

**Тетяна Юрїївна ОЛІЯРНИК**

здобувач,  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
E-mail: oliyarniktanya@gmail.com

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

Оліярник, Т. Ю. Організація економічного аналізу діяльності підприємств готельного бізнесу [Текст] / Тетяна Юрїївна Оліярник // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2015. – Том 20. – С. 257-262. – ISSN 1993-0259.

### **Анотація**

**Вступ.** Організація економічного аналізу діяльності підприємств готельного бізнесу, як і будь-якого підприємства, дозволяє виявляти резерви ефективності послуг та робіт, що є запорукою успіху. Однак, низька якість обслуговування туристів свідчить про відсутність достатньо ефективної організації економічного аналізу в готельному бізнесі. Тому негативні наслідки у діяльності цих підприємств необхідно усунути за допомогою створення ефективної системи організації економічного аналізу, яка здатна забезпечити управлінські рішення аналітичною інформацією.

**Мета** полягає у дослідженні комплексу питань організації економічного аналізу діяльності підприємств готельного бізнесу та виявленні особливостей його проведення в таких закладах.

**Результати.** Наведено основні питання, які необхідно розглянути при організації діяльності підприємств готельного бізнесу, а саме: суб'єкти і об'єкти аналізу; вибір організаційних форм його проведення стосовно до управління на підприємстві та розподіл обов'язків між працівниками; складання програми або плану проведення аналізу; інформаційне та методичне забезпечення аналізу; аналітична обробка даних; оформлення результатів аналізу; узагальнення результатів аналізу, подання висновків і пропозицій. Визначено систему показників для аналізу, а також з'ясовано організаційні структури реалізації аналітичних процедур.

**Ключові слова:** готельний бізнес; готель; підприємство; організація аналізу; економічний аналіз; аналітичні процедури.

**Tetyana Yuriivna OLIYARNYK**

PhD Student,  
Lviv National University named after Ivan Franko  
E-mail: oliyarniktanya@gmail.com

## **ORGANIZATION OF ECONOMIC ANALYSIS OF ACTIVITY OF HOTEL BUSINESS ENTERPRISES**

### **Absrtact**

**Introduction.** Organization of economic analysis of hotel businesses enterprises, like any other enterprise, can detect reserves of the effectiveness of services and works as they are the key to success. However, the poor quality of tourist services demonstrates the lack of sufficiently of effective organization of economic analysis in the hotel business. Therefore, the negative consequences of these enterprises should be eliminated by creating an effective system of economic analysis, which can provide management solutions with analytical information.

**The purpose** of the study to investigate the complex issues of organization of economic analysis of hotel businesses and identify features of its holding in such institutions.

**Results.** The basic question which should be considered in the process of organization of activity of enterprises of hotel business. They are the subjects and objects of analysis; choice of organizational form of its relation to the management of the company and the division of responsibilities between workers; a program or plan of analysis; information and methodological support of analysis; analytical processing of data; summarizing the results of the analysis; presentation of conclusions and proposals. The system of indicators for analysis has been determined. The

© Тетяна Юрїївна Оліярник, 2015

**Keywords:** *hotel business; hotel; enterprise; organization of analysis; economic analysis; analytical procedure.*

**JEL classification:** M410, M490

---

### **Вступ**

Сфера готельного бізнесу як одна з високорентабельних галузей світової економіки у XXI ст. стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування цієї галузі на ринок держави є сучасна туристична інфраструктура. Сьогодні туризм формує економіку багатьох країн, регіонів, стає важливим чинником стабільного розвитку світової індустрії гостинності [1, с. 289]. Готельний бізнес є головною складовою туристичної галузі. Підприємства готельного бізнесу виконують одну з найважливіших функцій у сфері обслуговування – забезпечення туристів сучасним житлом та побутовими послугами. Туристи виділяють на готельні послуги приблизно від 30% до 50% своїх витрат [2, с. 14]. Тому необхідно надати їм комфортні умови перебування у готелях. Важливою складовою цього комфорту є організація аналізу діяльності готельного бізнесу, для виявлення резервів ефективності послуг і забезпечення на цій основі високої якості обслуговування туристів у готелях.

