УДК 338.48
JEL O18, O49, L83, R13
DOI: 10.26906/EiR.2022.4(87).2801

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Савко Оксана Ярославівна, кандидат економічних наук, доцент
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Шейдаі Туркан Алі кизи, асистент кафедри менеджменту
Азербайджанський державний університет нафти та промисловості
Загайкевич Ольга Юріївна, студентка
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

**ORCID 0000-0002-7282-7731*
***ORCID 0000-0003-0743-834X*
****ORCID 0000-0001-7036-1424*

© Савко О.Я., 2022
© Шейдаі Т.А., 2022
© Загайкевич О.Ю., 2022

Стаття отримана редакцією 27.11.2022 р.
The article was received by editorial board on 27.11.2022

Вступ. Насичення ринку готельних послуг та загострення боротьби між конкурентами за клієнта ставить перед підприємствами готельного бізнесу вимоги щодо постійного підвищення якості послуг обслуговування клієнтів, забезпечення належних умов відпочинку. В умовах нестабільної політичної та економічної ситуації важливим та необхідним для зазначених підприємств є швидка адаптація до зміни зовнішнього середовища, а також щодо розвитку інформаційних технологій. А отже аналіз та оцінка конкурентоспроможності готельних послуг та визначення конкурентних переваг у сучасних умовах є одним із ключових завдань у діяльності підприємств готельного бізнесу.

Огляд останніх джерел досліджень і публікацій. Дослідження питань конкурентоспроможності, її оцінки, методичних підходів відображено у працях таких науковців, як: Білої І.С., Богацької Н.М., Драган О.І., Городньої Т.А., Замроз М.В., Коляденко С.В., Левицької А.О., Рибницького Д.О., Суханової А.В., Цинкобур Л.Р., Швед Т.В., Яцури В.В та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, незважаючи на достатньо великий та потужний науковий доробок потребує подальшого дослідження практичне застосування наявних методик до оцінки конкурентоспроможності підприємства вітчизняних підприємств.

Метою статті є виділення методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності та розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу за для оцінки існуючих позицій на ринку та виділення вузьких місць у діяльності досліджуваного суб'єкта господарювання.

Основний матеріал і результати. В сучасних умовах ведення бізнесу питання конкурентоспроможності суб'єкта господарювання набуває нового значення, адже пов'язане із проблемами його виживання, утримання своїх позицій на ринку та майбутньої діяльності загалом враховуючи реалії сьогодення. Тому важливим завдання є вибір методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, які зможуть допомогти оцінити ефективно потенціал суб'єкта господарювання, встановити ключові конкурентні переваги та приймати відповідні стратегічні та тактичні рішення щодо подальшого функціонування.

Слід відмітити, що кількісні методи дають змогу оцінювати реальні шанси суб'єкта господарювання у конкурентній боротьбі за привабливі стратегічні зони господарювання та приймати виважені, з тактичного та стратегічного погляду, управлінські рішення [1, с. 227]. Якісні методи оцінювання здебільшого мають низький ступінь математичної формалізації, їм властива трудомісткість реалізації та дискретність

оцінки. Вони не дають можливості використовувати оцінку конкурентоспроможності підприємства в процесі аналізу та визначення пріоритетних напрямів посилення конкурентних позицій на ринку [2, с. 155]. Спеціальні методи оцінки –дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства за окремими напрямами його діяльності – виробничим, маркетинговим, інноваційними, фінансовим тощо. Комплексні методи базуються на комплексному підході щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства [3].

Узагальнюючи результати досліджень з даної теми, авторами [4; 5; 6; 7] досить детально проаналізовано та систематизовано методи та методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Проте зазначено, що враховуючи великий спектр підходів,методів та показників, кожне підприємство визначає для себе які завдання необхідно вирішити, а отже, яким інструментарієм варто скористатись.

Дане твердження, також знайшло своє відображення у роботі Драган О.І. [8, с. 65], яка зазначає, що кожний метод застосовує спеціальний набір факторів та аналізованих змінних, а методика проведення досліджень різна: використовуються складання матриць, порівняльних таблиць; застосовуються експертні оцінки, для урахування галузевих, технічних та специфічних особливостей в різних методиках дозволяється обирати дослідникам кількість змінних, що підлягають аналізу, використання кількох методи аналізу одночасно можуть дати суперечливі результати, тому кожний із методів має свої переваги й недоліки.

