

Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики

Государственная организация высшего профессионального образования  
«Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского»

*На правах рукописи*



**Куценко Елена Васильевна**

**ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ  
ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг)

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук

Донецк – 2017

Работа выполнена в ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского».

**Научный руководитель – Заремба Павел Александрович,**  
доктор экономических наук, профессор.

**Официальные оппоненты: Петенко Ирина Валентиновна,**  
доктор экономических наук, профессор,  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», профессор кафедры маркетинга и логистики;

**Меркулова Алла Валентиновна,**  
кандидат экономических наук, доцент,  
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», доцент кафедры маркетинга и логистики.

**Ведущая организация –** Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования Луганской Народной Республики «**Донбасский государственный технический университет**».

Защита диссертации состоится «27» февраля 2018 г. в 14<sup>00</sup> на заседании диссертационного совета Д 01.004.01 в ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по адресу: 83050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, ауд. 1222, тел: +38(062)337-41-57, e-mail: dissovet@donnuet.education

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по адресу: 283017, г. Донецк, б. Шевченко, 30 (<http://library.donnuet.education>).

Автореферат разослан «26» января 2018 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета Д 01.004.01  
к.э.н., доцент



А.Н. Германчук

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** В период экономических глобализационных изменений конкурентоспособность становится обязательным критерием эффективного развития рынка гостиничных услуг. В процессе конкурентной борьбы предприятия гостиничной отрасли ищут пути удовлетворения запросов потребителей гостиничных услуг с учетом оптимального использования ресурсов. Рынок гостиничных услуг отличается высоким уровнем конкуренции наряду с рынком туристических услуг.

Конкурентоспособность в современных рыночных условиях рассматривается с точки зрения потребителей, поэтому маркетинговая деятельность является важным этапом повышения конкурентоспособности предприятия. Именно в задачи маркетинга входит анализ ситуации на рынке, определение конкурентного положения и разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия.

Развитие рыночных отношений, обострение конкуренции в индустрии гостеприимства выдвигают на первый план вопрос повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий. От того, как будут решаться проблемы конкурентоспособности и качества продукции и услуг, будет зависеть стабильность и экономическое будущее Республики.

Динамика развития гостиничного сектора в Донецкой Народной Республике подвержена влиянию общемировых векторов и во многом повторяет российские тенденции. Возрастающее значение гостиничного бизнеса в мировой экономике обусловлено кардинальными изменениями в структуре всего комплекса отраслей. За последние 20 лет доля услуг в общем объеме ВВП существенно возросла, при этом объемы материального производства демонстрируют тенденцию к сокращению.

Изменения, происходящие в гостиничной индустрии Донецкой Народной Республики, вызваны турбулентностью экономических, социальных и рыночных факторов, а также военным конфликтом. В таких условиях вопросы упрочнения конкурентных преимуществ необходимо рассматривать не только на уровне стратегического управления гостиницами, но и на общем научно-методическом уровне менеджмента гостиничной сферы. Это обуславливает актуальность развития в Республике гостиничной отрасли согласно требованиям мировых стандартов.

**Связь работы с научными программами, планами, темами.** Работа выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по госбюджетным темам «Разработка методики количественной оценки качества гостиничного продукта» и «Формализация процессов гостинично-ресторанного хозяйства для повышения качества услуг», а также хоздоговорным темам: «Разработка рекомендаций по повышению качества гостиничных услуг» (2011 г., № ГР 0111U007961), где определены факторы, влияющие на качество гостиничных услуг; «Рекомендации по формированию стратегии развития туристического предприятия как основы для развития устойчивого туризма в Украине» (2012 г., № ГР 0113U000041), в рамках которой

обоснованы рекомендации по совершенствованию механизма повышения качества услуг как фактора конкурентоспособности гостиниц.

**Степень разработанности проблем.** При разработке теоретических основ исследования использованы работы таких известных ученых-экономистов, как: Е. Азарян, Г. Азоев, И. Ангелина, Л. Балабанова, Н. Возиянова, А. Воронкова, Г. Гейер, А. Градов, П. Заремба, Ю. Иванов, Ф. Котлер, Н. Кузнецова, Ж.-Ж. Ламбен, В. Малыгина, А. Меркулова, В. Павлова, И. Петенко, М. Портер, В. Припотень, Н. Тягунова, Р. Фатхутдинов, Р. Чемберлен, А. Юданов и др.

Проблемы конкурентоспособности предприятий гостиничной индустрии освещены в работах ученых: Ю. Волкова, Е. Гараниной, Г. Гомилевской, О. Дмитриченко, С. Драгунцова, А. Жукова, А. Забегина, Н. Кабушкина, Е. Косвинцевой, К. Ладыченко, Г. Мунина, П. Подлепиной, А. Черкасовой и др.

На основе изучения научных разработок ведущих ученых по исследуемой проблематике установлено, что методические основы и практические рекомендации по повышению конкурентоспособности гостиничных предприятий требуют дальнейшего углубленного изучения.

Так, остаются недостаточно исследованными вопросы формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий, а также научно-практические рекомендации по ее организационному обеспечению, что обусловило актуальность темы диссертации, ее научное и практическое значение.

**Цель и задачи исследования.** Целью диссертации является теоретическое обоснование, разработка методических положений и научно-практических рекомендаций по повышению конкурентоспособности гостиничных предприятий.

Для достижения указанной цели поставлены и решены следующие задачи:

сформулированы теоретические основы конкурентоспособности гостиничных предприятий;

проведен компаративный анализ понятия качества гостиничных услуг как основы конкурентоспособности гостиничных предприятий;

обоснован концептуальный подход к обеспечению конкурентоспособности гостиничных предприятий;

выполнен маркетинговый анализ качества гостиничных услуг на гостиничных предприятиях г. Донецка;

усовершенствован методический подход к оценке конкурентоспособности гостиничных предприятий г. Донецка (на основе актуальных дифференциаторов);

проведена комплексная диагностика конкурентоспособности гостиничных предприятий г. Донецка;

усовершенствован механизм формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий;

усовершенствован методический подход к оценке степени влияния факторов на формирование конкурентоспособности гостиничных предприятий.

**Объектом исследования** является процесс формирования и повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий.

**Предмет исследования** – совокупность положений теоретического и методического характера по обеспечению повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий.

Диссертация выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05. – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг), в частности п. 9.9. Повышение конкурентоспособности товаров (услуг) и компаний, факторы конкурентоспособности в различных рыночных условиях.

**Научная новизна полученных результатов** заключается в комплексном подходе к формированию научно-методических положений по повышению конкурентоспособности гостиничных предприятий.

Основными научными результатами являются следующие:

*усовершенствованы:*

методический подход к оценке конкурентоспособности гостиничных предприятий, базирующийся на установлении актуальных дифференциаторов гостиничной конкурентоспособности, который, в отличие от существующих, включает комплекс эволюционно-циклических факторов развития отрасли и предприятия, факторов накопления потребительской ценности гостиничного продукта, что дает возможность сформировать типологию предприятий в зависимости от способа достижения конкурентных преимуществ;

методический подход к проведению комплексной диагностики конкурентоспособности гостиничных предприятий, который отличается от существующих учетом системы показателей, характеризующих стоимостный и качественный потенциал конкурентоспособности гостиничных предприятий, что позволяет определить эффективность деятельности гостиничных предприятий;

механизм формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий, который, в отличие от существующих, объединяет содержание, устройство и порядок реализации процессов организационно-управленческого и экономического характера в виде организационно-управленческого механизма формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий, направленного на выполнение управленческих функций по повышению качества гостиничных продуктов, и внутреннего экономического механизма, предусматривающего регулирование основных подсистем гостиничных предприятий, что способствует повышению конкурентных возможностей гостиничных предприятий по разработке направлений повышения качества гостиничных продуктов;

