



АНАЛІТИК
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



ЕКОНОМІКА ФІНАНСИ ПРАВО

ЩОМІСЯЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ЖУРНАЛ

№ 12'2018

(видається з 1994 року)

ISSN 2409-1944

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата з економічних і юридичних наук

Наказ Міністерства освіти і науки України від 21 грудня 2015 р. №1328 (економічні науки), Наказ Міністерства освіти і науки України від 11 липня 2016 р. № 820 (юридичні науки). Реєстраційне свідоцтво серії КВ № 21620-11520ПР від 12 жовтня 2015 р.

Рішення Аудиторської палати України від 21.12.2017 № 353/10 (фахове видання з обліку та аудиту).

Журналу присвоєно міжнародний ідентифікаційний номер ISSN 2409-1944 та включено до міжнародної наукометричної бази *Index Copernicus*.

Засновники:

Аудиторська фірма "Аналітик" спільно з Таврійським національним університетом ім. В.І. Вернадського та Національною академією внутрішніх справ України

Статті обов'язково проходять

відбір, внутрішнє і зовнішнє рецензування

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет Вченою радою Національної академії внутрішніх справ України (Протокол № 28 від 11 грудня

2018 року) та Вченою Радою Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського (Протокол № 35 від 13 грудня 2018 року). Повний або частковий передрук матеріалів журналу допускається лише за згодою редакції.

Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. За зміст та достовірність реклами несе відповідальність рекламодавець.

Підписано до друку 14.12.2018

Формат 60/84/8

Наклад – 250 прим.

Адреса редакції: 01001, м. Київ, вул. Хрещатик, 44

Телефони: (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

Факс: (044) 278-05-88

E-mail: efp.redaktor@gmail.com

Сайт: www.efp.in.ua



Суб'єкт видавничої справи

© "Аналітик", 2018
© "Економіка. Фінанси. Право",
2018

Типографія: ТОВ "Міжнародний бізнес центр"

Керівник редакційної колегії з економічних наук:

Бутинець Тетяна Анатоліївна, д.е.н., професор, головний науковий співробітник Наукової лабораторії з проблем кримінальної поліції навчально-наукового інституту № 1 Національної академії внутрішніх справ, м. Київ

Члени редакційної колегії з економічних наук:

Бондар Валерій Петрович, д.е.н., керуючий партнер аудиторської фірми "HLB UKRAINE", член Ради Аудиторської палати України

Величко Олена Георгіївна, радник першого віце-прем'єра міністра України – Міністра економічного розвитку і торгівлі України

Вініченко Ігор Іванович, д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії та економіки сільського господарства Дніпровського державного аграрно-економічного університету

Дацій Олександр Іванович, д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи Міжрегіональної Академії управління персоналом (МАУП), Заслужений працівник освіти України

Іванюта Василь Фалімонович, д.е.н., доцент, професор кафедри бізнес-адміністрування та зовнішньоекономічної діяльності Полтавського університету економіки і торгівлі

Клименюк Микола Миколайович, д.е.н., професор.

Кондрашихін Андрій Борисович, д.е.н., доцент

Корецька Світлана Олександрівна, д.е.н., професор

Левченко Валентина Петрівна, д.е.н., член Ради нагляду Органу суспільного нагляду за аудиторською діяльністю, директор ВПГО «Спілка аудиторів України»

Манцевич Юрій Миколайович, д.е.н., доцент

Невелєв Олександр Михайлович, д.е.н., доцент

Потишняк Олена Миколаївна, д.е.н., доцент, професор кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

Прушківський Володимир Геннадійович, д.е.н., професор, перший проректор Запорізького національного технічного університету

Редько Олександр Юрійович, д.е.н., перший проректор з науково-педагогічної роботи, професор, академік НАСОНА

Сук Петро Леонідович, д.е.н., доцент, професор кафедри обліку і оподаткування, Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України «Ніжинський агротехнічний інститут»

Ткаченко Сергій Анатолійович, д.е.н., доцент, в.о. ректора Вищого навчального закладу "Міжнародний технологічний університет «Миколаївська політехніка»"

Царенко Оксана В'ячеславівна, д.е.н., доцент

Керівник редакційної колегії з правових наук:

Константинов Сергій Федорович, д.ю.н., професор, завідувач кафедри адміністративної діяльності НАВС

