [2].

Кузнєцова Н. вважає, що критеріями конкурентоспроможності готельних послуг є ціна, технологічні переваги, якість, інфраструктура додаткових послуг, розташування та місткість [3].

На думку Скобкіна С., конкурентоспроможність готельних послуг можна оцінити за допомогою наступних характеристик: обслуговування, постійність, надійність, точність, швидкість підтвердження, фактична ціна, частка ринку [6].

На наш погляд, основними критеріями оцінки конкурентоспроможності готельних послуг з точки зору споживача є цінова політика, якість обслуговування, місце розташування, устаткування номерів, асортимент додаткових послуг, авторитетність бренду.

На третьому етапі формується система бальної оцінки параметрів конкурентоспроможності. Оцінювання параметрів відбувалося за 10-бальною шкалою та було визначено вагомість кожного з них (у сумі вагомість повинна мати

значення «1» або у відсотковому вираженні – 100%).

Четвертим етапом є проведення експертної оцінки усіх запропонованих параметрів діяльності готелів. У якості експертів виступали споживачі послуг обраних готельних підприємств.

На п'ятому етапі на основі оцінок споживачів розраховується інтегральний показник конкурентоспроможності готельного підприємства за наступною формулою:

$$ІПК_{готелю} = \sum_{i=1}^n \frac{A_i / n}{A_{\max}} \times w_i, \quad (1)$$

де: $ІПК_{готелю}$ – інтегральний показник конкурентоспроможності готелю;

$$A_i = \sum_{j=1}^n a_{ij} + a_2 + \dots + a_i \quad (2)$$

A_i – сума експертних оцінок i -го параметра конкурентоспроможності готелю;

n – кількість експертів, що брала участь в аналізі;

$A_{\max}$ – максимальна оцінка i -го параметра згідно з обраною шкалою;

w_i – вагомість i -го параметра.

Близькість розрахованого інтегрального показника до «10» свідчить про високий рівень конкурентоспроможності готелю. Віддаленість від «10» означає, що у підприємства існують значні резерви збільшення рівня конкурентоспроможності.

Шостий етап передбачає зіставлення отриманих оцінок серед підприємств-конкурентів, завдяки чому з'являється потужний каталізатор удосконалення діяльності готелю, формується єдина мета для підприємства, виявляються пріоритети для вдосконалення.

У табл. 2 проаналізовано конкурентоспроможність послуг обраних готельних підприємств. Найкращу позицію має ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море» (9,15 балів) завдяки високій якості

обслуговування, гнучкій ціновій політиці, позитивному іміджу, великому асортименту додаткових послуг та вигідному місцю розташування. Другу позицію посідає ЗАТ

«Лондонська-Бристоль» (8,19 балів) завдяки віковій історії цього закладу та архітектурній довершеності будівлі.

Таблиця 2. Експертна оцінка конкурентоспроможності послуг готельних підприємств м. Одеси

№ з/п	Назва показника	Варг	Бальна оцінка				Зважена бальна оцінка			
			ТОВ «Готель Одеса»	ТОВ «Моцарт-готель»	ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море»	ЗАТ «Лондонська-Бристоль»	ТОВ «Готель Одеса»	ТОВ «Моцарт-готель»	ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море»	ЗАТ «Лондонська-Бристоль»
1.	Цінова політика	0,25	5	5	10	6	1,25	1,25	2,5	1,5
2.	Якість обслуговування	0,21	6	7	9	9	1,26	1,47	1,89	1,89
3.	Місце розташування	0,18	9	10	8	10	1,62	1,8	1,44	1,8
4.	Устаткування номерів	0,14	7	7	8	8	0,98	0,98	1,12	1,12
5.	Асортимент додаткових послуг	0,12	10	5	10	9	1,2	0,6	1,2	1,08
6.	Авторитетність бренду	0,1	7	6	10	8	0,7	0,6	1,0	0,8
Усього:		1,0	44	40	55	50	7,01	6,70	9,15	8,19

Третє місце займає ТОВ «Готель Одеса» (7,01 балів), що є сучасним готелем, розташованим в історичному центрі міста, та володіє найкращою інфраструктурою додаткових послуг. ТОВ «Моцарт-готель» знаходиться на четвертому місці (6,70 балів) завдяки вдалому місцю розташування.

