

УДК 338.487(477);658.015

Коваленко Д.С.

*аспірант кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Черкаський державний технологічний університет*

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПРОДУКТУ НА ОСНОВІ ОЦІНКИ СИНЕРГЕТИЧНИХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ ПРОЦЕСІВ ЙОГО ФОРМУВАННЯ

У статті розглядається питання визначення рівня конкурентоспроможності готельного продукту на основі оцінки синергетичних взаємозв'язків процесів його формування. Досліджено залежність рівня конкурентоспроможності готельного продукту від ступеня збалансованості синергетичного ефекту, витрат та доходів, пов'язаних з його розробкою та реалізацією. Сформульовано робочу гіпотезу, за якою конкурентоспроможність готельного господарства формується за умов оптимізації балансу між синергетичним ефектом, витратами та доходами, пов'язаними з розробкою та реалізацією готельного продукту. Показано, що на етапі формування нового готельного продукту продуктивним є встановлення взаємозв'язку його економічної надійності та сукупності синергетичних ефектів, отриманих від взаємодії процесів виробництва готельного продукту і постачання матеріальних цінностей; взаємодії внутрішніх процесів виробництва готельного продукту; взаємодії процесів виробництва і реалізації готельного продукту. Представлено математичну залежність, яка доводить, що у разі збільшення синергетичного ефекту, відповідно, посилюються взаємозв'язки між процесами формування та реалізації готельного продукту, тому, відповідно, збільшується рівень його конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність, готельний продукт, оцінка синергетичних ефектів, взаємозв'язок процесів формування готельного продукту.

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ СИНЕРГЕТИЧЕСКИХ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ ПРОЦЕССОВ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ

Коваленко Д.С.

В статье рассматривается вопрос определения уровня конкурентоспособности гостиничного продукта на основе оценки синергетических взаимосвязей процессов его формирования. Исследована зависимость уровня конкурентоспособности гостиничного продукта от степени сбалансированности синергетического эффекта, затрат и доходов, связанных с его разработкой и реализацией. Сформулирована рабочая гипотеза, согласно которой конкурентоспособность гостиничного хозяйства формируется при условиях оптимизации баланса между синергетическим эффектом, затратами и доходами, связанными с разработкой и реализацией гостиничного продукта. Показано, что на этапе формирования нового гостиничного продукта продуктивным является установление взаимосвязи его экономической надежности и совокупности синергетических эффектов, полученных от взаимодействия процессов производства гостиничного продукта и поставки материальных ценностей; взаимодействия внутренних процессов производства гостиничного продукта; взаимодействия процессов производства и реализации гостиничного продукта. Представлена математическая зависимость, которая доказывает, что в случае увеличения синергетического эффекта, соответственно, усилятся взаимосвязи между процессами формирования и реализации гостиничного продукта, поэтому, соответственно, увеличивается уровень его конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, гостиничный продукт, оценка синергетических эффектов, взаимосвязь процессов формирования гостиничного продукта.

HOTEL PRODUCT COMPETITIVENESS RESEARCH BASED ON EVALUATION OF SYNERGETIC RELATIONSHIP OF ITS FORMATION PROCESSES

Kovalenko D.

The article deals with the question of determining a hotel product competitiveness level based on evaluation of the synergistic relationships of its formation processes. The dependence of the hotel product competitiveness level on the degree of balancing of the synergistic effect, costs and revenues associated with its development and implementation has been considered. The paper presents the working hypothesis that the hotel economy competitiveness is formed on conditions of optimizing the balance between the synergistic effect, costs and revenues associated with the development and implementation of the hotel product. It has been shown that at the stage of a new hotel product formation, it is productive to establish the interrelation between its economic reliability and the aggregate of synergistic effects obtained from the interaction of the hotel product production processes and the supply of material values; interaction of internal hotel products production processes; interaction of production processes and the implementation of the hotel product. A mathematical dependence has been presented that proves the fact that in case of an increase in the synergistic effect, the interrelations between the processes of formation and realization of the hotel product will be strengthened, and, accordingly, the level of its competitiveness will be increased.

Keywords: competitiveness, hotel product, evaluation of synergistic effects, processes interrelation of hotel product formation.

Постановка проблеми. Нині відчувається нагальна потреба в становленні нових напрямів розвитку теоретичних положень готельного обслуговування, які б дали змогу дослідити загальні принципи побудови механізмів раціональної системи управління розробки та реалізації готельного продукту. Одним із таких теоретичних напрямів, який має свій предмет, методологію та методи дослідження, є синергетика.

Синергетика пов'язана з іменами таких вчених, як, зокрема, Г. Хакен, Е. Ласло, І. Пригожин, С. Курдюмов, Ю. Клімович. Сьогодні така теорія інтенсивно розвивається у низці країн різними науковими школами, проте у вітчизняній та зарубіжній літературі практично відсутні роботи, які присвячені ідеям синтезу методології формування конкурентоспроможності продуктів готельного бізнесу та синергетики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням, що пов'язані з функціонуванням готельного господарства та аналізом його конкурентоспроможності, присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як, зокрема, Г. Яковлев, Г. Балашов, Є. Кусков, А. Медік, А. Інграм, Х. Шмаков, Х. Ревенков, В. Любіцева, Х. Роглев. Водночас, як свідчить аналіз цих робіт, потребує теоретичного обґрунтування можливість використання методів вартісної оцінки конкурентоспроможності готельного господарства, що дасть змогу сформулювати наукові підходи до встановлення співвідношення такої оцінки та рівня його конкурентоспроможності.