Заступник редакційної колегії з правових наук:

Лоцихін Олександр Миколайович, д.ю.н., професор, Заслужений економіст України

Члени редакційної колегії з правових наук:

Баймуратов Михайло Олександрович, д.ю.н., професор, заслужений діяч науки і техніки України

Бичкова Світлана Сергіївна, д.ю.н., професор, завідувач кафедри цивільного права і процесу Національної академії внутрішніх справ, полковник поліції

Василинчук Віктор Іванович, д.ю.н., професор, професор кафедри оперативно-розшукової діяльності Національної академії внутрішніх справ, заслужений юрист України, полковник поліції

Глушков Валерій Олександрович, д.ю.н., професор

Дзюжа Олександр Миколайович, д.ю.н., професор, головний науковий співробітник відділу організації науково-дослідної роботи Національної академії внутрішніх справ, заслужений юрист України

Кампо Володимир Михайлович, к.ю.н., доцент, заслужений юрист України

Клименко Олена Вікторівна, к.ю.н., доцент

Кононенко Леонід Минович, к.ю.н., професор

Копан Олексій Володимирович, д.ю.н., професор, провідний науковий співробітник наукової лабораторії з проблем досудового розслідування навчально-наукового інституту № 1

Литвин Олександр Петрович, к.ю.н., професор

Луць Володимир Васильович, д.ю.н., професор, член відділу цивільно-правових наук Науково-дослідного інституту приватного права і підприємництва імені академіка Ф.Г. Бурчака НАПрН України, заслужений діяч науки і техніки України

Озерський Ігор Володимирович, д.ю.н., доцент, професор кафедри цивільного та кримінального права і процесу Чорноморського національного університету імені Петра Могили

Приходько Христина Вікторівна, к.ю.н., професор

Фрицький Юрій Олегович, д.ю.н., професор

Шеф-редактор:

Головач Володимир Володимирович, к.ю.н., голова правління Аудиторської фірми "Аналітик", Заслужений юрист України

Технічний редактор:

Куцяк Олександр Анатолійович

Випусковий редактор:

Туманян Анна Оганесівна

ЗМІСТ

І.О. ТАРЛОПОВ. Ринок споживчих товарів України: проблеми та перспективи розвитку	4
І.М. ЄПФАНОВА, А.С. СОЮМЕНКО. Реалізація основної функції лізингу при його використанні підприємствами сільськогосподарської галузі	9
Ю.В. ШУШКОВА, В.А. ДРОНСЬКИЙ. Напрями та інструменти удосконалення державної політики фінансово-кредитної підтримки суб'єктів малого підприємництва в Україні	15
О.В. ПОШИВАЛОВА, М.О. МИХАЛОЧКІНА. Сучасні тенденції розвитку факторингових послуг в Україні та світі	20
І.В. ОЗЕРСЬКИЙ. Правові позиції ЄСПЛ у контексті психологічного опосередкування права	23
Т.В. АВЕРІХІНА, В.А. РЕЗНІК, М.М. АВЕРІХІН. Зарубіжний досвід використання інноваційних технологій мотивування персоналу підприємств харчової промисловості	27
С.А. ТКАЧЕНКО, О.М. ПОТИШНЯК. Завдання генерального об'єднання базисних балансів національної економічної (господарської) конструкції	31
О.І. ТАБЕНСЬКА. Сучасні тенденції розвитку готельного господарства	34

ТЕЗИ

В.В. ГОЛОВАЧ. Вагомий внесок професора В.В. Сопка щодо становлення аудиту та реформування бухгалтерського обліку в Україні	39
---	----

АНОТАЦІЇ, КОМЕНТАРІ, КОНСУЛЬТАЦІЇ

А.О. ТУМАНЯН. Податкова консультація: чи потрібно сплачувати податок на земельну ділянку під будинком, який вже відчужений новому власнику?	40
--	----

ТАБЕНСЬКА

Оксана Ігорівна

oksana.tabenska.68@gmail.com



к.е.н., старший викладач,
Вінницький національний
аграрний університет

УДК 330.3: 338.488.2: 640.4

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

MODERN TRENDS FOR THE DEVELOPMENT OF THE HOTEL BUSINESS

У статті досліджені стратегії активного впливу на зовнішнє середовище (горизонтальна інтеграція, вертикальна інтеграція, концентрична та конгломератна диверсифікація). Також проаналізовано стратегію вертикальної інтеграції, яка свідчить, що підприємство розширюється в напрямках діяльності, яка пов'язана з просуванням товару на ринок. Досліджено планування інноваційної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму і прогнозування їх розвитку в межах загальної стратегії. Проаналізовано переваги створення інноваційної кластерної моделі.