Нами проведено оцінку конкурентоспроможності товариства з обмеженою відповідальністю «Хотел Менеджмент Груп», до складу якого входить готельно-оздоровчий комплекс преміум-класу «Mirotel Resort & Spa», вілла «Христина» та готель «VESNA», що знаходяться в серці міста-курорту Трускавця [9].

Серед значної кількості конкурентів ТОВ «Хотел Менеджмент Груп» оберемо тих, що мають найбільш значний вплив на діяльність досліджуваного підприємства, а також знаходяться в одній ціновій категорії та поділимо їх на три групи, оскільки підприємство у своєму складі має три різні готелі (табл. 1).

Такий поділ конкурентів на групи зумовлений тим, що готелі досліджуваного підприємства мають різні категорії та різну вартість стандартного номеру. Усі, зазначені (у табл. 1) готелі-конкуренти, знаходяться у місті Трускавець та мають значний вплив на діяльність Товариства з обмеженою відповідальністю «Хотел Менеджмент Груп».

Таблиця 1

Конкуренти ТОВ «Хотел Менеджмент Груп»

Група готелів	Готелі ТОВ «Хотел Менеджмент Груп»	Конкуренти
I група	Готельно-оздоровчий комплекс «Mirotel Resort & Spa»	ТОВ «Ріксос Прикарпаття» ТОВ «Шале Грааль»
II група	Вілла «Христина»	Готель «Green Park» Готель «Алькор»
III група	Готель «VESNA»	Готель «Трускавець 365» Готель «Соломія»

Відмітимо, що у готелях I групи вартість номерів коливається від 3000 грн. за добу і вище, а також готелі надають широкий спектр послуг, мають власні бювети мінеральної води, знаходяться практично у самому центрі міста Трускавець. Вартість номеру у готелях II групи починається від 1150 грн за добу, відсутні власні бювети, відстань до них – 500 м, знаходяться також в центрі міста Трускавець, величина номерного фонду 27-47 номерів.

Вартість стандартного номеру у готелях III групи – від 600 грн за добу, відсутні власні бювети, відстань до них становить більше 500 метрів, значно менший асортимент послуг, що надаються відвідувачам у порівнянні з готелями I групи.

Здійснимо оцінку конкурентоспроможності зазначених у табл. 1 підприємств готельного бізнесу, використовуючи алгоритм, який представимо у вигляді рис. 1.

При цьому вибір параметрів здійснимо за допомогою відомо сайту у сфері туризму Booking.com, де на основі опитування відвідувачів готелів проведено їх оцінку та зазначено відповідні параметри оцінки. Також доповнимо їх іншими параметрами, що дозволяють аналізувати конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу та порівнювати між собою.

Відмітимо, що оцінка параметрів конкурентоспроможності являє собою усереднену думку експертів (споживачів), проведену за 10-бальною шкалою.

Інтегральний показник конкурентоспроможності оцінює міру привабливості підприємства готельного бізнесу для покупця та здатність конкурувати на ринку. Вивчення та розрахунок інтегрального показника

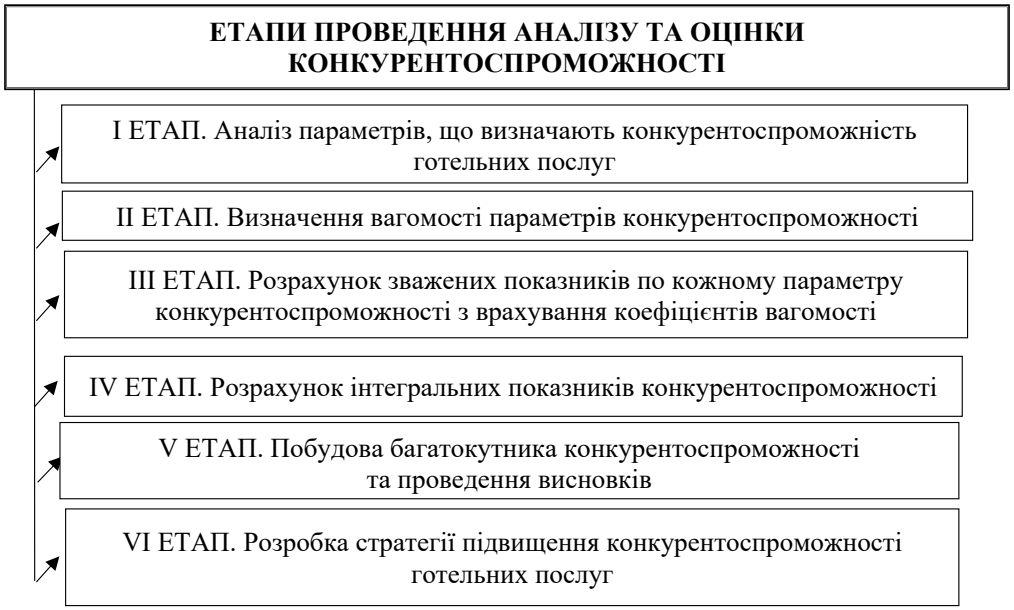

Рис. 1. Алгоритм аналізу та оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу

Джерело: сформовано на основі [10, с. 214]

конкурентоспроможність готельних послуг потрібно проводити безперервно, цілеспрямовано і комплексно, орієнтуючись на потреби, смаки та уподобання туристів, які є змінними в умовах динамічного середовища.

За результатами проведеної оцінки конкурентоспроможності побудуємо багатокутники конкурентоспроможності для кожної групи готелів (рис. 2-4) та здійснимо характеристику.

За отриманими результатами готельно-оздоровчий комплекс «Mirotel Resort & Spa» та готель «Ріксос Прикарпаття» займають лідируючі позиції, оскільки розрахований індексний конкурентоспроможності К=9,1 тоді як готель «Шале Грааль» лиш трохи їм поступається за показником конкурентоспроможності К=8,6 в основному за рахунок співвідношення ціна/якість за відгуками споживачів, а також величиною номерного фонду у порівнянні з двома іншими готелями у даній групі.

У другій групі готелів лідируючі позиці за інтегральним показником конкурентоспроможності займає готель «Green Park» К=9,2, при цьому його недоцільно порівнювати із готелями I групи, у яких

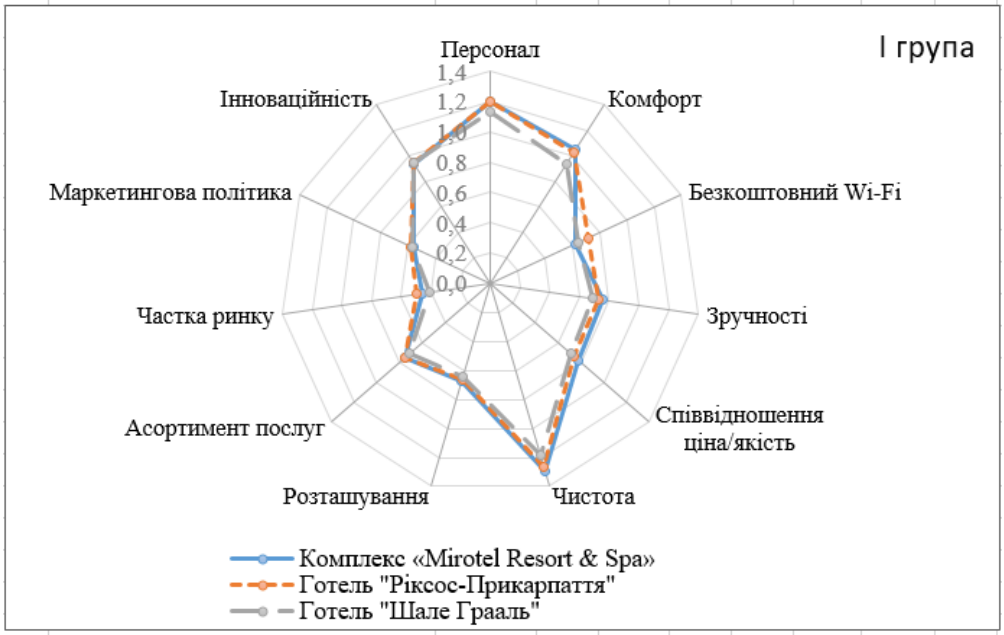

Рис. 2. Багатокутник конкурентоспроможності для I групи готелів

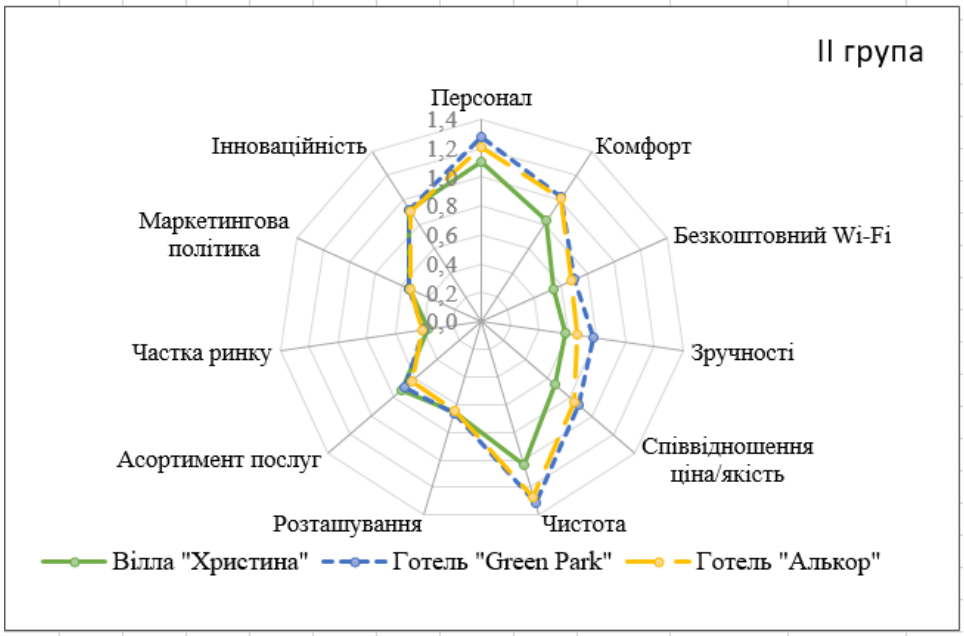

Рис. 3. Багатокутник конкурентоспроможності для II групи готелів

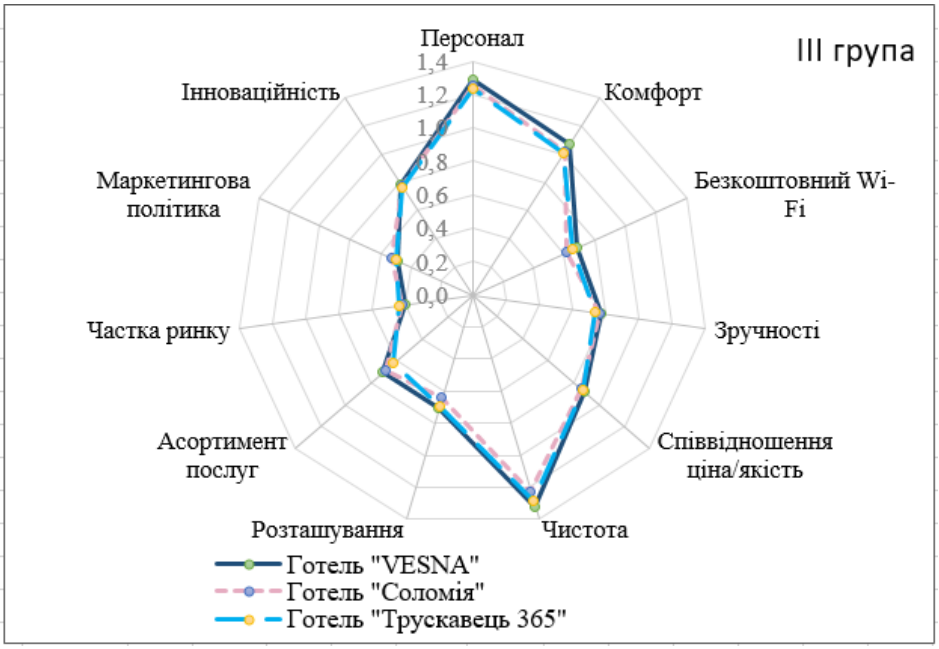

Рис. 4. Багатокутник конкурентоспроможності для III групи готелів

зазначений показник є менший з причин, згідно яких відбувся поділ підприємств готельного бізнесу на групи, зокрема вартість стандартного номеру за одну добу.

За отриманими значеннями інтегрального показника конкурентоспроможності готель «Христина», що входить до ТОВ «Хотел Менеджмент Груп» отримав найменше значення показника К=8,0, що пов'язано в основному із низькими оцінками споживачів, представленими на сайті Booking.com, а отже керівництву підприємства варто звернути увагу на забезпечення зручності, комфорту, якості послуг та чистоти приміщень для підвищення конкурентоспроможності та забезпечення конкурентних переваг на ринку готельних послуг.