Постановка завдання. Вищевикладене визначило актуальність теми дослідження і постановку завдання, що полягає у подальшому розвитку відомих науково-методологічних положень формування конкурентоспроможності готельного продукту у контексті оцінки синергетичних взаємозв'язків процесів його створення та реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах постійно зростаючої конкуренції на ринку

гостинності особливу роль відіграє проблема оцінки можливості створення та підвищення ефективності синергетичних взаємозв'язків між ключовими елементами конкурентоспроможності готельного господарства. При цьому позитивний ефект від управління конкурентоспроможністю може бути досягнутий лише у тому разі, якщо взаємодія всіх її елементів приведе до безперечного виконання всіх замовлень, підвищення підприємницької культури і якості готельного продукту, зменшення сукупних витрат тощо [1].

Конкурентоспроможність готельного продукту досягається лише у тому разі, коли може бути отриманий реальний синергетичний ефект від організаційної, технологічної, економічної та інформаційної єдності всіх процесів, що формують та реалізують такий продукт. Підприємство на основі підвищення якості таких процесів, як елементи конкурентоспроможності, має не тільки отримати вигоди і переваги від синергетичних взаємозв'язків між ними, але й збільшити її абсолютний рівень за рахунок появи нових можливостей. Отже, конкурентоспроможність готельного господарства формується за умов оптимізації балансу між його синергетичним ефектом, витратами та доходами, пов'язаними з розробкою та реалізацією готельного продукту (рис. 1).

Зона 1. Готельне господарство отримує негативний синергетичний ефект, який обумовлений високим рівнем сукупних витрат на формування готельного продукту, що пов'язано з великими втратами прибутків від його низької якості. За такої ситуації готелю необхідно приймати рішення про те, варто йому і далі продовжувати реалізовувати такий продукт чи ж доцільно взагалі покинути ринок на користь конкурентів.

Зона 2. Споживач отримує якісний готельний продукт, який його задовольняють, а готель – позитивний синергетичний ефект. У такому разі цілком виправданими є суттєве розширення масштабів створення та реалізації готельного продукту та покращення його

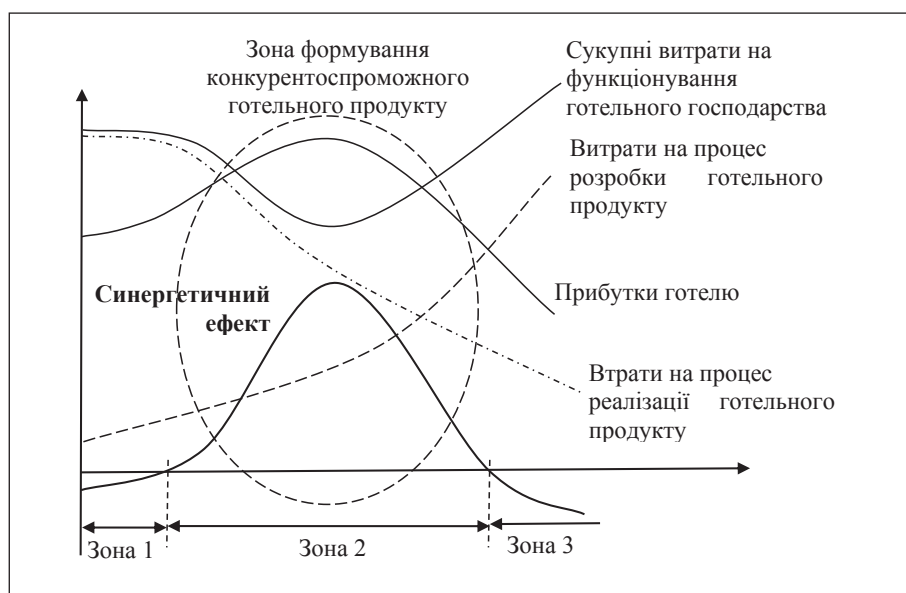


Рис. 1. Ідентифікація конкурентоспроможності готельного продукту на основі встановлення синергетичних взаємозв'язків процесів його виробництва і реалізації

Джерело: розробка автора на основі [3; 6]

якості для того, щоб у кінцевому підсумку отримати необхідний рівень конкурентних переваг, відповідно, підвищити свої прибутки.

Зона 3. Отримання готелем негативного синергетичного ефекту, який обумовлений високим рівнем витрат, пов'язаних з формуванням та реалізацією готельного продукту, тоді як через високий рівень його якості втрати на конкурентному ринку мінімальні.