* * *

В статье проанализированы стратегии активного воздействия на окружающую среду (горизонтальная интеграция, вертикальная интеграция, концентрическая и

конгломератная диверсификация). Также определена стратегия вертикальной интеграции, которая свидетельствует, что предприятие расширяется в направлении деятельности, связанной с продвижением товара на рынок. Исследовано планирование инновационной деятельности предприятий гостинично-ресторанного бизнеса и прогнозирования их развития. Проанализированы преимущества создания инновационной кластерной модели.

* * *

Introduction. The article analyzes the strategies of active influence on the external environment (horizontal integration, vertical integration, concentric diversification), realized through various forms of associations, connections and transactions. The strategy of horizontal integration, which is carried out when there is an acquisition or merger with an enterprise or the main competitor operating in another segment of the market. Also analyzed is the strategy of vertical integration, which shows that the company is expanding in the areas of activity associated with the promotion of the product on the market.

Purpose is to study the innovative trends of tourism development, the advantages of creating an innovative cluster model for the development of regions based on synergistic effects, general development strategies, growth strategies: market expansion, vertical.

Results. The hotel and restaurant business is explored as the main component of the tourism industry. It is noted that the hotel and restaurant business contains a complex of services for tourists and is a key factor determining the prospects for tourism development. It is noted that in order to successfully solve a complex of tasks for the maintenance of guests, management of institutions with the preservation of strong competitive positions need to master the professional knowledge and constantly improve them. Clusters in the field of hotel business, which can be formed on the basis of self-organization as a result of natural integration and cooperation in relation to the provision of placement services, or through strategic planning, carried out by regional or sectoral management bodies, are analyzed.

Conclusion. Consequently, the modern tendencies of the hotel industry require further study. It is thanks to the cooperation of state authorities, scientific and research institutions, travel agencies, hotel and restaurant complexes, information centers, transport companies, and insurance companies increasing the competitiveness of enterprises. The advantages of creating an innovative cluster model.

Ключові слова: конкурентоспроможність, кластер, сільський туризм, туристичні оператори, глобальні проблеми людства, природні ресурси, утилізація відходів, інноваційна кластерна модель, синергетичний ефект, інтеграція, інтеграційні процеси, підприємницька діяльність, інноваційна модель підприємницької діяльності, кооперація, агробізнес, лізинг, ринкова інфраструктура, асоціації, холдинги, кластери, франчайзинг

Ключевые слова: конкурентоспособность, кластер, сельский туризм, туристические операторы, глобальные проблемы человечества, природные ресурсы, утилизация отходов, инновационная кластерная модель, синергический эффект, интеграция, интеграционные процессы, предпринимательская деятельность, инновационная модель, кооперація, агробізнес, лизинг, рыночная инфраструктура, ассоциации, холдинги, кластеры, франчайзинг

Keyword: competitiveness, cluster, rural tourism, tourist operators, global problems of humanity, natural resources, utilization of wastes, innovative cluster model synergistical effect, integration, integration processes, entrepreneurship, innovative business models, cooperation, agribusiness, leasing, market infrastructure, associations, holding companies, clusters, franchising

ВСТУП

Планування інноваційної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму і прогнозування їх розвитку в межах загальної стратегії охоплює такі етапи: аналіз вимог зовнішнього середовища і закономірностей внутрішнього середовища, визначення загальної стратегії функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму, визначення інноваційних можливостей, формування стратегічних

інноваційних завдань, розробка концепції інноваційної стратегії, та бізнес-планів і програм інноваційної діяльності, реалізація інноваційних проєктів.

На перші позиції виступає оновлення продукції (технології), друге місце займає техніко-економічний рівень послуг, третє – якість і конкурентоспроможність послуг і на останніх позиціях наукомісткість виробничої діяльності і експортоспроможність послуг [1, с. 201-205].

Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторан-

ного бізнесу та туризму досліджує С.А. Бурий, А.В. Магалецький аналізує готельний кластер як інструмент комунікаційної політики підприємств готельного господарства, О.В. Борисова, розглядає тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні, стратегічне управління готельними підприємствами в умовах глобалізації висвітлює В.М. Зайцева, адаптивні стратегії фінансового управління на підприємстві досліджує Т.В. Олійник.

МЕТА РОБОТИ полягає у дослідженні інноваційних тенденцій розвитку туристичної сфери, переваг створення інноваційної кластерної моделі для розвитку регіонів на основі синергетичного ефекту, загальних стратегій розвитку, стратегій зростання: експансії ринку, диверсифікації, вертикальної, горизонтальної інтеграції, глобалізації діяльності.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet, нормативно-правові акти.

РЕЗУЛЬТАТИ

Готельно-ресторанний бізнес – це основна складова туристичної індустрії. Готельно-ресторанний бізнес містить цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму. Туристичні послуги, зокрема в межах готельного обслуговування, належать до соціально-культурних послуг. Вони створюються на принципах сучасної гостинності, що підвищує їхню роль у розвитку вітчизняного туризму, а також зумовлює необхідність професійної підготовки кадрів для туристичного і готельного сервісу. Для успішного вирішення комплексу завдань з обслуговування гостей, управління закладами із збереженням міцних конкурентних позицій необхідно оволодіти професійними знаннями і постійно їх вдосконалювати.

Отже, в умовах безперервних економічних змін інновації стають основним чинником, що сприяє динамічному розвитку і підвищенню результативності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства. Міжнародний досвід успішної діяльності підприємств готельного господарства свідчить про безальтернативний шлях виживання в умовах глобальної конкуренції побудований на інноваційній основі при активному використанні сучасних науково-технічних досягнень, а також готовності готелів до сучасних інновацій та нововведень.

Аналіз підприємств готельного господарства, які успішно здійснюють інноваційну діяльність, показує, що спонукальним мотивом для розробки інновацій є бажання і прагнення керівництва вести стратегічну діяльність в цілому і зокрема інноваційну. Іншою основною умовою для впровадження інновацій є наявність ефективної системи маркетингу, що забезпечує зв'язок підприємства з кінцевим споживачем готельного продукту з метою постійно виявлення нових явних і прихованих потреб споживачів щодо якості продукції та готельної послуги [1, с. 201-205].

У менеджменті кращих компаній світу, незалежно від моделі, у якій вони існують, незалежно від національної приналежності, проявляються такі риси: клієнт-

орієнтований підхід; диверсифікованість бізнесу; активізація людського фактора; використання сучасних інтегрованих інформаційних маркетингових технологій; розвиток партнерських зв'язків, у тому числі через нові організаційні форми управління: глобальні об'єднання, стратегічні альянси, консорціуми, що забезпечують доступ до дешевих ресурсів і важливих ринків збуту; домінування адаптивних структур управління; важлива робота зі створення й підтримки мікрокультури. Ці інноваційні заходи дозволяють підприємствам не просто реалізувати послугу контрагентові або споживачеві, але й формувати попит, підвищувати ефективність діяльності на ринку [2, с. 72-77].

Процеси створення нових організаційних форм підприємствами є певною характеристикою адаптаційних фінансових процесів і виступають об'єктом дослідження теорії організаційного розвитку. Відповідно її положенням адаптивне управління є гнучким та інноваційним видом управління промислових підприємств, що здатні пристосуватися до нових обставин за допомогою інструментів і методів стратегічного управління.

Розподіл стратегій адаптації на види відповідає, перш за все, виділеним класифікаційним ознакам адаптивності (пасивна/активна). Такі стратегії реалізуються за рахунок інновацій, стратегічних компетенцій та знань. Стратегії активного впливу на зовнішнє середовище (горизонтальна інтеграція, вертикальна інтеграція, концентрична та конгломератна диверсифікація) реалізуються через різноманітні форми об'єднань, приєднань та угод.

Стратегія горизонтальної інтеграції здійснюється, коли відбувається придбання або злиття з підприємством або основним конкурентом, що діє в іншому сегменті ринку. Стратегія вертикальної інтеграції свідчить, що підприємство розширюється в напрямках діяльності, що пов'язані з просуванням товару на ринок. Стратегії диверсифікації характеризуються розширенням існуючого портфеля продукту та ринку та реалізуються за рахунок змін внутрішнього середовища та активного впливу на зовнішнє середовище.