методический подход к оценке степени влияния факторов на формирование конкурентоспособности гостиничных предприятий путём экспертного расчета качественных и экономического расчета количественных факторов, который отличается от существующих учетом отбора факторов конкурентоспособности, характеризующих финансовую, техническую, маркетинговую и кадровую подсистемы деятельности гостиничных предприятий, что позволяет повысить объективность и информативность количественной оценки степени влияния факторов на формирование конкурентоспособности гостиничных предприятий;

*получили дальнейшее развитие:*

императивы конкурентоспособности гостиничных предприятий в разрезе ключевых организационно-экономических факторов влияния, которые, в отличие от существующих, дают возможность оценить воздействие индикативных внешних мега- и макрофакторов на индустрию гостеприимства, что способствует построению системы ключевых компетенций гостиничных предприятий;

концептуальный подход к формированию конкурентоспособности гостиничных предприятий, включающий предмет, цель, задачи, принципы, объект, теоретические основы формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий, инструментарий оценки конкурентоспособности, а также научно-методические подходы к обеспечению повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий, что позволяет достичь устойчивого конкурентного положения;

понятийно-категориальный аппарат, а именно сущность понятий: «гостиничная услуга – это результат деятельности в сфере гостеприимства, предоставляемый в осязаемой либо неосязаемой форме, направленный на удовлетворение физиологических, социальных и духовных потребностей посетителей гостиниц в тесной взаимосвязи со сферами здравоохранения, транспорта, торговли, туризма, культуры и телекоммуникаций»; «гостиничный продукт – это комплекс гостиничных услуг, которые может предоставить потребителю конкретная гостиница»; «качество гостиничного продукта – комплексное понятие, характеризующее эффективность деятельности гостиничных предприятий по разработке гостиничного продукта и отражающее степень обеспечения выполнения стандартов обслуживания в соответствии с потребностями потребителей гостиничного продукта»; «конкурентоспособность гостиничных услуг – это способность гостиничных услуг достигать успеха в конкурентной борьбе за счет обладания лучшими конкурентными преимуществами (цена номера, безопасность, условия размещения, расположение, качество обслуживания, наличие дополнительных услуг, имидж и т.д.) в сравнении с гостиничными услугами предприятий одного класса»; «конкурентоспособность гостиничных предприятий – это комплексный набор конкурентных преимуществ (компетенций и ценностей), выраженных в активах и параметрах гостиничного хозяйства, по которым будут формироваться качественные и количественные характеристики гостиничного продукта конкретного субъекта хозяйствования»; «механизм формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий – это совокупность организационных, управленческих и экономических рычагов воздействия на формирование и реализацию конкурентоспособного гостиничного продукта, адекватного объективным законам социально-экономического развития региона по качеству и цене, что будет способствовать получению конкурентных преимуществ и эффективности функционирования гостиничных предприятий в целом».

**Теоретическая и практическая значимость работы.** Теоретическое значение заключается в углублении существующих теоретических и концептуальных положений по обеспечению повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий, а именно: понятийно-категориального аппарата исследования, иерархической декомпозиции конкурентоспособности гостиничных предприятий, классификации видов конкуренции, классификации гостиничных услуг, перечня критериев, позволяющих оценить конкурентоспособность гостиничных предприятий, императивов конкурентоспособности гостиничных предприятий в разрезе ключевых организационно-экономических факторов влияния; типологии предприятий в

зависимости от способа достижения конкурентных преимуществ. Выводы и рекомендации по обеспечению повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий могут стать основой для дальнейших исследований в индустрии гостеприимства, а именно при разработке направлений повышения качества гостиничных продуктов.

Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что они доведены до конкретных рекомендаций, которые могут быть использованы для решения актуальных проблем повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий.

Наиболее важное практическое значение имеют следующие разработки и рекомендации: механизм формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий, методический подход к оценке степени влияния факторов на формирование конкурентоспособности, модель взаимодействия информационного и финансового потоков, концептуальная система управления гостиницей как конкурентоспособной структурой, методический подход к проведению комплексной диагностики конкурентоспособности гостиничных предприятий, методический подход к оценке конкурентоспособности гостиничных предприятий.

Разработанные предложения и рекомендации одобрены и внедрены в деятельность следующих предприятий: ФЛП Удовенко Н.Ю. ГРК «Виан» – методика проведения оценки конкурентоспособности гостиниц (справка № 35 от 20.10.2017 г.); ФЛП Иванская В.В. (гостиница «Салют») – концептуальная система управления гостиницей как конкурентоспособной структурой и практические рекомендации по разработке регламентной документации для определенных должностей (справка № 47 от 17.10.2017 г.); ООО «Атлас Донбасса» (гостиница «Ramada Donetsk Hotel») – иерархическая декомпозиция конкурентоспособности гостиниц, методический подход к оценке конкурентоспособности гостиниц и механизм повышения качества гостиничных услуг (справка № 52 от 10.11.2017 г.).

Отдельные теоретические положения и материалы исследования используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин «Маркетинг гостиничного и ресторанного хозяйства», «Стратегический маркетинг» (справка № 08.12/1602 от 07.12.2017 г.).

**Методология и методы исследования.** Теоретико-методологической и информационной основой исследования являются: научные концепции и теоретические разработки отечественных, российских и зарубежных ученых по проблемам управления конкурентоспособностью и качеством гостиничных услуг, законодательные и нормативные акты, информационные материалы статистических, справочных, периодических изданий; ресурсы Internet; бухгалтерская и финансовая отчетность предприятий индустрии гостеприимства ДНР; материалы научных и научно-практических конференций, семинаров.

В процессе исследования для решения поставленных задач использовались методы: анализа и синтеза (для обоснования понятия «конкурентоспособность гостиничных услуг»); системного и компаративного анализа (для определения особенностей качества гостиничных услуг); статистические методы (для оценки

состояния и динамики развития гостиничных предприятий); методы факторного анализа (для выявления факторов формирования конкурентных преимуществ). Обработка данных осуществлена с использованием современных компьютерных технологий (программный пакет IBM SPSS Statistics).

**Положения, выносимые на защиту.** По результатам исследования на защиту выносятся следующие основные положения:

1. Методический подход к оценке конкурентоспособности гостиничных предприятий.

2. Методический подход к проведению комплексной диагностики конкурентоспособности гостиничных предприятий.

3. Механизм формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий.

4. Методический подход к оценке степени влияния факторов на формирование конкурентоспособности гостиничных предприятий.

5. Императивы конкурентоспособности гостиничных предприятий в разрезе ключевых организационно-экономических факторов влияния.

6. Концептуальный подход к формированию конкурентоспособности гостиничных предприятий.

7. Понятийно-категориальный аппарат: «гостиничная услуга»; «гостиничный продукт»; «качество гостиничного продукта»; «конкурентоспособность гостиничных услуг»; «конкурентоспособность гостиничных предприятий»; «механизм формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий».

**Степень достоверности и апробация результатов.** Диссертационная работа представляет собой самостоятельный научный труд. Научные положения, результаты и выводы, изложенные в диссертации и выносимые на защиту, получены лично автором. Из научных трудов, опубликованных в соавторстве, использованы только те идеи и положения, которые являются результатом личных исследований соискателя.

Основные научные положения и практические результаты диссертации были представлены автором и получили одобрение на 7 научно-практических конференциях: «Достижения, проблемы и перспективы развития гостинично-ресторанного и туристического бизнеса» (г. Киев, 2012 г.); «Экономика предприятия: современные проблемы теории и практики» (г. Одесса, 2012 г.); «Туризм и гостеприимство в Украине: состояние, проблемы, тенденции, перспективы развития» (г. Черкассы, 2012 г.); «Рыночная экономика: тенденции и закономерности» (г. Алчевск, 2013 г.); «Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире» (г. Санкт-Петербург, 2015 г.), «Донецкие чтения 2017: Русский мир как цивилизационная основа научно-образовательного и культурного развития Донбасса» (г. Донецк, 2017 г.), «Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе» (г. Севастополь, 2017 г.).