Слід зауважити, що при аналізі цінової політики найбільш конкурентоспроможним є ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море». Середня вартість одномісного розміщення в номері категорії «Стандарт» складає 600-700 грн за добу залежно від сезону. У підприємствах-конкурентах вартість аналогічного розміщення коливається в межах від 1100 до 2000 грн за добу.

У 2012 році сукупний обсяг реалізації продукції готельними підприємствами Одеської області склав 171062,9 тис. грн [9]. Частка ринку готельних підприємств, що аналізуються, становила у 2012 році: ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море» – 12,8 %; ТОВ «Моцарт-готель» – 4,0 %; ТОВ «Готель Одеса» – 0,3 %; ЗАТ «Лондонська-Бристоль» – 0%. Варто зазначити, що у 2012 році ЗАТ «Лондонська-Бристоль» не надавало послуг з тимчасового розміщення та було закрито на плановий ремонт.

Аналіз останньої складової – ринкової позиції готельного підприємства у внутрішньогалузевій конкуренції – ґрунтується на методиці розрахунку внутрішньогалузевої конкурентоспроможності

підприємств, затвердженою наказом Міністерством економіки України від 19.10.2010 року № 1330 [10].

Згідно з цією методикою, інтегральний показник внутрішньогалузевої конкурентоспроможності підприємств (ІКС) розраховується як середньоарифметичне трьох складових: фактичного стану (ФАКТ), потенціалу розвитку (РОЗВИТОК), рівня стабільності та антикризової поведінки (СТАБ):

$$ІКС = 1/3 \text{ ФАКТ} + 1/3 \text{ РОЗВИТОК} + 1/3 \text{ СТАБ} \quad (3)$$

У нашому випадку середні значення бралися не для галузі, а для групи, що є показовим для порівняння саме обраних підприємств. У табл. 3 наведено аналітичні дані для розрахунку індексів конкурентоспроможності готельних підприємств м. Одеси за період з 2008 по 2012 роки: динаміка обсягів реалізації продукції, основних засобів та фонду оплати праці.

Відповідно до обраної методики, складова ФАКТ обчислюється як відношення обсягу реалізації підприємства до середнього для групи:

$$\text{ФАКТ} = \frac{\text{РЕАЛ}_i}{\text{РЕАЛ}}, \quad (4)$$

де РЕАЛ_i – обсяг реалізації продукції підприємства;

$\overline{\text{РЕАЛ}}$ – середній для групи обсяг реалізації.

Таблиця 3. Аналітичні дані для розрахунку інтегрального індексу конкурентоспроможності готельних підприємств м. Одеси

№ з/п	Найменування підприємства	Обсяги реалізації продукції, тис. грн					Основні засоби, тис. грн					Фонд оплати праці, тис. грн				
		2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік
1.	ТОВ «Готель Одеса»	19083,0	17378,0	19446,0	15827,0	436,0	14079,0	14259,0	14689,0	15606,0	15556,0	679,0	600,0	881,0	849,0	118,0
2.	ТОВ «Моцарт-готель»	6969,0	8969,7	9463,7	8957,3	6900,8	883,0	984,0	1272,3	3005,4	2871,1	333,0	306,0	473,2	430,0	278,9
3.	ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море»	19213,0	16064,0	16946,0	16530,0	21949,0	27713,0	60768,0	280681,0	337408,0	343917,0	5048,0	4500,0	4020,0	3299,0	3028,0
4.	ЗАТ «Лондонська-Бристоль»	13450,0	15911,0	29067,0	12420,0	-	37557,0	32614,0	108060,0	32508,0	38782,0	847,0	925,0	1697,0	879,0	29,0