Питання організації аналізу діяльності готельного бізнесу розглядалися у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Значний внесок у дослідження проблем розвитку, управління та функціонування готельного господарства та організацію економічного аналізу, зокрема, зробили С. Байлик, І. Балабанов, Ф. Бутинець, Ю. Волков, В. Герасименко, В. Гуляєв, А. Дурович, І. Житня, І. Зорін, К. Каспар, Й. Кріпендорф, Ф. Котлер, А. Кох, І. Лазаришин, М. Мальська, Є. Мних, Г. Мунін, Л. Нечаюк, Г. Папирян, П. Пуцентейло, Х. Роглев, Г. Савицька, Н. Телеш, В. Фреєр, В. Цибух, С. Цьохла, М. Чумаченко, О. Шаблій, І. Школа, Л. Шматько та ін. Однак попри постійне і всебічне вивчення проблем розвитку підприємств готельного господарства чимало питань залишається невирішеними, зокрема недостатньо розглянуто організацію аналізу діяльності готельного бізнесу.

### **Мета та завдання статті**

Метою статті є висвітлення комплексу питань організації аналізу діяльності готельного бізнесу та формування інформаційних потоків для виявлення резервів ефективності послуг і покращення їх якості. Для досягнення поставленої мети виокремлено такі завдання: дослідити і структурувати основні види аналізу стосовно готельного бізнесу; визначити систему показників для аналізу; з'ясувати організаційні структури реалізації аналітичних процедур.

### **Виклад основного матеріалу дослідження**

Організація аналізу діяльності готельного бізнесу є основною складовою його успішного провадження. Різноманітність сфер матеріального виробництва певною мірою визначає особливості економічного аналізу господарської діяльності, які впливають зі специфіки відповідних галузей. Проте в межах кожної з них зберігаються основні методичні засади, які забезпечують комплексний підхід до вивчення суб'єктів господарювання [3, с. 92].

При організації аналізу діяльності готельного бізнесу необхідно розглянути такі основні питання:

- суб'єкти і об'єкти аналізу;
- вибір організаційних форм його проведення стосовно до управління на підприємстві та розподіл обов'язків між працівниками;
- складання програми або плану проведення аналізу;
- інформаційне та методичне забезпечення аналізу;
- аналітична обробка даних;
- оформлення результатів аналізу;
- узагальнення результатів аналізу, подання висновків і пропозицій [4, с. 515].

Основними суб'єктами проведення аналізу діяльності готельного бізнесу є вищий рівень управління готельним підприємством, репрезентований власником готелю і генеральним директором, що приймають загальні рішення стратегічного характеру [5, с. 34].

Об'єктом організації аналізу готельного бізнесу є господарська діяльність готельного підприємства.

Метою організації аналізу готельного бізнесу є створення такої системи інформаційно-аналітичних потоків, яка б забезпечувала ефективні управлінські рішення у досягненні економічних і соціальних результатів діяльності.

Організація аналізу діяльності готельного бізнесу залежить від організаційної структури. В управлінській практиці готелів найбільш поширені такі типи організаційних структур:

---

- 
- лінійна;
  - функціональна;
  - лінійно-функціональна [5, с. 36].

Лінійна структура характеризується тим, що на чолі кожного структурного підрозділу знаходиться керівник, наділений усіма повноваженнями, що здійснює усі функції управління. При лінійному управлінні кожна ланка і кожен підлеглий мають одного керівника, через якого одним каналом проходять усі управлінські команди. При організації аналізу діяльності готельного бізнесу в підприємствах з лінійною структурою обов'язки його проведення, як правило, покладаються на директора готелю, де не створюється спеціальний функціональний орган, оскільки такі підприємства характеризуються невеликим обсягом діяльності.

Функціональне управління здійснюється певною сукупністю підрозділів, що спеціалізуються на виконанні конкретних видів робіт, необхідних для прийняття рішень у системі лінійного управління. Ідея полягає в тому, що виконання окремих функцій покладається на фахівців. На готельних підприємствах з функціональною організаційною структурою проведенням аналізу діяльності готелю займається спеціальний функціональний штат фахівців, який належить до фінансової служби готелю.

За таким принципом здійснюють аналіз і підприємства з лінійно-функціональною структурою. Однак відповідальність за прийняття рішень належить лінійному керівникові, який очолює колектив. На нашу думку, у готельному бізнесі найбільш оптимальним варіантом є функціональна структура. За такої структури управління в готельному бізнесі забезпечується високий рівень ефективності прийнятих рішень, оскільки створюється спеціальний функціональний штат фахівців, які займаються безпосередньо питанням проведення аналізу діяльності готелю.

