

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE FIELD OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Трансформаційні процеси, що відбуваються на сучасному етапі в економіці країн зумовлюють необхідність підприємствам приділяти увагу конкурентоспроможності, яка визначає їх життєздатність та результати діяльності. Сфера готельно-ресторанного бізнесу є динамічною, перспективною та може виступати мультиплікатором соціально-економічного розвитку. Тому, для підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу необхідно забезпечити свою конкурентну стійкість та бути конкурентоспроможною на ринку послуг. У статті досліджуються питання щодо особливостей, тенденцій розвитку та функцій готельно-ресторанного бізнесу, визначено сутність поняття підприємство готельно-ресторанного бізнесу. Проведено оцінку діяльності суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності «Тимчасове розміщення й організація харчування» за 2015–2021 рр. Визначено динаміку фінансового результату (сальдо) до оподаткування суб'єктів, що належать до сфери готельно-ресторанного бізнесу, розглянуто динаміку чистого прибутку (збитку) підприємств у сфері тимчасового розміщення й організації харчування. Досліджено рівень рентабельності (збитковості) операційної діяльності підприємств та рівень рентабельності (збитковості) всієї діяльності для сфери готельно-ресторанного бізнесу.

Ключові слова: готельно-ресторанний бізнес, конкурентоспроможність підприємств, управління, підвищення ефективності.

Introduction. Transformational processes at the current stage in the economy of countries make it necessary for enterprises to pay attention to competitiveness, which determines their viability and performance. The sphere of the hotel and restaurant business is dynamic and promising and can act as a multiplier of socio-economic development. Therefore, enterprises in the field of hotel and restaurant business must ensure their competitive stability and be competitive in the service market. The purpose of the publication is to analyze research trends in the development of the hotel and restaurant business evaluate and identify ways to increase the competitiveness of enterprises in the hotel and restaurant business. The results. The article examines issues related to the features, development trends, and functions of the hotel and restaurant business. It defines the essence of the concept of the hotel and restaurant business enterprise. An assessment of the activities of economic entities by the type of economic activity, "Temporary accommodation and organization of meals," was carried out for 2015–2021. The dynamics of the financial result (balance) before taxation of entities belonging to the sphere of hotel and restaurant business was determined and the dynamics of net profit was considered (loss) of enterprises in the field of temporary accommodation and catering. The level of profitability (unprofitability) of the operational activities of enterprises and the level of profitability (unprofitability) of all activities for the sphere of hotel and restaurant business were studied. The essence of the concept of enterprise competitiveness is substantiated. The methods used in assessing the competitiveness of enterprises are studied. An algorithm was developed to manage the competitiveness of enterprises in the hotel and restaurant business, which includes a collection of initial information, analysis and purpose, planning and organization of activities, and monitoring and control of activity results. Conclusions. For the sphere of hotel and restaurant business, it is necessary to maintain competitive stability, balancing between risks, upheavals in the service market, and one's resource capabilities. Subjects of entrepreneurial activity in the field of hotel and restaurant business need to focus their activities on constant development and improvement.

Key words: hotel and restaurant business, competitiveness of enterprises, management, efficiency improvement.

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.83-10>

Лагодієнко В.В.¹

д.е.н., професор,
завідувач кафедри маркетингу,
підприємництва і торгівлі,
Одеський національний технологічний
університет

Богданова М.В.²

аспірант,
Одеський національний технологічний
університет

Lagodiienko Volodymyr

Odesa National University of Technology

Bohdanova Maryna

Odesa National University of Technology

Постановка проблеми. Сучасні трансформаційні процеси, що відбуваються в економіці країни і характеризуються динамічністю, невизначеністю ринкового середовища, розвитком інновацій та інноваційних технологій зумовлюють необхідність суб'єктам підприємницької діяльності приділяти більше уваги утриманню конкурентних позицій. При нинішніх реаліях можна виділити два сценарію подальшого конкурентного розвитку: вихід з ринку слабких та розширення бізнесу для більш стійких і сильних. Отже, конкурентоспроможність визначає життєздатність підприємства та результати його подальшої діяльності.