**Публикации.** По результатам исследования опубликовано 15 научных работ, в том числе: 1 коллективная монография (12,9 п.л., из них лично автору принадлежит 3,8 п.л.), 6 статей в научных специализированных изданиях (2,32 п.л., из них лично автору принадлежит 1,98 п.л.), 8 работ апробационного характера (2,06 п.л., из них лично автору принадлежит 2,02 п.л.). Общий объем



публикаций составляет 17,24 п.л., из которых лично автору принадлежит 7,8 п.л.

**Структура и объем работы.** Диссертация состоит из введения, трех разделов, заключения, списка литературы, содержащего 166 наименований, и приложений объемом 17 страниц.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обоснована актуальность темы исследования; сформулирована цель, определены задачи, объект и предмет диссертации, методы исследования; указаны ученые, работы которых посвящены проблемам конкурентоспособности гостиничных предприятий; раскрыто практическое значение полученных результатов; определен личный вклад диссертанта; представлены результаты апробации научной работы, перечень опубликованных работ, структура и логика исследования.

В **первом разделе «Теоретико-методологические основы конкурентоспособности гостиничных предприятий»** определены понятие и сущность конкурентоспособности гостиничных предприятий; выделены общие императивы конкурентоспособности гостиницы, позволяющие оценить их влияние на гостиничную индустрию и выстроить систему ключевых компетенций гостиничного предприятия, сформулирован концептуальный подход к формированию конкурентоспособности гостиничных предприятий.

В результате изучения научных работ, посвященных исследованию конкурентоспособности гостиничных предприятий, сформулированы определения сложных терминологических конструкций «гостиничная услуга», «гостиничный продукт», «конкурентоспособность гостиничных услуг», «качество гостиничного продукта», которые вынесены как научная новизна.

Изучение поведенческого, структурного, функционального, неолиберального и институционального подходов к определению сущности дефиниции «конкуренция» позволило разработать и обосновать классификационные признаки конкуренции и систематизацию ее видов.

Определено, что единый общепризнанный подход к определению сущности понятия «конкурентоспособность гостиничных услуг» отсутствует. Исходя из этого уточнены характеристики конкурентоспособности гостиничных услуг, позволяющие сформулировать факторы, влияющие на конкурентоспособность гостиничных предприятий.

Проведена классификация гостиничных услуг и потребителей гостиничных продуктов, что позволило разработать научно обоснованные критерии качества гостиничных продуктов на современном этапе.

В связи с нестабильностью и экономической турбулентностью в Донецкой Народной Республике выявление и оценка организационно-экономических факторов влияния на конкурентоспособность гостиничных предприятий определены основными приоритетами управления их конкурентными возможностями; сформулированы и обоснованы императивы конкурентоспособности гостиничных предприятий (рис. 1).

В качестве ответного фактора конкурентоспособности гостиничного предприятия на углубление конвергентного развития предложено умение

предоставить гибкий и максимально наполненный «пакет гостиничных продуктов» по оптимальной цене, в создании которого будет участвовать и будущий потребитель данных продуктов.



Рисунок 1 – Императивы конкурентоспособности гостиничных предприятий в разрезе ключевых организационно-экономических факторов влияния

Ответным фактором конкурентоспособности гостиничного предприятия на рост бизнес-моделей замкнутого цикла определено умение сформировать систему управления знаниями, направленную на разработку и контроль ключевых бизнес-процессов самим гостиничным предприятием.

Завершающим этапом обоснования императивов конкурентоспособности гостиничных предприятий является формулировка интегративного вектора развития гостиничной отрасли в целом и предприятий в частности на основе выделенных внешних и внутренних факторов влияния. Таким интегративным вектором предложено считать общее усиление организационно-управленческих инноваций гостиничной отрасли.

Предложен концептуальный подход к формированию конкурентоспособности гостиничных предприятий (рис. 2), включающий предмет, цель, задачи, принципы, объект, теоретические основы формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий, инструментарий оценки конкурентоспособности на основе актуальных дифференциаторов, а также научно-методические подходы к обеспечению повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий.

**Второй раздел «Маркетинговый анализ конкурентоспособности гостиничных предприятий»** посвящен анализу качества гостиничных услуг, оценке и диагностике конкурентоспособности гостиничных предприятий г. Донецка.

В результате анализа роли маркетинга в формировании конкурентоспособности гостиничных предприятий установлено, что маркетинг помогает выявить запросы, интересы и ожидания потребителей гостиничных продуктов, дает возможность оценить влияние различных факторов на деятельность гостиничных предприятий и осуществлять поиск рациональных решений в области повышения качества гостиничных продуктов, а также создает предпосылки для разработки стратегии формирования конкурентоспособности предприятий.

Для анализа качества гостиничных услуг выбраны 12 гостиничных предприятий, на которых проведен опрос 1000 потребителей гостиничных продуктов, и 12 экспертов-руководителей гостиничных предприятий г. Донецка. Проанализирована сложившаяся ситуация в сфере гостеприимства и выявлены потенциальные резервы ее развития в Донецкой Народной Республике.

В ходе анкетирования определено, что наиболее значимыми факторами, препятствующими развитию гостиничного бизнеса в Донецкой Народной Республике, являются следующие: проведение боевых действий, разрушение транспортной инфраструктуры, недостаточный уровень безопасности территории, высокие расходы на проезд и уменьшение количества гостиничных предприятий. Наиболее востребованными респонденты считают гостиницы 4\* (предпочитают 39% мужчин и 37% женщин), 3\* (25% мужчин и 19% женщин) и 2\* (17% мужчин и 17% женщин).

Результаты исследования качества предоставляемых услуг показали, что заявленному перечню и качеству услуг отвечают отели «Ramada Donetsk Hotel», «Шахтер Плаза», «Доминик» и бутик-отель «Испанский дворик». Гостиница «Донбасс Палас», по мнению респондентов и экспертов, не полностью соответствует качеству заявленных услуг. По качеству и наличию гостиничных услуг гостиницы «Ramada Donetsk Hotel» и «Шахтер Плаза» превышают уровень четырехзвездочных отелей. Гостиницы «Централь», «Шафран» и «Доминик» находятся на уровень ниже (3\*). В свою очередь, бутик-отель «Испанский дворик» удерживает свою позицию трехзвездочной гостиницы. Гостиничные предприятия эконом-класса (хостел «Рыжий кот», гостиница «Эконом») не прилагают усилий для повышения качества и конкурентоспособности своих услуг.



Рисунок 2 – Концептуальный подход к формированию конкурентоспособности гостиничных предприятий

Разработка методических подходов к оценке конкурентоспособности гостиничного предприятия базируется на установлении актуальных дифференциаторов гостиничной конкурентоспособности с учетом комплекса эволюционно-циклических факторов развития отрасли и предприятия, факторов накопления потребительской ценности гостиничного продукта.

В процессе исследования выделено 5 дифференциаторов конкурентоспособности гостиничных предприятий: потенциал жизненного цикла гостиничной отрасли; потенциал жизненного цикла лидерской группы предприятия; потенциал жизненного цикла корпоративной культуры предприятия; уровень интегральной экономической эффективности гостиничного предприятия; уровень прогрессивности качества гостиничных продуктов.

Данные дифференциаторы предложено разделить на две группы: эволюционно-циклические и накопительные. Исходя из этого сформирована типология предприятий в зависимости от способа достижения конкурентных преимуществ (рис. 3).

Определено, что для комплексной оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия должен быть использован интегральный показатель, учитывающий 5 вышеуказанных дифференциаторов. Это позволило разработать общий алгоритм с использованием основных положений теории нечетких множеств.