Важливим етапом організації аналізу діяльності є складання плану його проведення. Зазначимо, що аналіз господарської діяльності будь-якого підприємства, організації чи фірми загалом або окремих її сторін не має жорсткої регламентації системою нормативних актів, як це, наприклад, відбувається при організації облікового процесу. Для того, щоб забезпечити організованість на належному рівні, слід створити проект організації аналітичної роботи щодо проведення економічного аналізу господарської діяльності підприємства [6, с. 121].

На нашу думку, для ефективної організації аналізу діяльності готельного бізнесу програма повинна враховувати розмір та ступінь дослідження аналітичної інформації, яка залежить від розміру готельного підприємства та його структури, кваліфікації аналітиків, технічної бази та програмного забезпечення аналізу. Програму аналізу діяльності готельного бізнесу необхідно складати відповідно до поставлених завдань та мети цього аналізу.

Наступним питанням організації аналізу є з'ясування інформаційного й методичного забезпечення. В умовах ринкової економіки якість і кількість інформації прямо залежать від її ціни. Що більший розмір капіталу залучають, то значнішою стає роль високоякісної інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності діяльності [7, с. 321].

Продуктивність аналізу діяльності готельного бізнесу залежить від наданої інформації для його проведення. Необхідно забезпечити належний обсяг інформації, а саме - про внутрішнє та зовнішнє середовище.

Зовнішнє середовище підприємств готельного бізнесу умовно можна поділити на фактори прямого та непрямого впливу.

До факторів прямого впливу відносяться: споживачі, постачальники матеріальних, трудових та фінансових ресурсів; конкуренти; законодавчі та державні органи; профспілкові організації [8, с. 225].

Споживачі є одним з головних факторів, оскільки саме вони визначають попит на готельні послуги, чи є цей попит платоспроможним, яка кількість підприємств є доцільною, якого типу готелів бракує і яку ціну можна встановлювати на послуги готельного бізнесу.

Постачальники матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Готельний бізнес, як відомо, залежить від різноманітних ресурсів. Наприклад, фінансові ресурси потрібні для підтримки, реконструкції, реставрації й ремонту об'єктів готельного бізнесу [8, с. 227].

Конкуренти поряд із споживачами є також одним з найбільш вагомих факторів. Саме ця категорія визначає здатність готельних підприємств функціонувати не тільки в поточних фінансово-економічних і політичних умовах, а й в умовах фінансово-економічної кризи. Тому управління конкурентоспроможністю є стратегічно необхідним та передбачає сукупність заходів щодо систематичного вдосконалення послуг, постійного пошуку нових видів реклами, нових груп потенційних клієнтів, поліпшення сервісу тощо [9, с. 129].

Законодавчі та державні органи формують нормативну базу для діяльності підприємств готельного бізнесу, створюють відповідне податкове навантаження. Нормативно-правове поле може бути оцінене як сприятливе або несприятливе для готельного бізнесу. Тому необхідно вміло використовувати законодавчі акти для успішного проведення аналізу.

---

До факторів непрямого впливу належать: стан економіки; науково-технічний прогрес (НТП); політична ситуація; соціальні фактори; міжнародні події [8, с. 232].

Стан економіки характеризується, зокрема, рівнем цін і тарифів, інфляції, платоспроможного попиту, банківською політикою, курсом національної валюти, що може впливати на якість обслуговування, обсяги коштів, які виділяються на ведення готельного бізнесу.

Науково-технічний прогрес характеризує рівень розвитку науки й техніки. У готельному бізнесі досягнення науково-технічного прогресу використовуються дуже широко – це, наприклад, глобальні системи бронювання, інтегровані комунікаційні мережі.

Політика впливає на готельний бізнес досить помітно, особливо в нестабільних регіонах. Яскравим прикладом в Україні на сучасному етапі є вплив російського агресора на сході. Такі події паралізують розвиток готельного бізнесу та потік інвестицій у цьому регіоні. Через таку ситуацію спостерігається зниження попиту на готельні послуги.

Соціальні фактори – які визначають формування та сприйняття цінностей, смаки, традиції та норми суспільства. У готельному бізнесі переважну силу мають норми, прийняті у суспільстві країни розміщення підприємства та країн, представників яких обслуговує підприємство [10, с. 121].

Існує тісний взаємозв'язок між факторами зовнішнього середовища. Яскравим прикладом є залежність від законодавчої бази. У результаті змін у законодавстві підприємства готельного бізнесу можуть збільшити або ж навпаки зменшити свою конкурентоспроможність залежно від підвищення податків або ж встановлення податкових пільг.