Сфера готельно-ресторанного бізнесу характеризується динамічним розвитком та є однією із перспективних напрямів розвитку національної економіки. Разом з тим, ефективність функціонування індустрії гостинності є позитивним показником для економіки країни, її іміджу на світовій арені та важливою передумовою розвитку міжнародних зв'язків. Сучасні глобалізаційні процеси, пандемія COVID-19 та воєнні дії на території країни внесли значні корективи у діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу. За таких умов для підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу необхідно зберігати свою конкурентну

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9768-5488>

² ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-7139-5633>

стійкість та бути конкурентоспроможними на ринку послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікації. Поняття конкурентоспроможності підприємств, товарів, послуг та факторів, які їх формують, досліджувалися у роботах відомих представників різних економічних напрямів. Серед зарубіжних вчених даною тематикою займалися А. Сміт, Д. Рікардо, М. Портер, К. Кетелс і багато інших. Серед вітчизняних вчених слід відзначити О. Драган, В. Крамаренко, О. Кузьмін, Л. Піддубна, В. Шаповал, Д. Яцковий та інші. Проте, залишається невизначеним та дискусійним широке коло теоретичних, методологічних та практичних питань, що стосуються дослідження конкурентоспроможності підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу, проблемних питань та тенденцій розвитку в складних та невизначених сучасних умовах.

Постановка цілей статті. Метою даної публікації є аналіз конкурентоспроможності підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу, виявлення переваг та недоліків за сучасних умов господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. При нинішніх реаліях, які характеризуються значними ускладненнями для розвитку бізнесу спричиненими економічною нестабільністю, карантинними обмеженнями, військовими діями, суттєвим зниженням ділової активності, посиленням соціальної напруги в суспільстві, вирішення проблем розвитку підприємницької діяльності та конкурентоспроможності підприємств є одним із пріоритетних напрямів відновлення національної економіки. Сфера готельно-ресторанного бізнесу складає незначну питому вагу у ВВП країни, але в той

же час, відіграє важливу роль у розвитку економіки, створює матеріальну основу для розвитку туризму, робочі місця, а також стимулює розвиток інших галузей національного господарства.

В науковій літературі є різні підходи до сутності поняття «готельно-ресторанний бізнес». Так, готельно-ресторанний бізнес – це виробничо-господарська, організаційна та економічна діяльність підприємств готельно-ресторанного комплексу, що спрямована на задоволення потреб суспільства у готельних, ресторанных та інших супутніх ним послугах і продуктах з метою отримання прибутку чи іншого соціально-економічного ефекту в умовах ринку [2]. На нашу думку, підприємство готельно-ресторанного бізнесу – це самостійний суб'єкт господарювання, діяльність якого підпорядковується Господарському кодексу України та специфічним (діючим у готельно-ресторанній та туристичній сфері) нормативно-правовим актам, функціонує в галузі гостинності і передбачає здійснення фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання, яка полягає у створенні та реалізації послуг, що забезпечують організацію розміщення та харчування за межами місця постійного проживання споживачів послуг з метою отримання економічних вигод. Готельно-ресторанний бізнес згідно з чинною класифікацією видів економічної діяльності України ідентифікується як «тимчасове розміщення й організація харчування».

Оцінюючи показники діяльності суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності «Тимчасове розміщення й організація харчування» протягом 2015–2021 рр. (табл. 1.) можна стверджувати, що кількість суб'єктів господарювання,

Таблиця 1

Показники діяльності суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності «Тимчасове розміщення й організація харчування» у 2015–2021 рр.