На первом этапе обосновывается система показателей оценки уровня конкурентоспособности. На последующих этапах для каждого показателя  $\chi_i$  ( $i=1, \dots, m$ ) формируются терм-множества  $B_{ij}$  (где  $j=1, \dots, 5$  – номер терм-множества) и устанавливаются параметры функций принадлежности  $\mu_{ij}$ . На основе этих зависимостей определяются конкретные значения функции принадлежности для каждого показателя  $\chi_i$  и соответствующий вес терма  $P_j$ . Для расчета интегральных показателей вводится переменная  $g$ , значения которой изменяются в пределах  $[0,1]$ , и формируется терм-множество  $G_j = \{G_1, \dots, G_5\}$  с функциями принадлежности  $\mu_j(g)$ . Интегральный показатель конкурентоспособности предприятия рассчитывается как сумма значений  $g_j$  в термах  $G_j$  с учетом веса терма  $P_j$ .

Расчеты показали, что в отношении одного из исследуемых гостиничных предприятий – ООО «Атлас Донбасса, гостиница «Ramada Donetsk Hotel» потенциал жизненного цикла отрасли и лидерской группы можно оценить как стабильно средний, а потенциал жизненного цикла корпоративной культуры – как средний с элементами нестабильности. В совокупности это свидетельствует о турбулентно-среднем уровне конкурентоспособности данного предприятия в разрезе эволюционно-циклических факторов развития.

Определено, что индикативными тенденциями гостиничной отрасли являются: усиление влияния управления качеством на социальные, экологические, экономические и другие результаты деятельности; усиление поведенческой роли сотрудников гостиничных предприятий при оказании услуг; увеличение технократических направлений, необходимых для обеспечения необходимого уровня качества и конкурентоспособности предоставляемых услуг.

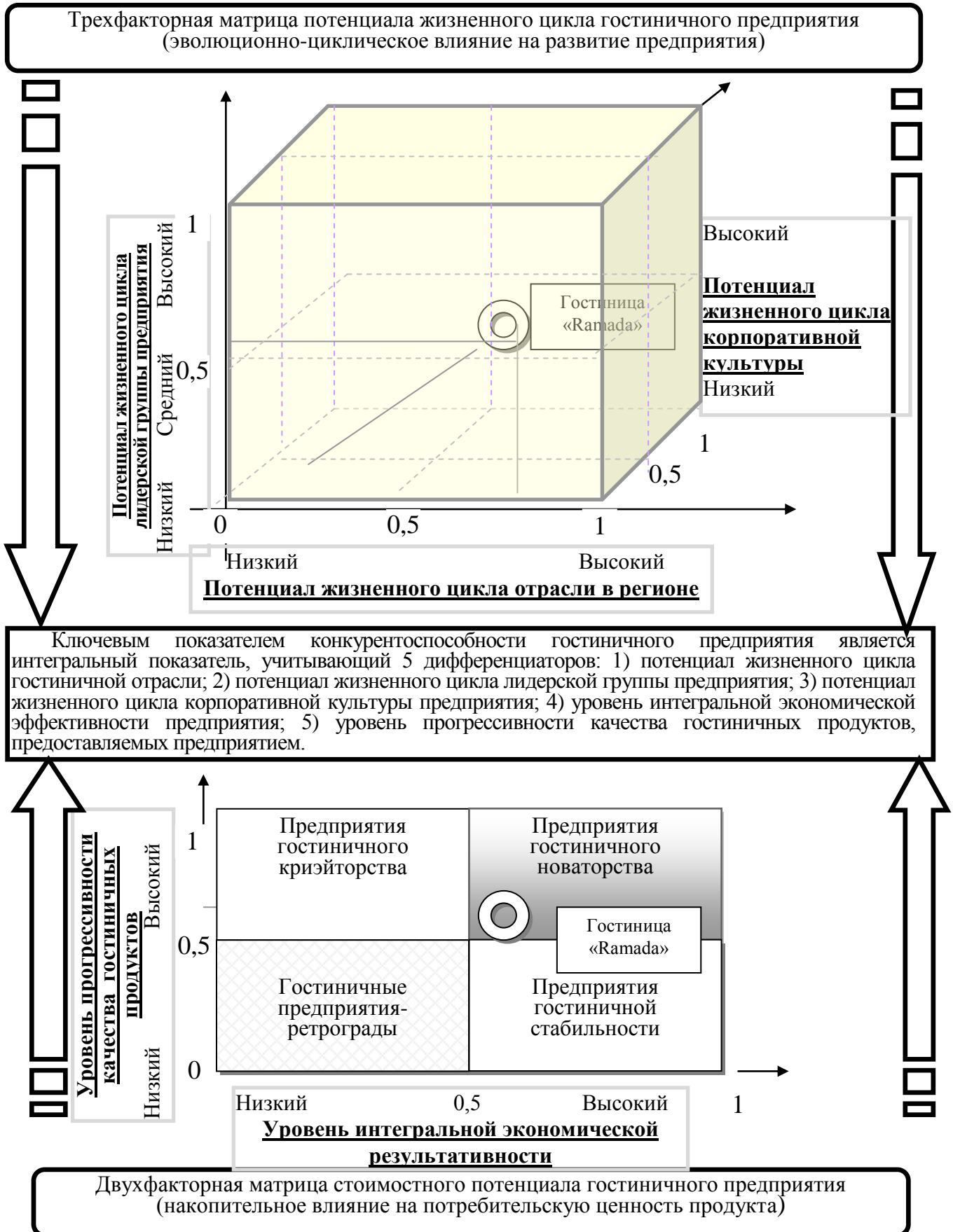


Рисунок 3 – Концептуальные взаимосвязи актуальных дифференциаторов конкурентоспособности гостиничного предприятия

Исходя из данных индикативных тенденций сформирована система показателей оценки интегральной экономической результативности гостиничного предприятия (первый стоимостный дифференциатор, рис. 4), а затем – система показателей оценки прогрессивности качества гостиничных продуктов (второй стоимостный дифференциатор, рис. 5).



Рисунок 4 – Система показателей, характеризующих стоимостный потенциал конкурентоспособности гостиничного предприятия

В результате изучения научных работ, посвященных исследованию методик диагностики качества гостиничных услуг, в качестве основы выбрана методика сбалансированной системы показателей. Предложено оценивать качество гостиничных продуктов в разрезе трех важнейших направлений: качество бронирования и размещения; качество гостиничного обслуживания; качество маркетинга и связей с общественностью.

Алгоритм комплексной диагностики конкурентоспособности гостиничного предприятия (с учетом факторов экономической устойчивости и прогрессивности качества гостиничных продуктов) также выстроен на основе ключевых положений теории нечетких множеств.

Результаты расчетов показали, что на фоне общей финансово-экономической рецессии Донецкой Народной Республики эффективность и экономические результаты большинства гостиниц также не являются высокими (см. таблицу).



Рисунок 5 – Система показателей, характеризующих качественный потенциал конкурентоспособности гостиничного предприятия

Из девятнадцати исследуемых предприятий только пять вошли в кластеры перспективных, прогрессирующих в качестве предоставленных продуктов с уровнем конкурентоспособности «выше среднего» («Донбасс Палас», «Ramada Donetsk Hotel», «Victoria Hotel Center», «Park Inn by Radisson Donetsk», «Озерный»). Двум из пяти лидирующих предприятий («Донбасс Палас» и «Ramada Donetsk Hotel») за последние два года удалось удержать высокий уровень прогресса в качестве услуг (т.е. внедрять новые качественные инструменты бронирования, размещения, обслуживания, маркетинга и связей с общественностью).

Основными индикативными характеристиками успешности гостиничных предприятий г. Донецка стали: выгодное размещение в самых центральных и, таким образом, безопасных районах города, а также максимально комфортные условия размещения и проживания (категория); привлекательное размещение в безопасных парковых либо курортных зонах за чертой города также в совокупности с комфортом проживания и обслуживания.



