

Дмитришин Б.В.
*к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва
Центральноукраїнський національний технічний університет*

МОДЕЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Тема «Моделювання конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності» є дуже актуальною в сучасних умовах розвитку господарства. Сфера гостинності є однією з найбільш динамічних та конкурентних галузей економіки, що забезпечує стабільний розвиток туризму та забезпечує місцеву економіку робочими місцями. Для успішної діяльності в цій галузі підприємства повинні мати високу конкурентоспроможність, що дасть можливість збільшити їх прибуток, залучити нових клієнтів та зберегти старих.

Моделювання конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності є важливим інструментом для розуміння та покращення ефективності бізнесу. Воно дозволяє аналізувати ключові фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, та розробляти стратегії для підвищення її ефективності.

Стрімкий розвиток новітніх технологій, інформаційна насиченість середовища зумовлює необхідність комплексного дослідження перспектив нових механізмів управління готельною індустрією. Ринок готельного господарства є відчутним до найменших змін зовнішнього середовища. Глобальна пандемія COVID-19 (2019-2023 рр.) суттєво вплинула на цю сферу, однак ще більше – військово-політична ситуація. Війна в Україні спричинила низку негативних процесів у функціонуванні готельного господарства країни та змусила готельні підприємства адаптовуватись до сучасних реалій [1].

Моделювання конкурентоспроможності дозволяє визначити сильні та слабкі сторони підприємства, а також прогнозувати його розвиток в майбутньому. З цією метою збирають описову статистику за ряд років, розраховують середні значення, стандартні відхилення змінних, відповідні коефіцієнти кореляції та еластичності [2]. Здебільшого на їх основі будуються економетричні моделі: дихотомічні (бінарні) регресійні моделі, множинна лінійна регресія, ARIMA (авторегресійна інтегрована модель з ковзаючим середнім), модель логістичної регресії та ін. Для оцінки стандартних помилок коефіцієнтів застосовують надійні стандартні помилки, що дозволяє усунути проблеми гетероскедастичності. У всіх множинних регресіях існують потенційні ефекти мультиколінеарності, що може призвести до недостовірних та неправильних оцінок параметрів моделі. Для їх усунення як правило використовують метод дисперсії [3, 4].

Вищезазначені економетричні моделі також дозволяють виявити тенденції ринку та зміни у попиті на послуги готельно-ресторанного бізнесу, що дає змогу підприємствам адаптуватися до нових умов та забезпечити стабільний розвиток.

Дещо окремо стоїть проблематика якості обслуговування, оскільки більш доцільними тут є застосування моделей прийняття рішень. Моделювання конкурентоспроможності передбачає аналіз поведінки споживачів, що дозволяє підприємствам прогнозувати зміни в галузі та адаптуватися до них. За даними дослідження, проведеного аудиторською компанією Deloitte, одним з найбільш важливих трендів у готельному бізнесі є зростання попиту на експериментальний досвід, який включає інтерактивність, цифровізацію, персоналізацію та інновації [5].

Варто відзначити, що в умовах цифровізації формування організаційно-економічних механізмів стратегічного управління розвитком індустрії гостинності має бути спрямовано на створення цифрової інфраструктури та моделі «розумних» туристичних дестинацій: збір та аналіз статистики в режимі реального часу за допомогою технологій Інтернету речей, великих та відкритих даних; створення віртуальних турів; впровадження QR-кодів, RFID-міток, системи безготівкових розрахунків тощо [6].

Отже, моделювання конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності є важливим інструментом для розуміння та покращення ефективності бізнесу в умовах постійної конкуренції та змін в галузі. Використання моделей дозволяє підприємствам зосередитися на ключових факторах конкурентоспроможності та розробляти стратегії для підвищення її ефективності.

Список використаних джерел:

1. Безручко Л.С., Білоус С.В., Філь М.І. Готельне господарство України в умовах війни: сучасний стан та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*. 2023. №47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-43>.

2. Competitiveness of hotel, restaurant and tourism business: factors and tools / Mashika H. and others. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Vol. 36. P.681-687. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/45175> (дата звернення: 14.05.2023).

3. Teixeira S.T., Ferreira João J.M. Multilevel approach to competitiveness in the global tourism. Business Science Reference, IGI Global, Hershey PA, 2020. URL: <https://www.worldcat.org/title/1122548472?oclcNum=1122548472> (дата звернення: 14.05.2023).

4. Tsay H., Song H. Tourism and hotel competitiveness research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2009. №26 (5). URL: https://www.researchgate.net/publication/48259444_Tourism_and_hotel_competitiveness_research (дата звернення: 14.05.2023).

5. The world remade. Travel and hospitality scenarios. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/us-cb-the-world-remade-by-covid-19-scenarios-for-resilient-leaders.pdf> (дата звернення: 14.05.2023).

6. Федоров, Р.Г. Готельний бізнес як складова сучасної індустрії туризму. *Молодий вчений*. 2013. № 4. С. 307-311.