Отже, основними зовнішніми джерелами аналізу є дані державної статистики, матеріали, опубліковані у спеціальних галузевих або загальноекономічних журналах, каталоги, довідники, електронна мережа Інтернет, послуги консалтингових фірм тощо.

Внутрішнє середовище - це сукупність усіх внутрішніх факторів підприємства, які визначають процеси його життєдіяльності. Аналіз внутрішнього середовища підприємств готельно-ресторанного бізнесу передбачає:

- оцінку стратегії;
- аналіз використання потенціалу підприємства;
- порівняльний аналіз конкурентних переваг;
- виявлення слабких і сильних аспектів діяльності підприємства;
- визначення стратегічних проблем (завдань) [10, с. 123].

Оцінку чинної стратегії проводять за допомогою показників ефективності діяльності підприємства. Розрізняють показники внутрішньої та зовнішньої ефективності. До зовнішніх належать зростання виручки від наданих послуг, збільшення чисельності проживаючих у готелі, зростання прибутку та інші. Внутрішня ефективність визначається показниками економічності всіх статей витрат підприємства.

Номенклатуру витрат підприємств готельного бізнесу поділяють на 2 групи: умовно-постійні й змінні. До умовно-постійних належать витрати, розмір яких при збільшенні обсягу виручки не змінюється або змінюється незначною мірою. До них відносять: орендну плату, витрати на поточний ремонт, амортизацію основних засобів, витрати на утримання приміщень. До змінних - такі витрати, які змінюються пропорційно до змін обсягу виручки. До них зараховують: заробітну плату, транспортні витрати, зношення спецодягу й малоцінних предметів, витрати на паливо, електроенергію, витрати на підготовку кадрів та ін. [10, с. 125].

При організації аналізу витрат у готельному бізнесі найчастіше використовують показник співвідношення рівня витрат виробництва до обсягу виручки. Рівень витрат є важливим якісним показником діяльності підприємств, його зниження при одночасному підвищенні якості обслуговування свідчить про поліпшення роботи підприємства [10, с. 126].

Аналіз щодо використання потенціалу підприємства. Під потенціалом підприємства слід розуміти сукупність його можливостей щодо надання послуг. Можливості підприємства визначаються ресурсами, які перебувають у його розпорядженні. До ресурсів підприємства відносять: просторові; технічні; технологічні; трудові; інформаційні; фінансові; організаційні; часові [10, с. 128].

Наступним етапом є оцінка сильних і слабких аспектів діяльності готельного підприємства. Необхідно визначити сильні та слабкі сторони, переваги та недоліки в конкуренції, для визначення яких використовується метод SWOT-аналізу. Останній допомагає з'ясувати обставини, за яких розвивається сфера готельного бізнесу, створити баланс між впливом внутрішніх переваг і недоліків із впливом сприятливих можливостей і загроз. SWOT-аналіз допомагає визначити можливості діяльності у сфері готельного бізнесу та переваги над конкурентами.

Розрізняють дві групи факторів, які забезпечують підприємству конкурентні переваги:

- переваги в ресурсах;
- вища майстерність та уміння.

До сильних сторін готельного підприємства належать: висока компетентність, достатні фінансові

---

---

ресурси, досконала технологія, хороша система контролю якості і виробничих процесів тощо.

Серед слабких сторін готельного підприємства називають: застаріле обладнання готельних номерів, високі виробничі витрати, відсутність фінансових або інших ресурсів, застарілу організаційну структуру тощо. Кінцевим етапом є складання таблиці “загроз і можливостей, сильних і слабких сторін підприємства”.

Отже, внутрішніми джерелами інформації є дані фінансового й управлінського обліку, а також дані планово-економічного відділу, зокрема журнали, відомості, фактична собівартість продукції за роками, річні звіти підприємства (основні техніко-економічні показники роботи підприємства за роками), звітність підприємства, подана у формі № 1 “Баланс”, формі № 2 “Звіт про фінансові результати”, формі № 3 “Звіт про рух грошових коштів”, формі № 4 “Звіт про власний капітал”, формі № 5 “Примітки до річної фінансової звітності” [11, с. 221].

Основними зовнішніми джерелами аналізу є дані державної статистики, матеріали, опубліковані у спеціальних галузевих або загальноекономічних журналах, каталоги, довідники, електронна мережа Інтернет, опитування населення, а також послуги консалтингових фірм. Основними внутрішніми джерелами аналізу є дані фінансового та управлінського обліку.