№	Показник	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1.	Кількість суб'єктів господарювання, одиниць	58436	57696	57578	61761	69689	71748	69775
	В т.ч. підприємства	7700	6544	7285	7535	7885	7697	7560
	Фізичні особи-підприємці	50736	51152	50293	54226	61804	64051	62215
2.	Кількість зайнятих працівників суб'єктів господарювання, тис. осіб	195,2	207,9	224,2	269,8	281,8	247,9	250,5
	В т.ч. підприємства	87,9	90,3	92,9	98,7	104,9	85,9	86,2
	Фізичні особи-підприємці	107,3	117,6	131,3	171,1	176,9	162,1	164,2
3.	Кількість найманих працівників суб'єктів господарювання, тис. осіб	142,1	155,2	172,3	214,1	216,5	182,5	186,4
	В т.ч. підприємства	85,5	88,7	91,3	97,2	101,3	84,5	84,3
	Фізичні особи-підприємці	56,6	66,5	81,0	116,9	115,1	98,0	102,0
4.	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання, млн. грн.	29069	37613	48965	61591	77863	66445	107285
	В т.ч. підприємства	18250	23083	29548	36700	42201	30214	48059
	Фізичні особи-підприємці	10819	14529	19417	26891	35661	36230	59226

Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України [3]

кількість зайнятих працівників, кількість найманих працівників, а також обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) набули позитивної динаміки протягом 2015–2019 рр., а у 2020 році, порівняно із попередніми роками, відбувся спад показників діяльності суб'єктів господарювання, що пояснюється перш за все пандемією COVID-19, її негативними наслідками та низькою конкурентоспроможністю підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу.

Основну кількість суб'єктів господарювання формують фізичні особи-підприємці, тому особливістю даного виду економічної діяльності у вітчизняній економіці є переважання приватного капіталу у найдрібніших формах господарювання. Слід зазначити, що нині готельно-ресторанний бізнес не може нормально розвиватись, адже перепоною для розвитку є військовий стан та воєнні дії в країні, а також наслідки, спричинені збройною агресією росії.

Динаміка фінансового результату (сальдо) до оподаткування суб'єктів, що належать до сфери готельно-ресторанного бізнесу вказує на те, що в період 2015–2019 років намітилась позитивна динаміка фінансового результату (сальдо) до оподаткування підприємств за видом економічної

діяльності «Тимчасове розміщення й організація харчування». У 2020 році ці суб'єкти готельно-ресторанної індустрії отримали негативний фінансовий результат (сальдо) до оподаткування у порівнянні із попередніми роками.

Акцентуючи увагу на особливостях розвитку готельно-ресторанного бізнесу, доцільно розглянути динаміку чистого прибутку (збитку) підприємств. Так, динаміка чистого прибутку підприємств у сфері тимчасового розміщення й організації харчування (табл. 2) свідчить про від'ємні показники протягом 2015–2016 рр. та у 2020 р. Такий стан є наслідком низки чинників і, в тому числі, через недостатню їх конкурентоспроможність, коли продукція не користується відповідним попитом населення.

За результатами діяльності у 2020 р. підприємства галузі отримали збиток, а частка неприбуткових підприємств зросла до 41,3%. Попри це, у 2021 році частка підприємств готельно-ресторанної індустрії, які отримали збиток знизилась до 36,6%, що вказує на те, що підприємства почали здійснювати різні антикризові заходи.

Характеризуючи рівень рентабельності (збитковості) операційної діяльності підприємств та рівень рентабельності (збитковості) всієї діяль-

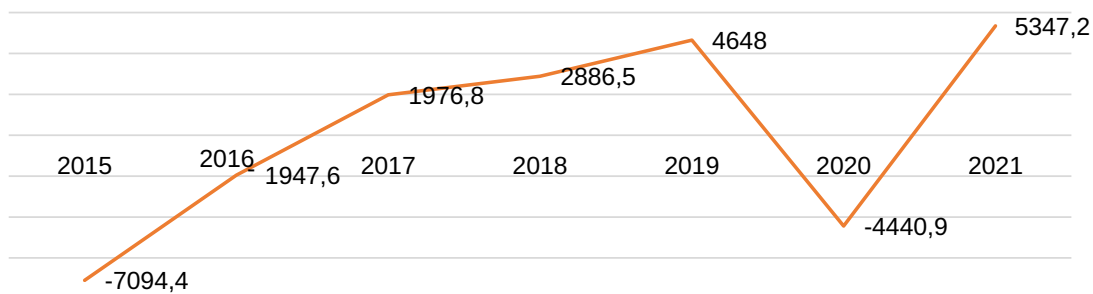


Рис. 1. Динаміка фінансового результату (сальдо) до оподаткування за видом економічної діяльності «Тимчасове розміщення й організація харчування»

Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України [3]

Таблиця 2

Чистий прибуток (збиток) підприємств за видом економічної діяльності «Тимчасове розміщення й організація харчування» у 2015–2021 рр.

Рік	Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	Підприємства, які отримали прибуток		Підприємства, які отримали збиток	
		У % до загальної кількості підприємств	Фінансовий результат, тис. грн.	У % до загальної кількості підприємств	Фінансовий результат, тис. грн.
2015	-6874869,7	71,6	670590,8	28,4	7545460,5
2016	-1983088,8	71,4	1505475,1	28,6	3488563,9
2017	1773481,4	69,3	4034334,2	30,7	2260852,8
2018	2350861,6	71,1	3858602,2	28,9	1507740,6
2019	4245604,3	70,5	5745343,1	29,5	1499738,8
2020	-4410448,2	58,7	1841886,8	41,3	6252335,0
2021	4576221,1	63,4	6194075,2	36,6	1617854,1

Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України [3]

ності для сфери готельно-ресторанного бізнесу слід зазначити, що у 2015–2016 рр. та у 2020 році суб'єкти готельно-ресторанного бізнесу були не рентабельними, оскільки, як рентабельність всієї діяльності, так і рентабельність операційної діяльності, характеризувались від'ємними значеннями, що складала відповідно -11,1 та -7,9 (рис. 2).

На основі проведеного аналізу сучасного стану розвитку сфери готельно-ресторанного бізнесу та утримання позицій на ринку в умовах економічної кризи, постає проблема не лише підвищення ефективності діяльності сфери готельно-ресторанного бізнесу, але і виживання в таких жорстких умовах [7]. Тому виникає необхідність створення конкурентоспроможних підприємств, які здатні надавати споживачам конкурентоздатні послуги та продукцію, швидше, економічніше, чіткіше та адекватніше реагувати на зміни ринку, впроваджувати інноваційні технології, покращувати системи управління підприємствами та використовувати новітні маркетингові стратегії.

Загалом, під конкурентоспроможністю слід розуміти здатність об'єкта витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на ринку. Як інше можна навести визначення, що конкурентоспроможність – це здатність створювати і використовувати стратегічні фактори успіху, що вигідно відрізняють підприємства від конкурентів і дають певні ринкові переваги продукції, що випускається. Іншим прикладом може бути таке трактування: конкурентоспроможність підприємства – комплексна порівняльна характеристика, що відображає ступінь переваг перед підприємствами-конкурентами за сукупністю оціночних показників діяльності на певних ринках, за певний період часу. Конкурентоспроможність підприємств, як економічна категорія, пов'язана з визначенням сутності

та ролі конкуренції, які зумовлені рядом ключових питань господарської діяльності. Можливості підприємства конкурувати на ринку, безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару, сукупності соціально-економічних та організаційних факторів, а також методів діяльності і управління підприємством, які впливають на результати конкурентної боротьби.

Для сфери гостинності характерний високий рівень конкуренції, залежність від сезонності, природних, соціально-економічних, суспільно-політичних та інших чинників. Умови розвитку ринку готельно-ресторанних послуг, складність роботи на ньому диктуються також особливостями функціонування підприємств. Конкурентоспроможність є чутливим індикатором активності підприємств, водночас конкурентоспроможність виражається як суперництво, оскільки є основною рушійною силою ринкових процесів [1]. Конкурентоспроможність підприємств індустрії гостинності визначається як багатовимірною характеристика, яка відображає здатність підприємства та бізнесу як системи динамічно реагувати на зміни ринкової ситуації, щоб підтримувати домінування над іншими суб'єктами господарювання [5].