Складова *РОЗВИТОК* є середньоарифметичною між: відношенням темпів зростання обсягу реалізації продукції підприємства до середнього для групи (*ТЕМП*); відношенням прирістної фондовіддачі до середньої по групі ($\Delta \text{ЕФЕКТ}_K$); відношенням суми коефіцієнтів еластичності обсягу реалізації за основними засобами і фондом оплати праці до відповідного середнього для групи (*МАСШТАБ*):

$$\text{РОЗВИТОК} = \frac{1}{3} \text{ТЕМП} + \frac{1}{3} \Delta \text{ЕФЕКТ}_K + \frac{1}{3} \text{МАСШТАБ} \quad (5)$$

Підіндекс зростання (*ТЕМП*) обчислюється за формулою:

$$\text{ТЕМП}_j = \frac{\frac{\text{РЕАЛ}_j^{2012} - \text{РЕАЛ}_j^{2009}}{\text{РЕАЛ}_j^{2009}}}{\frac{1}{n} \sum \frac{\text{РЕАЛ}_j^{2012} - \text{РЕАЛ}_j^{2009}}{\text{РЕАЛ}_j^{2009}}} \quad (6)$$

Гранична ефективність основних засобів ($\Delta \text{ЕФЕКТ}_K$) обчислюється таким чином:

$$\Delta \text{ЕФЕКТ}_K = \frac{\frac{\Delta \text{РЕАЛ}^{12-09}}{\Delta K^{12-09}}}{\frac{\Delta \text{РЕАЛ}^{12-09}}{\Delta K^{12-09}}}, \quad (7)$$

де $\Delta \text{РЕАЛ}^{12-09}$ – приріст реалізації з 2009 по 2012 роки,
 $\Delta K^{12-09} = K^{12} - K^{09}$ – приріст основних засобів

за вказані періоди,

K – залишкова вартість основних засобів підприємства.

$\frac{\Delta \text{РЕАЛ}^{12-09}}{\Delta K^{12-09}}$ – усереднена гранична ефективність основних засобів для обраної групи готельних підприємств.

Підіндекс ефекту від масштабу реалізації товарів, продуктів, послуг розраховується на базі розрахунку коефіцієнтів еластичності обсягів реалізації товарів, продуктів, послуг (E_K) і фондом оплати праці (E_L) за формулою:

$$E_K = \frac{\Delta \text{РЕАЛ}^{12-09}}{\text{РЕАЛ}^{09}} \bigg/ \frac{\Delta K^{12-09}}{K^{09}}; \quad (8)$$

$$E_L = \frac{\Delta \text{РЕАЛ}^{12-09}}{\text{РЕАЛ}^{09}} \bigg/ \frac{\Delta L^{12-09}}{L^{09}}, \quad (9)$$

де L – фонд оплати праці підприємства (надіндекс вказує рік);

$\Delta L^{12-09} = L^{12} - L^{09}$ – приріст фонду оплати праці з 2009 по 2011 рік.

Підіндекс ефекту від масштабу виробництва (*МАСШТАБ*) складається із суми еластичності обсягів реалізації продукції за основними засобами і за фондом оплати праці до середнього показника для групи:

$$МАСШТАБ = \frac{(E_K + E_L)}{\sqrt{(E_K + E_L)}}, \quad (10)$$

де $\overline{E_K + E_L}$ – середній показник по групі.

Згідно з теорією ризику ефективність фінансового портфеля залежить від очікуваної дохідності та ступеня відхилення від неї. При оцінці конкурентоспроможності потрібно також виходити із зазначеного. У зв'язку з цим, пропонується використовувати підіндекс стабільності та антикризової поведінки (СТАБ). Він складається з двох компонентів: ступеня стабільності за умов зростання та ефективності антикризової поведінки. Складова СТАБ обчислюється як середньоарифметична між змінними С (коефіцієнт детермінації часового

тренда у період зростання до відповідного середнього для групи) і А (відсоток реалізації у 2012 до 2011 р. до середнього для групи):

$$СТАБ = 0.5C + 0.5A \quad (11)$$

Підіндекс С пропонується розглядати як ступінь зосередженості фактичних значень обсягу реалізації продукції до лінії тренда. У статистиці ця величина називається коефіцієнтом детермінації R^2 . Чим ближчою є ця величина до 1, тим більш «щільно» фактичні значення лягають біля лінії тренда.