Стратегіями диверсифікації, що активно впливають на зовнішнє середовище, виступають: концентрична, яка використовується через придбання підприємства, що виробляє подібні товари та послуги; конгломератна – придбання підприємства, що не пов'язано виробництвом товарів і послуг. [3, с. 255-259].

Провідний вітчизняний вчений-економіст В.Г. Андрийчук в своїх дослідженнях аналізує зарубіжний та вітчизняний досвід створення інтегрованих структур. Вертикальна інтеграція має місце тоді, коли товаровиробники єдиного технологічного ланцюга об'єднуються через різні механізми під єдиною власністю, в той час як вертикальна координація виникає за умов, коли відносини між такими товаровиробниками регулюються лише контрактами.

Одним із мотивів створення інтегрованих структур є скорочення трансакційних витрат, що насамперед пов'язані з вивченням ринку, веденням переговорів з партнерами, з витратами на укладання контрактів [4, с. 40-54].

Розглянемо сутність трактування поняття “інтеграція” зарубіжними вченими-економістами (табл. 1).

Тракування сутності інтеграції зарубіжними вченими
[сформовано автором за даними [5, с.156-158], [6, с.4-8]]

№ з/п	Вид інтеграції	Тракування сутності інтеграції	Дослідники
1	Інтеграція	Інтеграція – це дія або процес становлення композита як цілого шляхом поєднання окремих частин або елементів, комбінація в інтегральне ціле [4].	“The Oxford English Dictionary”
2	Інтеграція капіталістична (ринкова)	Сутність інтеграції з точки зору конкуренції, збереження прав власності і скорочення трансакційних витрат, відносини, що будуються на принципах економічної субординації [5].	О. Родіонова
3	Вертикальна інтеграція	Вона може бути здійснена шляхом будівництва переробних потужностей або придбання контрольного пакета акцій вже існуючих підприємств, а також бажання контролювати верхні поверхи виробничого ланцюжка для забезпечення збуту сільськогосподарської продукції, захисту від коливання цін на сировинних ринках і гнучкої реакції на запити споживачів [3].	А. Папцов
4	Горизонтальна інтеграція	Це концентрація капіталу і створення єдиної стратегії кооперативних підприємств в даній галузі. Вона може бути проведена шляхом злиття кооперативів, створення союзів або партнерств з метою скорочення витрат, більш раціонального використання потужностей і мобільності фінансових ресурсів, для виходу на споживчий ринок [3].	А. Папцов

Підвищення гнучкості і оперативності у роботі зі споживачами, можливість індивідуалізації обслуговування без збільшення трансакційних витрат. Збільшення можливостей із залучення споживачів, розширення реклами. Збільшення можливостей співпраці з провідними банками, спільні програми з підвищення лояльності споживачів (знижки, бонуси, спеціальні пропозиції тощо), формування постійної клієнтської бази.

Підвищення якості, оперативності і гнучкості постачання, рішення проблеми псування сировини, можливості підтримки ексклюзивного меню. Зміцнення і підвищення ефективності діяльності за рахунок інтеграції в суміжний бізнес (ресторан при готелі, фірмі тощо) [7, с. 162 -164].

Найбільш важливими формами розділено-сумісних взаємин великих і малих підприємницьких структур є також субпідряд, франчайзинг, венчурне кредитування, лізинг, факторинг, форфейтинг. Зокрема, договір франчайзингу передбачає високу етику взаємовідносин суб'єктів господарювання, тобто можливість розширювати і продавати дистрибуторські мережі [8, с. 205-211].

Для вирішення низки проблем, які виникають у зв'язку з дією зовнішніх та внутрішніх факторів необхідно: лобювати у Верховній Раді прийняття законів про франчайзинг; створення органу контролю діяльності даного ринку; запровадження програми навчання для підготовки спеціалістів у сфері франчайзингу; надання можливості застосування франчайзі спрощеної системи бухгалтерського обліку [9, с. 63-69].

Вчені економісти зазначають, що франчайзинг використовує елементи вертикальної маркетингової інтеграції. Інтегровані структури трансформуються і розвиваються враховуючи особливості певного регіону.