У III групі готелів лідируючі позиції займає готель «Весна» Товариства з обмеженою відповідальність «Хотел Менеджмент Груп». Його індекс конкурентоспроможності становить К=9,1. Проте два інші досліджувані готелі також мають високе значення індексу конкурентоспроможності К=8,8, а отже керівництву готелю «Весна» доцільно проводити подальші дії з удосконалення його діяльності та залучення споживачів.

Таким чином, досліджувані готелі та їх послуги мають популярність серед туристів та вважаються відмінними закладами розміщення у досліджуваному регіоні, що надає широкий спектр головних та додаткових послуг.

Займає лідируючу позицію серед своїх головних конкурентів, готель «Mirotel Resort & Spa» у I групі та готель «Весна» у III групі, проте готель «Христина» з II групи готелів потребує негайних дій щодо покращення його діяльності.

Висновки. На основі проведеного аналізу методів оцінки конкурентоспроможності обґрунтовано доцільність застосування аналітичного методу, що ґрунтується на побудові матриці конкурентоспроможності та визначенні індексу конкурентоспроможності, а також графічного – побудова багатокутника конкурентоспроможності для проведення оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.

Проведений аналіз та розрахунок інтегрального індексу конкурентоспроможності показав, що ТОВ «Хотел Менеджмент Груп» займає достатньо сильні ринкові позиції та має хороші перспективи подальшого розвитку, проте потребує здійснення управлінських рішень та розробки відповідних стратегій розвитку з метою підвищення конкурентоспроможності в умовах військового часу та пандемії, що і є напрямом подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Рибницький Д.О., Городня Т.А. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Випуск 20.9. С. 227–230.

2. Левицька А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації. *Механізм регулювання економіки*. 2013. № 4. С. 155–163.

3. Яцура В.В., Замроз М.В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємств. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. Збірник наукових праць*. 2011. № 2. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vviem/2011_2/18.pdf

4. Коляденко С. В., Чіков І. А. Інтегральна оцінка конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід.* 2021. № 10. С. 34–39.

5. Суханова А.В. Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Економіка та суспільство.* 2021. Випуск 26. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/382/369

6. Богацька Н.М., Цинкобур Л.Р. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Молодий вчений*. 2017. № 4. С. 599–603.

7. Швед Т.В., Біла І.С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства *Економіка і суспільство.* 2017. № 8. С. 405–410.

8. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія. Київ : ДАКККіМ, 2006. 160 с.

9. ТОВ «Хотел Менеджмент Груп». URL: https://hotel-management-group.business-guide.com.ua/

10. Архієреєв С.І., Мєшкова В.В Методика поетапної оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства. *БІЗНЕС-ІНФОРМ.* 2019. № 11. С. 210–221.

REFERENCES:

1. Rybnytskyi D.O., Horodnia T.A. (2010) Suchasni pidkhody do otsiniuvannia konkurentospromozhnosti pidpryiemstva [Modern approaches to assessing the competitiveness of the enterprise]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, vol. 20.9, pp. 227–230. (in Ukrainian)

2. Levytska A.O. (2013) Metody otsinky konkurentospromozhnosti pidpryiemstva: vitchyzniani ta zakordonni pidkhody do klasyfikatsii [Methods of assessing the competitiveness of the enterprise: domestic and foreign approaches to classification]. *Mekhanizm rehuliuvannia ekonomiky*, no. 4, pp. 155–163. (in Ukrainian)

3. Yatsura V.V., Zamroz M.V. (2011) Analiz metodiv otsinky konkurentospromozhnosti pidpryiemstv [Analysis of methods for assessing the competitiveness of enterprises]. *Visnyk Volynskoho instytutu ekonomiky ta menedzhmentu. Zbirnyk naukovykh prats*, no. 2. Available at: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vviem/2011_2/18.pdf (in Ukrainian)

4. Koliadenko S.V., Chikov I.A. (2021) Metodychni pidkhody do otsiniuvannia konkurentospromozhnosti pidpryiemstva [Integrated assessment of the competitiveness of agricultural enterprises]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 10, pp. 34–39. (in Ukrainian)

5. Sukhanova A.V. (2021) Metodychni pidkhody do otsiniuvannia konkurentospromozhnosti pidpryiemstva [Methodical approaches to assessing the competitiveness of the enterprise]. *Ekonomika ta suspilstvo,* vol. 26. Available at: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/382/369 (in Ukrainian)

6. Bohatska N.M., Tsynkobur L.R. (2017) Suchasni metodyky otsinky konkurentospromozhnosti pidpryiemstva [Modern methods of assessing the competitiveness of the enterprise]. *Molodyi vchenyi*, no. 4, pp. 599–603. (in Ukrainian)