Таблица – Результаты комплексной диагностики и определение уровня конкурентоспособности гостиничных предприятий по накопительным дифференциаторам <sup>1</sup>

Рейтинг	Предприятие	Дифференциатор экономических результатов			Дифференциатор качества гостиничных продуктов			Итоговый показатель (G)	Типология гостиничного предприятия исходя из интегративного сочетания экономических результатов и качества гостиничных продуктов
		Суммарное значение переменной (g)	Значение функции принадлежности $\mu_j(g)$	Уровень интегральной экономической результативности	Суммарное значение переменной (g)	Значение функции принадлежности $\mu_j(g)$	Уровень прогрессивности качества продуктов		
1	Гостиница «Донбасс Палас»	0,743	1	Выше среднего	0,857	1	Высокий	1,60	Гостиничное новаторство
2	Гостиница «Ramada Donetsk Hotel»	0,634	0,62/0,38	Выше среднего	0,852	0,69/0,31	Высокий	1,49	Гостиничное новаторство
3	Гостиничный комплекс «Victoria Hotel Center»	0,647	0,69/0,31	Выше среднего	0,641	1	Выше среднего	1,29	Гостиничное новаторство
4	Гостиница «Park Inn by Radisson Donetsk»	0,608	1	Выше среднего	0,604	1	Выше среднего	1,21	Гостиничное новаторство
5	Гостиница «Озерный»	0,561	0,69/0,31	Средний	0,601	1	Выше среднего	1,16	Гостиничное криэйторство
6	Гостиница «Прага»	0,532	1	Средний	0,524	0,69/0,31	Средний	1,06	Гостиничная стабильность
7	Гостиница «Доминик»	0,514	1	Средний	0,508	1	Средний	1,02	Гостиничная стабильность
8	Гостиница «Централь»	0,506	1	Средний	0,496	0,62/0,38	Средний	1,00	Гостиничная стабильность
9	Гостиница «Рубикон»	0,485	0,62/0,38	Средний	0,479	1	Средний	0,96	Гостиничная стабильность
10	Гостиница «Испанский дворик»	0,464	0,69/0,31	Средний	0,457	1	Средний	0,92	Гостиничная стабильность
11	Гостиница «Ливерпуль»	0,354	0,58/0,42	Ниже среднего	0,451	0,69/0,31	Средний	0,81	Гостиничный ретроград
12	Гостиница «Джон Хьюз»	0,342	1	Ниже среднего	0,334	1	Ниже среднего	0,68	Гостиничный ретроград
13	Гостиница «Легион»	0,312	1	Ниже среднего	0,329	0,58/0,42	Ниже среднего	0,64	Гостиничный ретроград
14	Гостиница «Мистерия»	0,247	0,69/0,31	Ниже среднего	0,287	0,62/0,38	Ниже среднего	0,53	Гостиничный ретроград
15	Гостиница «Риальто»	0,231	0,69/0,31	Ниже среднего	0,271	0,58/0,42	Ниже среднего	0,50	Гостиничный ретроград
16	Гостиница «Ева»	0,225	0,58/0,42	Ниже среднего	0,195	0,69/0,31	Низкий	0,42	Гостиничный ретроград
17	Гостиница «Эконом»	0,196	1	Низкий	0,184	1	Низкий	0,38	Гостиничный ретроград
18	Гостиница «Нива»	0,185	1	Низкий	0,174	1	Низкий	0,36	Гостиничный ретроград
19	Гостиница «Великобритания»	0,171	1	Низкий	0,147	1	Низкий	0,32	Гостиничный ретроград

<sup>1</sup> По материалам отчетности гостиничных предприятий г. Донецка.

**В третьем разделе «Совершенствование методического обеспечения конкурентоспособности гостиничных предприятий»** усовершенствован механизм формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий; обоснован методический подход к оценке степени влияния факторов на формирование конкурентоспособности гостиничных предприятий; выполнена иерархическая декомпозиция конкурентоспособности гостиничных предприятий.

Конкурентоспособность гостиничных предприятий предполагает системный процесс взаимодействия между внутренней и внешней средой всех участников гостиничного хозяйства с целью создания условий для формирования новых конкурентных преимуществ (качество, цена, сервис, условия сбыта гостиничного продукта и время).

На основе концептуального подхода усовершенствован механизм формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий (рис. 6). Структурно данный механизм представляет собой два внутренних взаимосвязанных механизма – организационно-управленческий и экономический.

Внутренний экономический механизм является основой механизма формирования конкурентоспособности и предусматривает регулирование основных подсистем гостиничных предприятий посредством методов и рычагов (конкурентные преимущества), что способствует повышению конкурентных возможностей гостиничных предприятий по разработке стратегий повышения качества гостиничных продуктов.

Основной целью организационно-управленческого механизма является выполнение управленческих функций по повышению качества гостиничных продуктов с учетом следующих элементов: подсистема организации ресурсного обеспечения, подсистема координации кадрового обеспечения, подсистема мотивации, а также развитие культуры сервиса и достижения управленческой синергии.

Важным элементом системы обеспечения надлежащего уровня конкурентоспособности гостиничных предприятий, эффективного ведения их хозяйственной деятельности определена ее оценка.

Оценка конкурентоспособности гостиничных предприятий обуславливается основными проблемами, которые решаются в управленческом процессе от системного изучения гостиничного предприятия как объекта управления, идентификации его реального положения, создания и выполнения программы действий для обеспечения достижения заданного уровня развития до установления основных факторов, вызывающих изменения в деятельности гостиничного предприятия, с последующей их оценкой, корректировкой и оптимизацией управления, а также изменением функций планирования от текущих к возможным перспективам развития.

Учитывая цепную взаимосвязь функций в системе управления в экономическом механизме формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий, предложено проводить оценку по следующим этапам: подготовительный, информационный, аналитический, этап моделирования, рекомендательно-исполнительный (рис. 7).