Методичним інструментарієм аналізу є публікації у вітчизняній і зарубіжній літературі. Досліджено велику кількість способів та прийомів світової практики у проведенні аналізу діяльності, однак при їх екстраполяції на діяльність готельного бізнесу виникає потреба їх детального дослідження.

На основі достовірно проаналізованої інформації підприємства готельного бізнесу мають можливість провести продуктивний аналіз власної діяльності та прийняти результативні оперативні, тактичні та стратегічні рішення.

Наступним етапом організації аналізу діяльності готельного бізнесу є аналітична обробка даних. Вона потребує відповідного методологічного забезпечення, певного кваліфікаційного рівня працівників, які займаються аналізом, їх забезпеченість технічними засобами. Сьогодні проведення аналізу неможливе без використання ЕОМ, що підвищує вірогідність аналітичних висновків, дає змогу зекономити час, працю, затрати і на цій основі підвищує ефективність роботи [7, с. 81].

На сьогодні більшість вітчизняних готелів упроваджують системи автоматизації, які відповідають сучасним вимогам. Функціональна частина різних систем схожа, відмінності лише в підході до вирішення однакових завдань. Також відмінність у застосуванні таких систем залежить від розмірів підприємства готельного бізнесу, його фінансового забезпечення та потреб, які необхідно забезпечити. Однак кожне підприємство готельного бізнесу, навіть невеликих розмірів, може дозволити собі проведення аналітичної роботи за допомогою програмних продуктів типу «1-С Бухгалтерія», «Парус» тощо.

На кінцевому етапі аналізу здійснюється зведений підрахунок резервів виробництва, систематизація, узагальнення і підсумкова оцінка результатів діяльності готельного бізнесу, формулюються відповідні висновки, розробляються конкретні пропозиції і рекомендації щодо покращення роботи аналізованого підприємства, здійснюється розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів та визначення їхнього впливу на кінцеві показники господарювання, оформляються результати проведеного економічного аналізу [12, с. 33].

Є дві основні форми подачі кінцевих аналітичних матеріалів – описова і безтекстова. Описова форма має текстову основу і оформляється у вигляді відповідних документів: аналітична записка, довідка, висновок. Безтекстова форма не містить текстових матеріалів і подається у вигляді макетів таблиць, рисунків (графіків), схем, художніх зображень, які мають як аналітичне, так і наочне значення [13, с. 62]. Описова форма визначення результатів економічного аналізу застосовується для дослідження діяльності готельного бізнесу за тривалий звітний період, наприклад рік, а безтекстова - для проведення оперативного аналізу.

### **Висновки та перспективи подальших розвідок**

Отже, головною метою організації аналізу діяльності готельного бізнесу є формування інформаційних потоків для виявлення резервів ефективності послуг і забезпечення на цій основі високої якості обслуговування туристів у готелях. Важливим етапом в організації аналізу є виокремлення найбільш дієвих його видів стосовно готельного бізнесу, визначення системи показників та з'ясування організаційної структури реалізації аналітичних процедур. Управлінські рішення, прийняті на основі сформованих інформаційних потоків, повинні відповідати головним завданням та стратегії готельного підприємства. Для успішного функціонування на ринку готельних послуг необхідно постійно проводити аналітичну роботу силами внутрішнього потенціалу, а при фінансових можливостях залучати кваліфікованих спеціалістів.

В умовах надзвичайної ситуації в Україні, коли пропозиція в готельному бізнесі суттєво перевищує попит, особливого значення набуває якість, яку можливо досягти при ефективно організованому аналізі діяльності готельного бізнесу.