В теоретичному і практичному аспектах питання оцінки конкурентоспроможності підприємств, за сучасних економічних реалій, постає досить гостро, оскільки лише на основі аналізу можна зробити висновки про рівень конкурентоспроможності. Проте, нині відсутній загальноприйнятий підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємства, яка, з одного боку, є базисом розробки плану заходів щодо її підвищення, а з іншого – основним критерієм ефективності цих заходів. Крім того, оцінка конкурентоспроможності є методологічною основою для аналізу та вияву можливостей

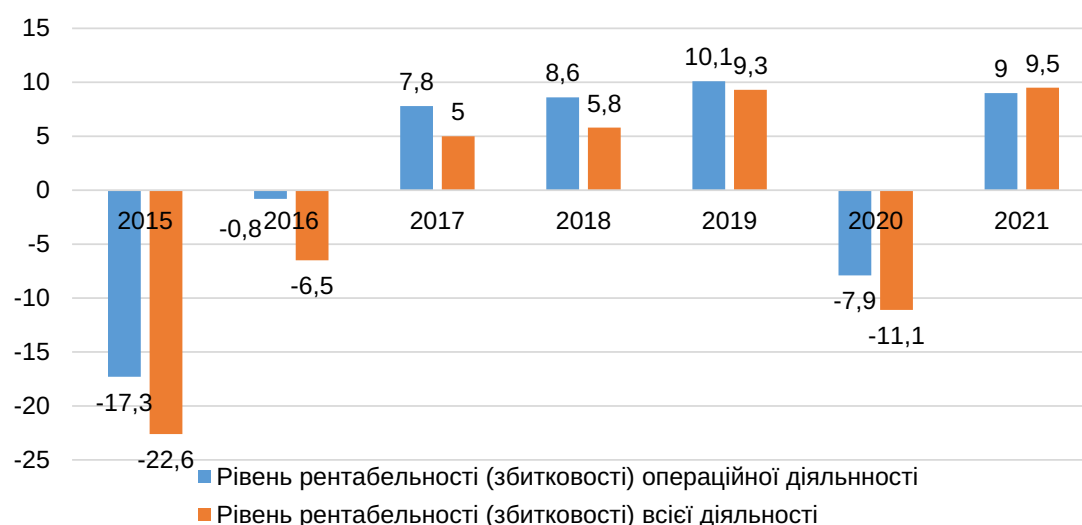


Рис. 2. Рівень рентабельності (збитковості) підприємств за видом економічної діяльності «Тимчасове розміщення й організація харчування»

Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України [3]

підвищення рівня конкурентоспроможності. Нині існує низка різних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства [6].

Матричні методи. В основі більшості матричних методів покладені маркетингові дослідження господарської діяльності підприємства та його продукції. Оцінка проводиться з урахуванням фаз життєвого циклу. Найвідомішою є Бостонська матриця, яка побудована на системі координат за віссю ОУ – темпи зростання місткості ринку, ОХ – обсяги виробництва або реалізації товару, що визначаються у відносних показниках. Найбільш конкурентоспроможними вважаються підприємства, яким належить значна частка ринку. Також відомими матричними моделями оцінювання конкурентоспроможності є матриця «Привабливість ринку/конкурентоспроможність» (модель GE/Mc Kinsey); матриця «Привабливість галузі/конкурентоспроможність» (модель Shell/DPM); матриця «Стадія розвитку ринку/конкурентна позиція» (модель Hofer/Schendel); матриця «Стадія життєвого циклу продукції/конкурентна позиція» (модель ADL/LC) [8], SWOT-аналіз. Згідно з матричними методами найбільш конкурентоспроможними підприємствами є ті, які функціонують на ринку, що характеризується швидким зростанням і займають істотну його частку.