Беручи до уваги наявні дослідження щодо теоретичного осмислення сутності синергетичного ефекту [1; 2; 4; 5], вищевикладені положення можна представити такою залежністю:

$$E_{\text{синерг}} = [(D' - B') + \Delta B'_в + \Delta B'_{\text{об}} + (\Delta D_{(T+\Delta T)} - \Delta D_{(T)})] - S, \quad (1)$$

де $E'_{\text{синерг}}$ – синергетичний ефект, отриманий під час розроблення та реалізації готельного продукту у розрахунковому періоді часу T ;

D' – прибутки підприємства від реалізації готельного продукту у розрахунковому періоді часу T ;

B' – витрати підприємства на формування та реалізацію готельного продукту у розрахунковому періоді часу T ;

$\Delta B'_в$ – економія ресурсів підприємства в умовно-постійній їх частині, отриманих від формування та реалізації готельного продукту у розрахунковому періоді часу T ;

$\Delta B'_{\text{об}}$ – економія обігових витрат підприємства від формування та реалізації готельного продукту у розрахунковому періоді часу T ;

$\Delta D_{(T+\Delta T)}$ – прирощування доходів підприємства, що пов'язані з виробництвом й реалізацією готельного продукту в результаті збільшення обсягів його реалізації у розрахунковому періоді часу $(T + \Delta T)$;

$\Delta D_{(T)}$ – прибування витрат, що пов'язані з виробництвом й реалізацією готельного продукту в результаті збільшення обсягів його реалізації у періоді часу $(T + \Delta T)$;

ΔT – додатковий часовий відрізок, що характеризує розрив між розрахунковим періодом часу T і періодом збільшення обсягів реалізації готельного продукту;

S – загальні витрати підприємства на розробку та реалізацію готельного продукту у розрахунковому періоді часу T .

Чим більше синергетичний ефект ($E_{\text{синерг}} \gg 0$), тим сильніше взаємозв'язки між процесами формування та реалізації готельного продукту, і, відповідно, вище

рівень його конкурентоспроможності. Чим менше величина синергетичного ефекту ($E_{\text{синерг}} > 0$), тим менше стійкі зв'язки, а тому менше конкурентоспроможність продукту.

Необхідно зазначити, що на етапі формування готельного продукту синергетичний ефект оцінити кількісно досить складно. Тому продуктивним є дослідження можливості прояву взаємозв'язку синергетичного ефекту й економічної надійності продукту [3; 6] у такому вигляді:

$$E_{\text{синерг}} \geq [\zeta_{\text{ЕНГП}} - (E_{\text{пост}} + E_{\text{виробн}} + E_{\text{реал}})], \quad (2)$$

де $\zeta_{\text{ЕНГП}}$ – запас економічної надійності готельного продукту;

$E_{\text{пост}}$ – синергетичний ефект від взаємодії процесів виробництва готельного продукту і постачання матеріальних цінностей;

$E_{\text{виробн}}$ – синергетичний ефект від взаємодії внутрішніх процесів виробництва готельного продукту;

$E_{\text{реал}}$ – синергетичний ефект від взаємодії процесів виробництва і реалізації готельного продукту;

За такого підходу конкурентоспроможність готельного продукту визначається оптимізацією балансу між синергетичними ефектами та економічною надійністю його постачальницької, виробничої і реалізаційної складових.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, конкурентоспроможність готельного продукту визначається відповідним комплексом споживчих характеристик, які надійно забезпечують формування й утримання синергетичних взаємозв'язків процесів його розробки та реалізації. Тому винятково важливими властивостями готельного продукту мають бути саме ті, які зумовлюють виникнення таких взаємозв'язків у межах і на умовах організаційно й економічно надійних результатуючих показників діяльності готельного господарства. Це формує важливу концептуальну настанову у сфері гостинності, яка повинна гарантувати отримання синергетичних ефектів за рахунок набуття й утримання економічної надійності, тобто здатності готельного господарства досягати у конкретно прогнозованому періоді часу оптимальних значень своїх організаційно-економічних, технологічних та інших параметричних характеристик, а також показників власної відтворювальної діяльності й розвитку з достатньою ймовірністю.

1. Боровкова В. Управление рисками в торговле / В. Боровкова. – СПб. : Питер, 2004. – 288 с.
2. Буданов В. Междисциплинарные технологии и принципы синергетики: проблемы и перспективы / В. Буданов // Синергетика: труды семинара. Вып. 1. – М. : Изд-во МГУ, 1998. – 342 с.
3. Васильева О.Е. Эффективность сервисного обслуживания продукции / О.Е. Васильева. – М. : Экономика, 2007. – 175 с.
4. Зайцев Е.И. Логистика и синергетика. Новая парадигма в теоретической логистике / Е.И. Зайцев // Логистика и управление цепями поставок. – 2004. – № 1. – С. 34–39.
5. Занг В.Б. Синергетическая экономика. Время и перемены в нелинейной экономической теории / В.Б. Занг ; пер. с англ. – М., 1999. – 411 с.
6. Таньков К.М. Дослідження синергетичних ефектів при формуванні ланцюгів поставок промислових підприємств / К.М. Таньков, О.В. Бахурець // Економіка розвитку. – 2011. – № 2(58). – С. 82–84.

E-mail: tankov.kn@gmail.com