## Список літератури

1. Цьохла, С. Ю. Економічні основи курортної індустрії й перспективи розвитку [Текст] / С. Ю. Цьохла // Ученые записки ТНУ им. В. И. Вернадского. Серия: Экономика. – 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 286–294.
2. Філонич, О. М. Розвиток регіонального ринку рекреаційних послуг як один із напрямків європейської інтеграції України [Текст] / О. М. Філонич // Вісник Дніпропетровського університету. - Серія «Економіка». - 2010. - Вип. 4 (1) - С. 12-16.
3. Цигилик, І. І. Економічний аналіз – основний чинник підвищення ефективності підприємницької діяльності [Текст] / І. І. Цигилик // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – №7. – С. 90-96.
4. Шурпенкова, Р. К. Поняття й загальні методологічні принципи організації економічного аналізу [Текст] / Р. К. Шурпенкова // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. – 2005. – Вип. 6. – С. 512 – 517.
5. Роглев, Х. Є. Основи готельного менеджменту [Текст]: навчальний посібник / Х. Є. Роглев. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.
6. Кузьмінський, А. М. Організація бухгалтерського обліку, контролю і аналізу [Текст] / А. М. Кузьмінський, В. В. Сопко, В. П. Завгородній. – К.: «Вища школа», 1993. – 223 с.
7. Мних, Є. В. Економічний аналіз [Текст]: підручник / Є. В. Мних. – К.: Знання, 2011. – 630 с.
8. Мальська, М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг [Текст] : підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
9. Подлепіна, П. О. Конкурентоспроможність як чинник підвищення ефективності функціонування готельних підприємств [Текст] / О. П. Подлепіна // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. - 2013. - №1042. - С.128-131.
10. Нечаюк, Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент [Текст]: навчальний посібник / Л. І. Нечаюк, Н. О. Нечаюк. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 348 с.
11. Економічний аналіз діяльності промислових підприємств [Текст] / за ред. С. І. Шкарабана, М. І. Сапачова. – Тернопіль : Астон, 1999. – 405 с.
12. Лазаришина, І. Д. Методологія та організація економічного аналізу [Текст] : монографія / І. Д. Лазаришина. – Рівне : НУВГП, 2004. – 112 с.
13. Павленко, А. Ф. Трансформація курсу Економічний аналіз діяльності підприємства [Текст] / А. Ф. Павленко, М. Г. Чумаченко: наук. доповідь. – К.: КНЕУ, 2001. – 88 с.

## References

1. Ts'okhla, S. Yu. (2008). Ekonomichni osnovy kurortnoyi industriyi u perspektyvy rozvytku. Uchenye zapysky TNU im. V. Y. Vernadskoho, 21 (60), 1, 286–294.
2. Filonych, O. M. (2010). Rozvytok rehional'noho rynku rekreatsinykh posluh yak odyz iz napryamkiv yevropeys'koyi intehratsiyi Ukrayiny. Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu. - Seriya «Ekonomika», 4 (1), 12-16.
3. Tsyhylyk, I. I. (2003). Ekonomichnyy analiz – osnovnyy chynnyk pidvyshchennya efektyvnosti pidpryyemnyts'koyi diyal'nosti. Aktual'ni problemy ekonomiky, 7, 90-96.
4. Shurpenkova, R. K. (2005). Ponyattya y zahal'ni metodolohichni pryntsypy orhanizatsiyi ekonomichnoho analizu. Sotsial'no-ekonomichni doslidzhennya v perekhidnyy period, 6, 512-517.
5. Rohlyev, Kh. Ye. (2005). Osnovy hotel'noho menedzhmentu. Kyiv: Kondor.
6. Kuz'mins'kyu, A. M., Sopko, V. V. & Zavhorodniy, V. P. (1993). Orhanizatsiya bukhgalters'koho obliku, kontrolyu i analizu. Kyiv : «Vyshcha shkola».
7. Mnykh, Ye. V. (2011). Ekonomichnyy analiz. Kyiv : Znannya.
8. Mal's'ka, M. P., Antonyuk, N. V., Hanych, N. M. (2008). Mizhnarodnyy turyzm i sfera posluh. Kyiv: Znannya.
9. Podlepina, P. O. (2013). Konkurentospromozhnist' yak chynnyk pidvyshchennya efektyvnosti funktsionuvannya hotel'nykh pidpryyemstv. Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho universytetu imeni V. N. Karazina, 1042, 128-131.
10. Nechayuk, L. I. & Nechayuk, N. O. (2006). Hotel'no-restorannyy biznes: menedzhment. Kyiv: Tsentr navchal'noyi literatury.
11. Shkaraban, S. I., Sapachov, M. I. (1999). Ekonomichnyy analiz diyal'nosti promyslovykh pidpryyemstv. Ternopil' : Aston.
12. Lazaryshyna, I. D. (2004). Metodolohiya ta orhanizatsiya ekonomichnoho analizu. Rivne : NUVHP.
13. Pavlenko, A. F. & Chumachenko, M. H. (2001). Transformatsiya kursu Ekonomichnyy analiz diyal'nosti pidpryyemstva. Kyiv: KNEU.

Стаття надійшла до редакції 31.05.2015 р.