Методи, які базуються на оцінці конкурентоспроможності продукції ґрунтуються на прямому взаємозв'язку конкурентоспроможності підприємства та товарів. Тобто, якщо зростає конкурентоспроможність продукції, то таку тенденцію має і конкурентоспроможність підприємства. Для визначення конкурентоспроможності товару можуть бути використані маркетингові методи, більшість з яких спрямована на визначення співвідношення ціна - якість. Методи, що базуються на проведенні оцінки конкурентоспроможності продукції, розглядають через призму «ефективного споживання»: конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможності товару. Вважається, що конкурентоспроможність вища, чим вища якість товару і менша його вартість.

В основі методів оцінки, що базуються на теорії ефективної конкуренції, покладено положення, що найбільш конкурентоспроможними визнаються такі підприємства, які найефективніше організували роботу своїх підрозділів. Оцінка ефективності роботи будь-якої такої структури передбачає оцінку ефективності використання ресурсів. Сенс даного підходу полягає у бальній оцінці можливостей підприємства із забезпечення конкурентоспроможності. Усі сформульовані під час аналізу його можливості, створені задля досягнення конкурентних переваг, оцінюються експертами з позиції наявних ресурсів, і чинників. У основі методу лежить оцінка чотирьох групових показників чи критеріїв конкурентоспроможності. До першої

групи належать показники ефективності виробничої діяльності підприємства. Друга група показників представлена коефіцієнтами, що характеризують фінансовий стан підприємства. Третю групу показників представляють коефіцієнти ефективності процесів організації збуту та просування продукції підприємства. Четверту групу показників становлять коефіцієнти, що оцінюють конкурентоспроможність товару. Даний метод враховує різноманітні елементи діяльності компанії, проте результати, отримані даним методом, швидше за все не відрізнятимуться високою точністю та якістю.

Комплексні методи оцінюють конкурентоспроможність із двох позицій: оцінюється потенційна конкурентоспроможність та поточна. Поточна конкурентоспроможність визначається з урахуванням оцінки конкурентоспроможності продукції, а потенційна – за принципом методів, заснованих на теорії ефективної конкуренції. Комплексні методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства реалізуються за допомогою методу інтегральної оцінки, що містить два елементи: критерій, що характеризує ступінь задоволення потреб споживача, та критерій ефективності виробництва. Відповідно до цієї методики прийнято вважати, що конкурентоспроможність підприємства є інтегральною величиною до поточної конкурентоспроможності та конкурентного потенціалу.

Якщо розглядати управління конкурентоспроможністю як одну з складових процесу управління підприємством, то можна провести аналогію з основними його етапами: збір вихідної інформації, аналіз та мета; планування та організація діяльності; моніторинг та контроль результатів діяльності, регулювання всіх процесів за допомогою прийняття різних управлінських рішень (рис. 3).

Отже, для підтримки конкурентоспроможності підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу необхідно чітко визначення змісту й послідовності конкретних дій для досягнення поставлених цілей, що і визначає в широкому сенсі процес планування і прогнозування діяльності. Ефективне планування і раціональне використання наявних ресурсів підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу дозволяє прогнозувати майбутнє бізнесу, розробити стратегію діяльності підприємства і, як наслідок, призводить до наміченої мети з більш ефективним результатом.

Висновки. За таких умов, для даного сегменту бізнесу принципово важливо зберігати свою конкурентну стійкість, балансує між ризиками, потрясіннями на ринку послуг і власними ресурсними можливостями. Крім того, суб'єктам підприємницької діяльності необхідно орієнтувати власну діяльність на постійний розвиток і удосконалення, що в кінцевому етапі повинно забезпечити,