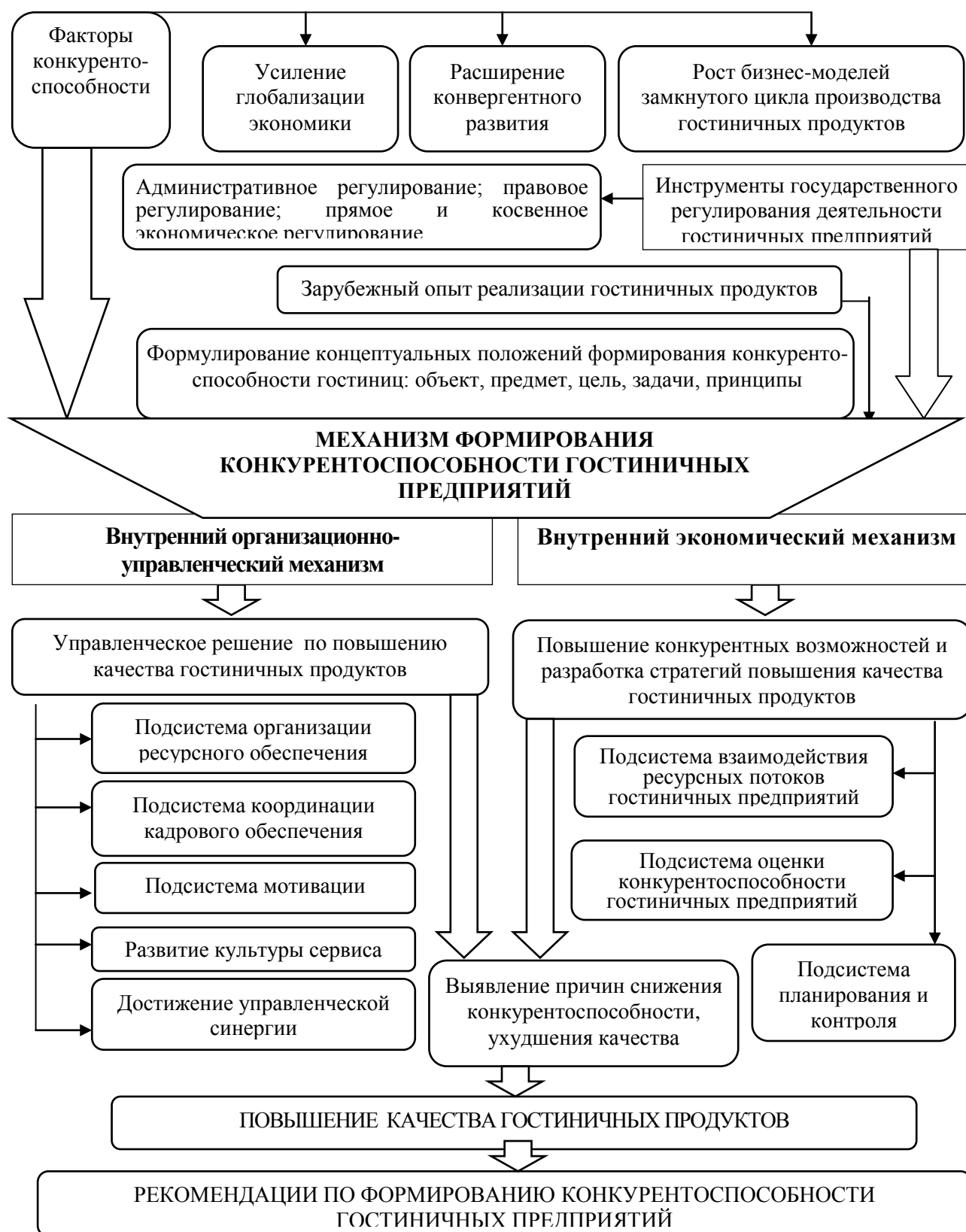


Рисунок 6 – Механизм формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий

Данная структура этапов обеспечивает информационно-аналитическую основу для оценки возможности повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия, что позволяет научно обосновать разработку управленческих решений менеджмента гостиничных предприятий по реализации

направлений, связанных с повышением уровня их конкурентоспособности и дальнейшего развития.

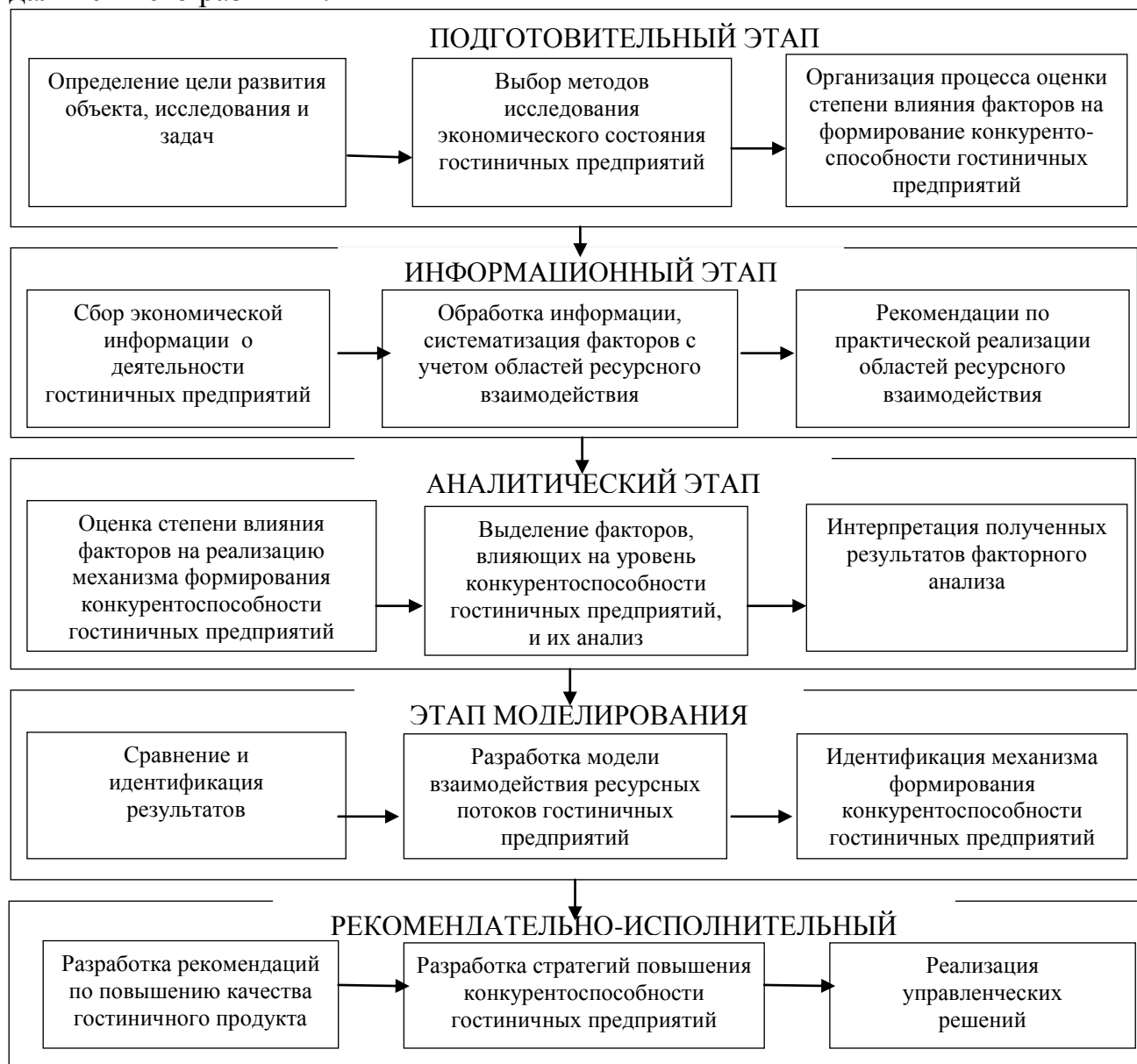


Рисунок 7 – Структура этапов повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий

Процесс аналитического обоснования рациональных управленческих решений сталкивается с необходимостью применения на отечественных предприятиях инструментария оценки и разработки практических рекомендаций по использованию результатов ее проведения. Обоснование управленческих решений согласно результатам оценки конкурентоспособности гостиничных предприятий дает возможность сопоставить тенденции изменений по исследуемым объектам, обеспечить условия их взаимодействия, избежать риска планирования и существенно улучшить точность прогнозирования.

Аналитический аспект в оценке влияния факторов на формирование конкурентоспособности гостиничных предприятий определен соединением качественного и количественного анализа, этапы которого представлены на рис. 8.



Рисунок 8 – Этапы оценки степени влияния факторов на формирование конкурентоспособности гостиничных предприятий

Для осуществления оценки степени влияния факторов на реализацию механизма формирования конкурентоспособности гостиниц отобраны следующие группы факторов: 1) финансовых потоков; 2) информационного обеспечения; 3) продаж и маркетинга; 4) планирования деятельности; 5) кадрового обеспечения.

Количественная оценка степени влияния факторов на формирование конкурентоспособности гостиничных предприятий и результаты деятельности гостиничных предприятий выполнена с использованием модели факторного анализа:

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + \dots + A_{im}F_m + U_i,$$

где  $X_i$  –  $i$ -й многомерный исследуемый признак;

$A_{ij}$  – весовой коэффициент  $i$ -й переменной  $j$ -го фактора;

$F_j$  –  $j$ -й фактор;

$U_i$  – случайная величина  $i$ -й переменной ( $i$ -й уникальный фактор);

$m$  – количество факторов.

Анализ выделенных показателей осуществлен с использованием метода главных компонент с помощью программного пакета IBM SPSS Statistics.

В результате факторного анализа из качественных и количественных показателей деятельности гостиниц выделены две группы факторов.

Первая группа факторов (90 %) сформирована в результате увеличения таких показателей, как коэффициенты рентабельности продукции, синхронности денежных потоков, текущей ликвидности, заполняемости гостиничных предприятий, загрузки, а также средневзвешенный период оборачиваемости оборотных активов, доля инновационных инструментов, внедренных в систему бронирования, эффективность новых дополнительных и сопутствующих услуг по размещению, количество потребителей на один проданный номер, средний срок проживания потребителей, часть своевременно выполненных заказов, количество соглашений о долгосрочном сотрудничестве, индекс прибыльности номерного фонда, средняя зарплата одного работника, уровень развития стратегических компетенций по сравнению с предприятиями-конкурентами. Эта группа негативно коррелирует с показателем «средняя вместимость гостиничных предприятий». Она характеризуется показателями подсистем информационного обеспечения и планирования деятельности гостиничных предприятий.