7. Shved T.V., Bila I.S. (2017) Otsinka konkurentospromozhnosti pidpryiemstva [Evaluation of the competitiveness of the enterprise]. *Ekonomika i suspilstvo*, no. 8, pp. 405–410. (in Ukrainian)

8. Drahan O.I. (2006) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstv: teoretychni aspekty [Management of enterprise competitiveness: theoretical aspects]. monohrafiya [a monograph]. Kyiv: DAKKKiM, 160 p. (in Ukrainian)

9. TOV "Khotel Menedzhment Hrup" [Hotel Management Group Company] Available at: https://hotel-management-group.business-guide.com.ua/

10. Arkhiiereiev S.I., Mieshkova V.V. (2019) Metodyka poetapnoi otsinky konkurentospromozhnosti torhovelnoho pidpryiemstva [Methodology of step-by-step assessment of the competitiveness of a trading enterprise]. *BIZNES-INFORM*, no. 11, pp. 210–221. (in Ukrainian)

УДК 338.48
JEL O18, O49, L83,R13

Савко Оксана Ярославівна, кандидат економічних наук, доцент, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу. **Шейдаі Туркан Алі кизи,** асистент кафедри менеджменту, Азербайджанський державний університет нафти та промисловості. **Загайкевич Ольга Юріївна,** студентка, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу. **Оцінка конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.**

Стаття присвячена оцінці конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу. З'ясовано, що науковці у своїх дослідженнях методи оцінки конкурентоспроможності поділяють на окремі групи, серед яких найчастіше називають: кількісні, якісні, матричні, графічні методи тощо. Відзначено, що кожен з них має свої переваги та недоліки і доцільність застосування залежить від мети дослідження, умов функціонування того чи іншого суб'єкта господарювання. В роботі проведено розрахунок інтегрального показника оцінки конкурентоспроможності на основі диференційного методу, який ґрунтується на побудові матриці конкурентоспроможності та визначенні індексу конкурентоспроможності, а також графічного – побудова багатокутника конкурентоспроможності для проведення оцінки конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу. Це дало змогу провести аналіз досліджуваного підприємства з конкурентами за 11-ма категоріями що дозволило визначити переваги та вузькі місця у діяльності суб'єкта господарювання.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, готельний бізнес, методичні підходи, оцінка, інтегральний показник.

UDC 338.48
JEL O18, O49, L83, R13

Savko Oksana, PhD of Economic Sciences, Associate Professor Department of Applied Economy, Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas. **Turkan Sheydai,** Assistant Researcher Department of Management, Azerbaijan State University of Oil and Industry. **Olha Zahaikevych,** Student, Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas. **Evaluation of competitiveness of hotel business company.**

The article is devoted to the assessment of the competitiveness of hotel business enterprises. It was found out that in their research, scientists divide the methods of assessing competitiveness into separate groups, among which the most common are: quantitative, qualitative, matrix, graphic methods, etc. It is noted that each of them has its own advantages and disadvantages, and the expediency of application depends on the purpose of the study, the conditions of operation of this or that business entity. We have assessed the competitiveness of the limited liability company "Hotel Management Group", which includes the premium hotel and health complex "Mirotel Resort & Spa", the villa "Hrystyna" and the hotel "VESNA", which are located in the heart of the resort city of Truskavets. In the work, the calculation of the integral indicator of competitiveness assessment was carried out based on the differential method, which is based on the construction of the competitiveness matrix and the determination of the competitiveness index, as well as the graphic construction of the competitiveness polygon for the evaluation of the competitiveness of hotel business enterprises. Among the large number of competitors of "Hotel Management Group" we will select those that have the most significant influence on the activity of the investigated enterprise, and are also in the same price category, and we will divide them into three groups, since the enterprise has three different hotels in its composition. At the same time, the selection of parameters will be carried out with the help of a well-known site in the field of tourism, Booking.com, where, on the basis of a survey of hotel visitors, their evaluation was carried out and the corresponding evaluation parameters were indicated. We will also supplement them with other parameters that allow us to analyze the competitiveness of hotel business enterprises and compare them with each other. This made it possible to conduct an analysis of the researched enterprise with its competitors in 11 categories, which made it possible to determine the advantages and bottlenecks in the business entity's activities.

Key words: enterprise competitiveness, hotel business, methodological approaches, evaluation, integral index.