Рис. 3. Управління конкурентоспроможністю підприємств

зберегти і підвищити конкурентоспроможність підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу. В той же час, нерівномірність розвитку індустрії гостинності особливо різниться в різних регіонах країни, у кожному з яких є власні унікальні можливості, особливості розвитку туристичної галузі, національної ідентичності, регіональної етнічної кухні, незвичних ресторанів і різноманітних готелів. Неоднорідний профіль індустрії гостинності в регіональному вимірі ставить питання про необхідність сегментації регіонів залежно від різних параметрів, які впливають на розвиток підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу і їх конкурентну стійкість.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабаш О. Управління конкурентоспроможністю підприємства готельного бізнесу на засадах процесного підходу. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2019. № 5(268). С. 31–43. DOI: 10.32680/2409-9260-2019-5-268-31-43
2. Ніколайчук О.А., Приймак Н.С., Сімакова О.А., Слащева А.В., Горяйнова Ю.А., Коренець Ю.М., Боднарчук О.А., Пусікова О.А., Клевцов Є.Г. Готельно-рес-

торанний бізнес : навч. посібник. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2022. 250 с.

3. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua>

4. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичні аспекти. Київ : ДАК-ККІМ, 2006. 155 с.

5. Носирев О.О. Конкурентоспроможність та інноваційний розвиток підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2022. № 11–12 (300–301). С. 110–122. DOI:doi.org/10.32680/2409-9260-2022-11-12-300-301-110-122

6. Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2007. 368 с.

7. Шеянова Е. Економічна ефективність готельно-ресторанної справи в Україні. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*. 2019. № 23. С. 20–23. DOI: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2019.23.20>

8. Шуміло О.С., Рудас Д.С., Сукульський В.М. Принципи та методи оцінювання конкурентоспроможності підприємств. *Бізнес-інформ*. 2020. № 6. С. 291–297: DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-6-291-297>

REFERENCES:

1. Balabash O. (2019). Upravlinnia konkurentos-promozhnistiu pidpriemstva hotel'noho biznesu na zasadakh protsesnoho pidkhodu [Management of the competitiveness of the hotel business enterprise on the basis of the process approach]. *Naukovyj visnyk Odes'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu*, № 5(268), pp. 31–43. DOI: 10.32680/2409-9260-2019-5-268-31-43
2. Nikolajchuk O.A., Pryjmak N.S., Simakova O.A., Slasheva A.V., Horiajnova Yu.A., Korenets' Yu.M., Bodnaruk O.A., Pusikova O.A., Klietsov Ye.H. (2022). Hotel'no-restorannyj biznes [Hotel and restaurant business: education]. Kryvyj Rih. Vyd.DonNUET.
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. URL: <https://ukrstat.gov.ua>
4. Drahan O.I. (2006). Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva: teoretychni aspekty [Management of enterprise competitiveness: theoretical aspects]. Kyiv. DAKKKiM.
5. Nosyriev O.O. (2022). Konkurentospromozhnist' ta innovatsijnyj rozvytok pidpriemstv hotel'no-restorannoho i turystychnoho biznesu [Competitiveness and innovative development of hotel-restaurant and tourist business enterprises]. *Naukovyj visnyk Odes'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu*, № 11–12 (300–301), pp. 110–122. DOI: doi.org/10.32680/2409-9260-2022-11-12-300-301-110-122
6. Piddubna L.I. (2007). Konkurentospromozhnist' ekonomichnykh system: teoriia, mekhanizm rehuliu-vannia ta upravlinnia [Competitiveness of economic systems: theory, mechanism of regulation and management]. Kharkiv. VD «INZhEK».
7. Sheianova E. (2019). Ekonomichna efektyvnist' hotel'no-restorannoi spravy v Ukraini [Economic efficiency of the hotel and restaurant business in Ukraine]. *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'kyj politekhnichnyj instytut" (ekonomichni nauky)*, № 23, pp. 20–23. DOI: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2019.23.20>
8. Shumilo O.S., Rudas D.S., Sukul's'kyj V.M. (2020). Pryntsypy ta metody otsiniuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstv [Principles and methods of assessing the competitiveness of enterprises]. *Biznes-inform*, № 6, pp. 291–297. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-6-291-297>