Коефіцієнт детермінації R^2 було розраховано за допомогою функції «Майстра діаграм» Microsoft Office Excel. На рис. 5. – рис. 8. відображено значення отриманих коефіцієнтів детермінації для обраних готельних підприємств.

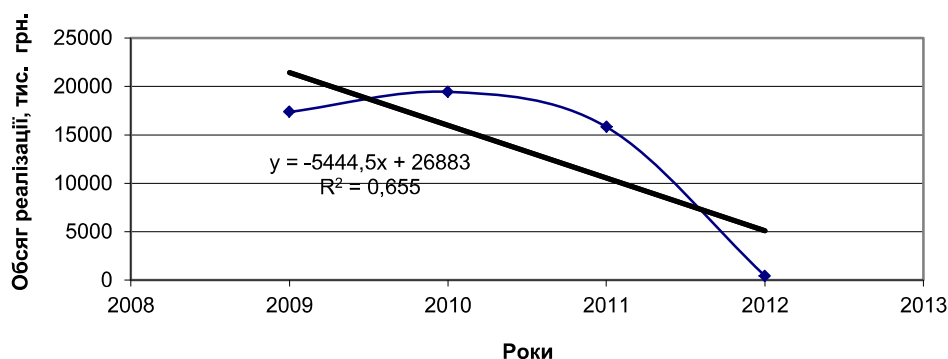


Рис. 5. Коефіцієнт детермінації R^2 ТОВ «Готель Одеса»

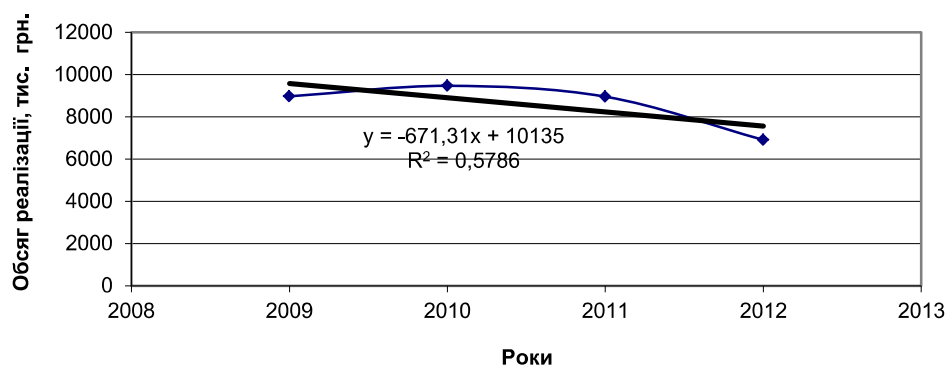


Рис. 6. Коефіцієнт детермінації R^2 ТОВ «Моцарт-готель»

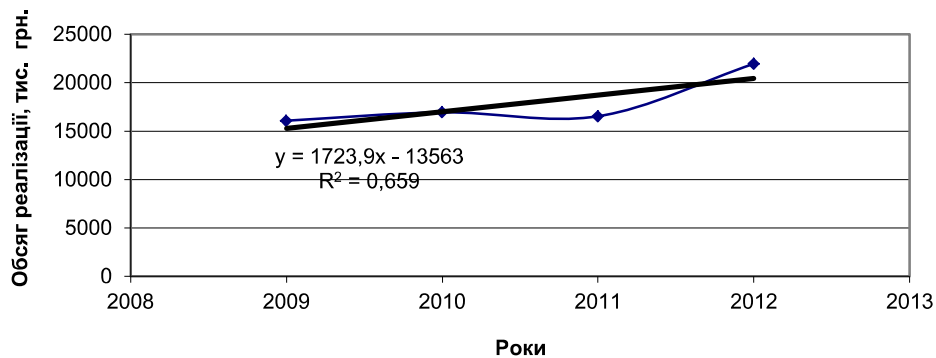


Рис. 7. Коефіцієнт детермінації R^2 ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море»