Вторая группа факторов сформирована в результате увеличения следующих показателей: коэффициенты маневренности собственного капитала и мгновенной ликвидности, доля выручки от новых услуг по размещению в общей выручке предприятия, количество гостиничных предприятий, номерной фонд гостиничных предприятий, общий доход, часть постоянных клиентов, производительность труда одного работника, уровень развития функциональных компетенций по сравнению с предприятиями-конкурентами. Негативно коррелирует с показателями вместимости гостиничных предприятий и стоимостью пребывания постояльцев в них. Характеризуется частично показателями подсистем финансовых потоков, продаж и маркетинга, кадрового обеспечения.

Анализ взаимодействия ресурсных потоков гостиничных предприятий позволил разработать модель формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий, которая представляет собой логическую цепь взаимодействия ресурсных потоков логистического процесса в системе управления гостиничным хозяйством. Определено, что эффективность данной модели должна координироваться и регулироваться специалистами по маркетингу.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В диссертационной работе предложено новое решение важной научной задачи обобщения теоретических и концептуальных положений, методических подходов и научно-практических рекомендаций по развитию механизма формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий, которая является значимой для экономической науки и практики.

В результате исследования сделаны следующие выводы:

1. Сформулированы теоретические основы конкурентоспособности гостиничных предприятий, что позволило выявить ключевые подходы к определению сущности дефиниции «конкуренция» (поведенческий, структурный

и функциональный) и «конкурентоспособность предприятия» (компаративный, ресурсный и системный), обоснованы классификационные признаки и предложена систематизация видов конкуренции. Определено, что конкурентоспособность рассматривается в зависимости от объекта исследования, к которому можно отнести шесть уровней конкурентоспособности.

2. Проведен компаративный анализ теоретических подходов к определению ключевых понятий на основе исследования смысловой эволюции дефиниций «гостиничная услуга», «гостиничный продукт», «потребители гостиничных услуг», «качество гостиничного продукта», «конкурентоспособность гостиничных услуг». Осуществлена классификация гостиничных услуг и потребителей гостиничных продуктов. Обоснована структура гостиничного продукта, которая базируется на комплексном учете всех его составляющих.

3. Обоснован концептуальный подход к обеспечению конкурентоспособности гостиничных предприятий, базирующийся на теоретических основах формирования конкурентоспособности, инструментарии оценки и научно-методических подходах к обеспечению повышения конкурентоспособности. Исследованы организационно-экономические факторы влияния на конкурентоспособность и обоснованы императивы конкурентоспособности гостиничных предприятий, позволяющие выстроить систему ключевых компетенций гостиничного предприятия.

4. Выполнен маркетинговый анализ качества гостиничных услуг в гостиницах г. Донецка. В результате анализа установлено, что наиболее стабильную позицию на рынке г. Донецка, несмотря на затяжной политический конфликт, занимают следующие гостиничные предприятия: «Ramada Donetsk Hotel», отель «Шахтер Плаза» и бутик-отель «Испанский дворик». Позицию ниже заявленной занимают гостиничные предприятия «Централь», «Шафран» и «Доминик». В свою очередь, гостиничные предприятия эконом-класса (хостел «Рыжий кот», гостиница «Эконом», гостевой дом «Дом 18» и апартаменты «На Набережной») не прилагают усилий для повышения качества и конкурентоспособности своих гостиничных продуктов.

5. Усовершенствован методический подход к оценке конкурентоспособности гостиничных предприятий г. Донецка (на основе актуальных дифференциаторов конкурентоспособности). Построены концептуальные взаимосвязи актуальных дифференциаторов конкурентоспособности гостиничных предприятий, включающие типологию предприятий в зависимости от способа достижения конкурентных преимуществ (предприятия гостиничного новаторства, предприятия гостиничного криэйторства, предприятия гостиничной стабильности, предприятия-ретрограды). В целях эффективного применения на практике методического подхода к диагностике конкурентоспособности гостиничных предприятий предложена система показателей для оценки уровня конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработан алгоритм проведения такой оценки. Данная оценка базируется на основе учета семи показателей для каждого дифференциатора с использованием основных положений теории нечетких множеств.

6. Проведена комплексная диагностика конкурентоспособности

гостиничных предприятий г. Донецка на основе системы показателей, характеризующих стоимостный и качественный потенциал конкурентоспособности гостиничного предприятия. Установлено, что на фоне общей финансово-экономической рецессии Донецкой Народной Республики эффективность и экономические результаты большинства гостиничных предприятий также не являются высокими. Из девятнадцати исследуемых предприятий только пять вошли в кластеры перспективных, прогрессирующих в качестве оказываемых услуг с уровнем конкурентоспособности «выше среднего».

7. Усовершенствован механизм формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий, который объединяет содержание, устройство и порядок реализации процессов организационно-управленческого и экономического характера, а также методическое обеспечение реализации ресурсного взаимодействия, направленные на повышение конкурентоспособности, качества и развитие культуры сервиса.

8. Усовершенствован методический подход к оценке степени влияния факторов на формирование конкурентоспособности гостиничных предприятий, позволяющий разработать эффективные управленческие решения по повышению качества гостиничного продукта. Предложено формирование мобильной группы контроля и мониторинга деятельности гостиничных предприятий в процессе обеспечения повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий, что даст возможность выявить наличие существенного круга логистических функций ресурсного взаимодействия, требующих непрерывного управленческого воздействия, а также раскроет степень реализации этих функций. Построена объективная модель взаимодействия информационного и финансового потоков, подлежащих управленческому регулированию со стороны подсистемы продаж и маркетингового обеспечения, для экономического обоснования в подсистеме планирования эффективности деятельности гостиницы.

Среди направлений дальнейших исследований в области экономики и управления народным хозяйством необходимо выделить разработку механизмов управления конкурентоспособностью гостиничных предприятий, а также стратегий повышения конкурентоспособности гостиничной отрасли Донецкой Народной Республики.

## **СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ**

### **Монографии**

1. Кількісна оцінка якості готельного продукту : монографія / В.Г. Топольник, А.П. Бутова, І.В. Кошавка, А.В. Полякова [та ін.]; під ред. д-ра техн. наук, проф. В.Г. Топольник. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2013. – 208 с. *Личный вклад соискателя:* разработана методика оценки номерного фонда гостиниц и предложены рекомендации гостиницам г. Донецка по результатам ее проведения (3,8 печ. л.).

### **Публикации в рецензируемых научных изданиях**

2. Куценко, О.В. Чинники формування конкурентних переваг підприємств готельного бізнесу / О.В. Виноградова, О.В. Куценко // Економічна стратегія і



перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр.: Харків, 2012. – Вип. 1 (15), ч. 2. – С. 227-233. *Личный вклад соискателя*: определены основные факторы формирования конкурентных преимуществ гостиничного бизнеса.

3. Куценко, О.В. Якість послуг готельних підприємств та їх споживча оцінка / О.В. Куценко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр.: Харків, 2012. – Вип. 2 (16). – С. 323 – 332.

4. Куценко, Е.В. Обоснование актуальных дифференциаторов конкурентоспособности гостиничных предприятий / Е.В. Куценко // Торговля и рынок: научный журнал: Донецк, 2016. – Вып. № 2 (40), том 2. — С. 88 – 96.

5. Куценко, Е.В. Механизм повышения качества услуг как фактор конкурентоспособности гостиниц / П.А. Заремба, Е.В. Куценко // Менеджер. Научный журнал. – Донецк, 2017. – С. 162 – 170. *Личный вклад соискателя*: предложен механизм формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий.