Кластери, зокрема підприємств малого й середнього формату в галузі готельного бізнесу, можуть утворюватися на основі самоорганізації внаслідок природної інтеграції й кооперації щодо надання послуг розміщення або за допомогою стратегічного планування, здійснюваного регіональними або галузевими

(корпоративними) органами управління. Готельні підприємства, як потенційні учасники кластера, нерідко пропонують подібні або супутні види готельних послуг і є конкурентами на ринках послуг розміщення, а самоорганізація підприємств у цьому випадку, переважно, узгодження умов і взаємодії готельних підприємств у готельному кластері.

Складним аспектом створення готельного кластера на початковій стадії є досягнення домовленості між підприємцями з формування активів і стратегій. Об'єднуючими факторами економічних інтересів створення кластера виступають домовленості з проведення єдиної цінової політики на ринку готельних послуг, розширення обсягу надання готельних послуг його учасниками, ведення єдиної маркетингової політики, спільного планування впровадження інноваційних технологій, політики обслуговування й постачання тощо, тобто синергетичної взаємодії елементів певної системи підприємств готельного господарства.

Спочатку створюється ядро кластера (це найбільш тісно пов'язані виробничими зв'язками регіональні чи галузеві організації та готельні підприємства). Під час налагодження стабільного режиму діяльності до «ядра» поступово приєднуються блоки інформаційної підтримки, готельного обслуговування та інші.

На третьому етапі розвитку кластера в зону його впливу можуть підпадати малі фірми, оздоровчі та спортивні центри, структурні елементи банківського обслуговування та інших видів бізнесу.

Основні завдання створення та використання технології регулювання синергетичної взаємодії готельних підприємств в межах кластера стосуються: орієнтації на процесний підхід та стратегію управління розвитком; розроблення системи збалансованих показників; розроблення завдань інноваційної політики готельного кластера; підготовки до освоєння основ синергетичного управління [10, с. 73-100].

Проектна модель туристичного кластера “Вінниччина” зображена на (рис. 1).



Рис. 1. Проектна модель туристично кластера "Вінниччина"

Вагомим аргументом, що сприятиме створенню туристичного кластера, може стати ідея співпраці на місцевому рівні, щоб конкурувати на глобальному ринку. Туристичні фірми є операторами ринку, реалізуючи власний продукт, вони використовують послуги інших видів бізнесу, що функціонують в індустрії туризму: готельного та ресторанного, перевезень, торгівлі, розважального та інших [11, с. 49-58].

Таким чином, для розвитку інноваційної моделі маркетингової комунікаційної політики слід активно застосовувати механізм створення та ефективного функціонування готельних кластерів. Для цього слід розробити різноманітні схеми консолідації та кооперування усіх учасників готельного кластеру (підприємств готельного господарства, туристичних операторів, санаторно-курортних закладів, інформаційних порталів, постачальників тощо) поряд із ціленаправленим вико-

ристанням джерел фінансування на основі приватно-державного партнерства.

Державна підтримка має полягати у створенні ефективних законодавчих механізмів регулювання діяльності готельних кластерів, створенні передумов задля їх формування та проведення комплексу заходів щодо активного просування готельних кластерів на міжнародних ринках за участю дипломатичних установ, торгових представництв, культурних центрів, ділових кіл. Однак слід зазначити, що системний підхід до побудови кластерного готельного продукту може стати дієвим механізмом удосконалення комунікаційної політики багатьох вітчизняних підприємств готельного господарства і бути важелем рушієм вдосконалення маркетингової політики [12, с. 139-143].

ВИСНОВКИ

Отже, сучасні тенденції готельного господарства

потребують подальшого вивчення. Саме завдяки співпраці органів державної влади, наукових, науково-дослідних установ, туристичних агенцій, готельно-ресторанних комплексів, інформаційно-туристичних центрів, транспортних компаній, банківських установ, страхових фірм підвищується конкурентоспроможність підприємств та організацій, виникає синергетичний ефект.