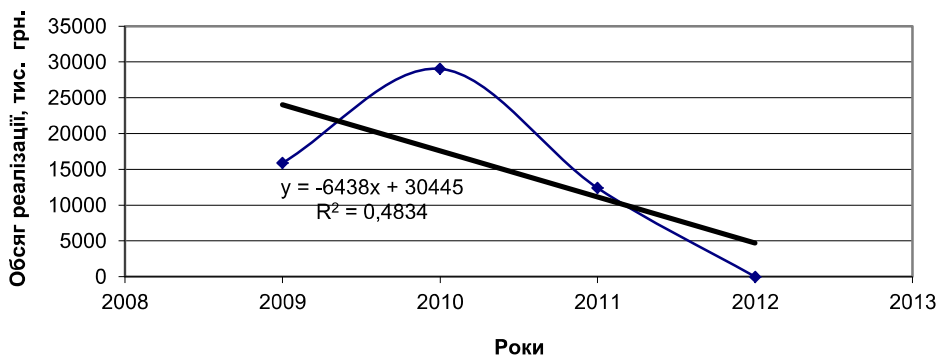


Рис. 8. Коефіцієнт детермінації R^2 ЗАТ «Лондонська-Бристоль»

У якості коефіцієнта C пропонується відношення коефіцієнта детермінації R^2 підприємства до середнього для групи (галузі):

$$C = \frac{R_j^2}{\frac{1}{n} \sum R_j^2} \quad (12)$$

Здатність підприємств протистояти кризовим явищам пропонується відображати за допомогою показника антикризової поведінки – відношення обсягів реалізації продукції 2008 року до 2009 року ($PEAL_{2008}/PEAL_{2009}$) інтерпретувати як показник антикризової поведінки підприємства. Показник A розраховується як попередній, що віднесений до середнього для групи:

$$A_j = \frac{Зростання_j(Спад_j)}{\frac{1}{n} \sum Зростання_j(Спад_j)} \quad (13)$$

Розраховані індекси конкурентоспроможності готельних підприємств наведено у табл. 4.

За результатами проведеної оцінки найвищий індекс конкурентоспроможності отримало ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море», яке є одним з лідерів на ринку послуг розміщення Одеської області. Найгірший рівень конкурентоспроможності продемонструвало ТОВ

«Готель Одеса», яке потребує проведення наступних стратегічних заходів: пошук позицій, що потребують деінвестування, і перехід на більш привабливі сегменти. Для виживання та укріплення позицій у галузі необхідно вдосконалювати процес управління конкурентоспроможністю підприємства, активно нарощувати конкурентні переваги, постійно досліджувати та аналізувати внутрішнє і зовнішнє середовище підприємства.

Позитивні тенденції розвитку індустрії гостинності вимагають проведення подальших досліджень, спрямованих на формування підходів до оцінки конкурентоспроможності готельних підприємств. У результаті застосування до оцінки процесу підвищення конкурентоспроможності готельного бізнесу низки методів логічного аналізу та принципів роботи функціональних систем визначено основні чинники, що впливають на активізацію діяльності з формування конкурентних переваг національного туристично-рекреаційного комплексу, як сукупність стимулів, обмежень і потреб, які впливають на прийняття рішень керівним апаратом. Під час дослідження підприємств ми дійшли висновку, що найбільш об'єктивну оцінку конкурентоспроможності можна отримати за допомогою комплексної методики. Запропонована комплексна методика

оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу становить порівняно простий інструмент для практичного застосування. Це створює умови для регулярної оцінки діяльності готелю; надає керівництву готельного підприємства можливість отримувати досить повну картину, на основі якої могли б

розроблятися плани подальшого покращення його діяльності; забезпечує виявлення найбільших прогалин та розбіжностей у планах або процесах упровадження покращень; сприяє виявленню та розумінню «вузьких місць» у діяльності та розробці відповідних планів, що гарантують розвиток готельного підприємства.