6. Куценко, Е.В. Современные научные подходы к определению сущности категории «конкурентоспособность гостиничных услуг» / Е. В. Куценко // СНР серии «Экономика». Вып. 8: Экономика и технологии: императивы роста / ГОУ ВПО «ДонаУиГС». – Донецк: ДонаУиГС, 2017.— С. 218 – 232.

7. Куценко, Е.В. Императивы конкурентоспособности гостиничных предприятий / Е.В. Куценко // Торговля и рынок: научный журнал: Донецк, 2017. – Вып. № 3 (43), том 1. – С. 178-186.

#### **Другие публикации по теме диссертации:**

8. Куценко, О.В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності готельних підприємств / О.В. Куценко // Здобутки, проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 29 – 30 жовтня 2012 р. – К.: НУХТ, 2012 р. – С. 301 – 303.

9. Куценко, О.В. Науково-методичні підходи до класифікації методів оцінки конкурентоспроможності готельних підприємств / О.В. Куценко // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики : Матеріали першої міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 жовтня 2012 р. – Одеса, Атлант, 2012. – С. 89 – 90.

10. Куценко, О.В. Дослідження якості готельних послуг на підприємствах готельного бізнесу м. Донецька / О.В. Куценко // Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку : матер. I Міжнар. наук.-практ. конф. (1-2 листопада 2012 р., м. Черкаси). – Черкаси: Брама-Україна, 2012. – 358 – 363 с.

11. Куценко, О.В. Економічна сутність категорії «конкурентоспроможність» / О.В. Куценко // Ринкова економіка: тенденції і закономірності: матеріали між нар. наук.-практ. конф. 30 жовт. 2013 р. м. Алчевськ / ред.. кол.: І.А. Фесенко [та ін.] – Д.: Національний гірничий університет, 2013. – С. 110 – 112.

12. Куценко, Е.В. Механизм усовершенствования системы управления качеством услуг на предприятиях гостиничного хозяйства / Материалы XI Международной научно-практической конференции «Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире»: Сборник статей. Том 2. – СПб : ИИУНЦ «Стратегии будущего». – 2015. – С. 65 – 71.

13. Куценко, Е.В. Механизм формирования конкурентоспособности гостиниц как предпринимательских структур / Е.В. Куценко // Донецкие чтения 2017: Русский мир как цивилизационная основа научно-образовательного и культурного развития Донбасса: Материалы Международной научной конференции студентов и молодых ученых (Донецк, 17-20 октября 2017 г.). – Том 3: Экономические науки. Ч. 3: Актуальные научные исследования: экономика, управление, инновации / под общей редакцией проф. С.В. Беспаловой. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2017. – С. 40 – 41.

14. Куценко, Е.В. Компаративный анализ понятия качества гостиничных услуг / Е.В. Куценко // Экономика и социум. – 2017. - № 5 (36), Ч.1. – С. 767 – 780.

15. Куценко, Е.В. Методический подход к реализации механизма формирования конкурентоспособности гостиниц / Е.В. Куценко // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе : сб. науч. тр. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2017. – С. 139 – 144.

### АННОТАЦИЯ

**Куценко Е.В. Повышение конкурентоспособности гостиничных предприятий в современных рыночных условиях. – На правах рукописи.**

*Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством. – Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Донецкая Народная Республика, 2017.*

Диссертационная работа посвящена актуальным проблемам разработки методических и практических рекомендаций по обеспечению повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий.

В первом разделе на основе исследования смысловой эволюции дефиниций, проведения компаративного анализа основных теоретических подходов предложены определения ключевых понятий, а именно: «гостиничная услуга», «гостиничный продукт», «конкурентоспособность гостиничного предприятия», «качество гостиничного продукта», «конкурентоспособность гостиничных услуг», «механизм формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий».

Исследованы организационно-экономические факторы влияния на конкурентоспособность и обоснованы императивы конкурентоспособности гостиничных предприятий в разрезе ключевых организационно-экономических факторов влияния, позволяющие выстроить систему ключевых компетенций гостиничного предприятия.

Предложен концептуальный подход к формированию конкурентоспособности гостиничных предприятий, включающий предмет, цель, задачи, принципы, объект, теоретические основы формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий, инструментарий оценки конкурентоспособности, а также научно-методические подходы к обеспечению повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий.

Во втором разделе разработан методический подход к оценке конкурентоспособности гостиничных предприятий г. Донецка, построена

концептуальная взаимосвязь актуальных дифференциаторов конкурентоспособности гостиничного предприятия, включающая типологию предприятий в зависимости от способа достижения конкурентных преимуществ. Предложена система показателей для оценки уровня конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработан алгоритм выполнения данной оценки.

Проведена комплексная диагностика конкурентоспособности гостиничных предприятий г. Донецка, которая позволила выявить эффективность их деятельности.

В третьем разделе усовершенствован механизм формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий, который объединяет содержание, устройство и порядок реализации процессов организационно-управленческого и экономического характера, а также методическое обеспечение реализации ресурсного взаимодействия, что способствует повышению конкурентных возможностей предприятия.

Усовершенствован методический подход к оценке степени влияния факторов на формирование конкурентоспособности гостиничных предприятий с учетом отбора факторов конкурентоспособности и показателей, характеризующих финансовую, техническую, маркетинговую и кадровую подсистемы деятельности гостиниц, что позволит повысить объективность и информативность данной оценки.

*Ключевые слова:* качество гостиничного продукта, конкурентоспособность гостиничных предприятий, императивы конкурентоспособности, оценка конкурентоспособности, механизм формирования конкурентоспособности гостиничных предприятий.

## SUMMARY

**Kutsenko E.V. Increasing the competitiveness of hotel companies in modern market conditions. – As a manuscript.**

*The thesis for the degree of candidate of economical sciences, specialty 08.00.05 Economy and management of a national economy. – State establishment of higher professional education «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayilo Tugan-Baranovsky», Donetsk People's Republic, 2017.*

The thesis is devoted to actual problems of development of methodical and practical recommendations for increasing the competitiveness of hotel enterprises.

In the first section, definitions of key concepts are proposed based on a comparative analysis of the main theoretical approaches, namely: "hotel service", "hotel product", "hotel product quality", "hotel enterprise competitiveness", "competitiveness of hotel services", "competitiveness formation mechanism hotel enterprises".

The imperatives of the competitiveness of hotel enterprises are justified, which made it possible to build a system of key competences of the hotel enterprise, a conceptual approach to the formation of the competitiveness of hotel enterprises was proposed.

The second section developed a methodical approach to assessing the competitiveness of hotel companies in Donetsk, a conceptual interconnection of topical differentiators of the competitiveness of hotel enterprises, including the typology of enterprises depending on the way to achieve competitive advantages.

Comprehensive diagnostics of the competitiveness of hotel companies in Donetsk was carried out, which allowed to determine their level of competitiveness.

In the third section, the mechanism of formation of competitiveness of hotel enterprises is developed and a methodical approach to assessing the degree of influence of factors on the formation of competitiveness of hotel enterprises is developed, taking into account the selection of competitiveness factors and indicators characterizing the financial, technical, marketing and personnel subsystems of hotel activities, which will increase the objectivity and informativeness of this evaluation.

*Key words:* quality of the hotel product, competitiveness of hotel enterprises, imperatives of competitiveness, assessment of competitiveness, mechanism of formation of competitiveness of hotel enterprises.

Подписано к печати 20.12.2017 г. Формат 60x84x1/16.  
Усл. печ. л. 1,5. Печать – ризография.  
Заказ 25-1-18. Тираж 100 экз.

Отпечатано ФЛП Кириенко С.Г.  
Свидетельство о государственной регистрации физического  
лица-предпринимателя № 40160 серия АА02 от 05.12.2014г.  
ДНР, 283014, г. Донецк, пр. Дзержинского, 55/105.  
Тел.: +38(050) 524-50-36, e-mail: ksg11@ukr.net.