Список використаних джерел

1. Бурій С.А. Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризм. Вісн. Хмельн. нац. ун-ту. Серія: Економічні науки. 2014. № 5, Т. 2. С. 201-205.
2. Борисова О.В. Показники ефективності інноваційної політики підприємств ресторанного господарства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. Харків: ХДУХТ, 2009. С. 72-77.
3. Олійник Т.В. Адаптивні стратегії фінансового управління на підприємстві. Бізнес Інформ. 2014. № 10. С. 255-259.
4. Андрійчук В.Г. Капіталізація сільського господарства: ідентифікація і мотиви здійснення. Економіка АПК. 2006. № 1. С. 40-54.
5. Біленький О.Ю. Генезис поняття «інтеграція». Економіка АПК. 2010. № 12. С. 156-158.
6. Лубков А.Н., Бобылев Д.С. Интеграция и кооперация: симбиоз или бифуркация. Аграрный вестник Урала. Серия: Экономика. 2009. № 8 (62). С. 4-8.
7. Прилепа Н.В., Соколюк Г.О. Інноваційні технології у сфері ресторанного бізнесу. Вісн. Хмельн. нац. ун-ту. Економічні науки. 2014. № 4, Т. 2. С. 162-164.
8. Теребух А.А., Костючко В.М. Досвід стратегічного планування розвитку туристичних центрів. Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка». 2005. № 533. С. 205-211.
9. Ногачевський О.Ф. Франчайзинг в Україні: вибір і купівля франшизи. Актуальні проблеми економіки. 2010. № 12. С. 63-69.
10. Стратегічне управління готельними підприємствами в умовах глобалізації: монографія / за заг. ред. проф. В.М. Зайцевої. Запоріжжя: ЗНТУ, 2018. 1 електрон. опт. диск (дата звернення: 23.11.2018)
11. Ковальчук І.С. Проблеми та перспективи кластеризації туристичної галузі Закарпаття. Науковий вісн. Мукачев. держ. ун-ту. Серія 1: Економіка та управління. 2014. № 1 (4). С. 49-58.
12. Магалецький А.В. Готельний кластер як інструмент комунікаційної політики підприємств готельного господарства. Вісн. Донбас. держ. машинобуд. акад. 2010. № 4 (21). С. 139-143.

References

1. Buryi S.A. Innovative potential in the field of hotel and restaurant business and tourism. Herald of Khmelnytskyi national university. Series: Economic sciences. 2014. № 5, Vol. 2. pp. 201-205. (in Ukrainian).
2. Borysova O.V. Indicators of efficiency of innovation policy of restaurant industry enterprises. Economic strategy and prospects of the development of trade and services field: collection of scientific works Kharkiv: KHDUKHT, 2009. pp. 72-77. (in Ukrainian).
3. Oliynyk T.V. Adaptive strategies of financial management at the enterprise // Business Inform. 2014. № 10. pp. 255-259. (in Ukrainian).
4. Andriychuk V.H. Capitalization of agriculture: identification and motives of implementation. Economy of Agroindustrial Complex. 2006. № 1. pp. 40-54. (in Ukrainian).
5. Bilenyk O.Yu. Genesis of the concept "integration" // Economy of Agroindustrial Complex. 2010. № 12. P. 156-158. (in Ukrainian).
6. Lubkov A.N., Bobylev D.S. Integration and cooperation: symbiosis or bifurcation. Agrarian herald of Ural. Series: Economy, 2009. № 8 (62). pp. 4-8. (in Russian).
7. Prylepa N.V., Sokoliuk H.O. Innovative technologies in the field of restaurant business. Herald of Khmelnytskyi national university. Series: Economic sciences. 2014. № 4, Vol. 2. pp. 162-164. (in Ukrainian).
8. Terebukh A.A., Kostyuchko V.M. Experience of strategic planning of touristic centres development. Herald of National university "Lvivska politekhnik". 2005. № 533. pp. 205-211. (in Ukrainian).
9. Nohachevskyi O.F. Franchising in Ukraine: choosing and buying a franchise // Relevant problems of the economy. 2010. № 12. pp. 63-69. (in Ukrainian).
10. Zaytseva V.M. Strategic management of hotel enterprises in the conditions of globalization: monograph. Zaporizhzhia: ZNTU, 2018. 1 electron. opt. disk (date of appeal: 23.11.2018) (in Ukrainian).
11. Kovalchuk I.S. Problems and prospects of clustering the tourism industry of Transcarpathia. Scientific herald of Mukachevo state university. Series 1: Economy and management. 2014. № 1 (4). pp. 49-58. (in Ukrainian).
12. Mahaletskyi A.V. Restaurant cluster as a tool of the communicative policy of hotel industry enterprises. Herald of Donbas state engineering academy. 2010. № 4 (21). pp. 139-143. (in Ukrainian).