Таблиця 4. Індекси конкурентоспроможності готельних підприємств м. Одеси

№ з/п	Найменування підприємства	ФАКТ	РОЗВИТОК	СТАБ	ІКС
1.	ТОВ «Готель Одеса»	0,060	-2,743	1,112	-0,524
2.	ТОВ «Моцарт-готель»	0,943	-0,454	0,884	0,457
3.	ПАТ «Туристично-виробнича фірма «Чорне море»	2,998	0,349	1,165	1,504
4.	ЗАТ «Лондонська-Бристоль»	0	-1,151	0,839	-0,104

Список літератури

1. Гаврилюк, С. П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу [Текст] : навч. посібник / С. П. Гаврилюк – К. : КНТЕУ, 2006. – 180 с.
2. Герасименко, В. Г. Експрес-аналіз якості та конкурентоспроможності готельного господарства курортного міста [Текст] / В. Г. Герасименко // Економіка розвитку. – 2010. – №3 (55). – с. 35-40.
3. Кузнецова, Н. М. Науково-методичні підходи до визначення стратегічних напрямків конкурентоспроможності готельних підприємств [Текст] / Н. М. Кузнецова // Вісник соціально-економічних досліджень ОДЕУ. – 2010. – №41 (2). – с. 54-59.
4. Семенов, В. Ф. Методи оцінювання конкурентоспроможності туристичного підприємства [Текст] / В. Ф. Семенов // Науковий вісник ОДЕУ. – 2010. – №14 (115). – с. 75-85.
5. Дурович А. П. Маркетинг гостиниц и ресторанов [Текст] : учебн. пособие / А. П. Дурович. – М. : Новое знание, 2006. – 632 с.
6. Скобкин, С. С. Как измерить конкурентоспособность гостиничных услуг? [Текст] / С. С. Скобкин, А. С. Скобкин // Парад отелей. – 2005. – №3 (24).
7. Четыркина, Н. Ю. Управление конкурентоспособностью организаций сферы услуг [Текст] : учебн. пособие / Н. Ю. Четыркина. – СПб. : СПбГУЭФ, 2009. – 128 с.
8. Діяльність колективних засобів розмішування в Одеській області у 2012 році [Текст] // Статистичний бюлетень. – Одеса : Головне управління статистики в Одеській області, 2013. – 92 с.
9. Обущак, Т. А. Сутність фінансового стану підприємства [Текст] / Т. А. Обущак // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 9. – с. 92–98.
10. Наказ Міністерства економіки України від 19. 10.2010 № 1330-10 «Про затвердження методичних рекомендацій розрахунку внутрішньогалузевої конкурентоспроможності підприємств» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=38738.

References

1. Havryliuk, S. P. (2006). Enterprise competitiveness in the sphere of tourism business. Kyiv: KNTEU.
2. Herasymenko, V. G. (2010). Express-analysis of the quality and competitiveness of the hotel industry of the resort city. Economics of Development, 3 (55), 35-40.
3. Kuznetsova, N. M. (2010). Scientific and methodological approaches to the definition of the strategic directions of competitiveness of hotel enterprises. OSEU Journal, 41 (2), 54-59.
4. Semenov, V. F. (2010). Evaluation methods of competitiveness of the tourist company. OSEU Journal, 14 (115), 75-85.
5. Durovich, A. P. (2006). Hotel and restaurant marketing. Moscow: New knowledge.
6. Skobkin, S. S., Skobkin, A. S. (2005). How to measure the competitiveness of hotel services? Hotels parade, 3 (24).

-
7. Chetyrkina, N. Y. (2009). *Management of organization competitiveness of the service sphere*. Saint-Petersburg: SPHUEF.
 8. Statistical Bulletin "Activity of collective accommodation in the Odessa region in 2012". Odesa: Central statistics department in Odessa region.
 9. Obushchak, T. A. (2007). The essence of the financial state of the enterprise. *Actual problems of economics*, 9, 92-98.
 10. Order of the Ministry of Economy of Ukraine from 19.10.2010 № 1330-10 «On approval of methodical recommendations of calculation of intra-industry competitiveness of enterprises». Retrieved September 15, 2013, from : http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=38738.

Стаття надійшла до редакції 18.10.2013 р.