

## МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ГОСТИННОСТІ ГРОМАД У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

**КОРОЛЮК Софія Ростиславівна**

аспірантка II-року підготовки

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

<https://orcid.org/0009-0000-5364-8116>

e-mail: [cony99914@gmail.com](mailto:cony99914@gmail.com)

*У статті досліджено основні методи аналізу потенціалу туристичних підприємств у громадах та види їх оцінювання для визначення туристичної привабливості даних територій, формування перспективних стратегій розвитку, з урахуванням наявної туристичної інфраструктури. Актуальність дослідження полягає у систематизації модернізованих підходів до оцінювання потенціалу фірм сфери обслуговування, які опинились у кризових умовах після низки економічних потрясінь пандемії та припинення туристичної діяльності на початку повномасштабного вторгнення. У статті подані методики оцінки економічного, фінансового, конкурентного та інвестиційного потенціалів підприємств туристичної індустрії із запропонованими модифікаціями, орієнтованими на нові реалії. Проаналізовано основні індикатори сталого розвитку підприємництва в туристичній галузі відповідно до цілей сталого розвитку України до 2030 року. Для проведення дослідження було використано загальнонаукові методи пізнання, такі як індукція та дедукція, асоціація та аналогія, аналіз та синтез. За результатами дослідження було встановлено, що у зв'язку з економічною нестабільністю, та у перспективі переходу світової економіки до Індустрії 5.0, необхідно використовувати модернізовані методи оцінки різновидів потенціалу туристичних підприємств адаптованих до нових сучасних викликів. В умовах воєнного стану та посткризового відновлення економіки внутрішній туризм України потребує комплексного реформування, що включає диверсифікацію туристичного ринку, вибудову інвестиційної політики та збереження орієнтації на локальний ринок у після воєнний період із залученням іноземних туристів. Практичне значення дослідження полягає в можливості використання запропонованих методик суб'єктами туристичної діяльності та у свою чергу використання громадами результатів оцінки для формування сталих стратегій розвитку відповідно до структури сучасного ринку туристичних послуг, потреб споживачів і мешканців громади. Важливим є те, що система управління підприємств туристичної галузі буде ефективною лише за умови, якщо цілі кожної її підсистеми будуть узгоджені з пріоритетними цілями розвитку територіальної громади.*

**Ключові слова:** потенціал підприємств, методики оцінки, сфера гостинності, сталий розвиток, оцінювання, відновлення, внутрішній туризм, війна.

## METHODOLOGIES FOR ASSESSING THE POTENTIAL OF HOSPITALITY ENTERPRISES IN COMMUNITIES IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

**KOROLIUK Sofia**

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University

*The article examines the main methods of analyzing the potential of tourism enterprises in communities and various approaches to evaluating their capacity to determine the tourism attractiveness of these areas and to develop prospective development strategies, taking into account the existing tourism infrastructure. The relevance of the study lies in the systematization of modernized approaches to assessing the potential of service sector firms that found themselves in crisis conditions following a series of economic shocks caused by the pandemic and the suspension of tourism activities at the onset of the full-scale invasion.*

*The article presents methodologies for evaluating the economic, financial, competitive, and investment potentials of tourism enterprises, with proposed modifications tailored to new realities. Key indicators of sustainable entrepreneurship development in the tourism sector have been analyzed, in alignment with Ukraine's Sustainable Development Goals for 2030. General scientific methods of inquiry, such as induction and deduction, association and analogy, analysis, and synthesis, were employed in the research.*

*The study revealed that, given economic instability and the anticipated transition of the global economy to Industry 5.0, it is necessary to apply modernized methods for assessing various types of potential in tourism enterprises, adapted to emerging challenges. In the context of martial law and post-crisis economic recovery, Ukraine's domestic tourism requires comprehensive reform, including the diversification of the tourism market, the development of investment policies, and the retention of a focus on the local market during the post-war period, alongside efforts to attract international tourists.*

*The practical significance of the research lies in the potential application of the proposed methodologies by tourism businesses and the use of assessment results by communities to formulate sustainable development strategies. These strategies would align with the structure of the modern tourism market, meet the needs of consumers, and address the priorities of local residents. Importantly, the management system of tourism enterprises will be effective only if the goals of each subsystem are aligned with the priority objectives of territorial community development.*

**Keywords:** enterprise potential, evaluation methodologies, hospitality sector, sustainable development, assessment, recovery, domestic tourism, war.

---

**ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ  
ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ**

Туризм відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку громад, сприяючи створенню робочих місць, залученню інвестицій та підвищенню якості життя населення. В умовах кризи, нові підходи до організації туристичної діяльності у громадах, переорієнтація наявних ресурсів є необхідною умовою для покращення локальної економічної ситуації громади та відновлення економіки країни.

Туристична сфера виступає ключовим фактором, яка здатна забезпечити швидку та ефективну розбудову територій. Це підтверджується численними прикладами з історії. Відновлення Мюнхену, Дрездену та Сараєво відбулось на основі взаємодії державної влади, місцевого самоврядування та бізнес сектору, що сприяло формуванню туристичної привабливості даних міст.

В умовах війни та у повоєнний період, в Україні на громади, у тому числі, що віддалені від зони бойових дій, покладається відповідальність підтримувати зв'язки з іноземними містами-партнерами для формування основ перебудови в'їзного туризму та створення туристичного іміджу.

На сьогодні, актуальною проблемою є відсутність розуміння громад власної туристичної привабливості, навіть в умовах воєнного стану, систематизованих відомостей про локальні підприємства сфери гостинності та їх власного бачення сталого розвитку. Стратегії розвитку громад включають узагальнений огляд можливих перспектив без поетапних кроків із розвитку конкретної галузі, в тому числі туристичної. Фактор часу у стратегіях становить 5 років, проте більшість громад з 2022 не адаптували їх під сучасні реалії. Не менш глобальною проблемою у об'єднаних територіальних громадах є відсутність статистичних записів щодо відвідуваності туристичних дестинацій, перелік засобів розміщення та інших туристичних підприємств, зареєстрованих на території громади, що значно ускладнює розрахунки привабливості та роботу над створенням туристичної стратегії розвитку.

**АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ**

Серед вітчизняних науковців, що досліджували у своїх працях оцінку фінансового потенціалу, як одного із різновидів потенціалу, туристичних підприємств в стратегічному контексті розвитку можна виокремити Сайгак [1]. Оцінку економічної стабільності розвитку підприємств сфери гостинності у регіоні описували у власних дослідженнях Хаустовою, Гоблик та Черничко [2], оцінку ресторанного господарства як фрактальної системи досліджували Селютін, Яцун, Ольшанський [3]. Оцінку результатів господарювання та напрями управління економічним потенціалом підприємств сільських територіальних громад здійснювали Савош та Павлюк [4]. Оцінку конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної досліджувала Єрко [5]. Сутність та теоретичні особливості потенціалів туристичного підприємства розглядали Мазур та Алієв [6].

**ВИДІЛЕННЯ НЕВИРШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ,  
КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ**

Незважаючи на значну кількість вітчизняних дослідників, що розглядали конкретний вид потенціалу підприємств, всебічна цілісна оцінка потенціалу вітчизняних підприємств туристичної індустрії громад, в кризових умовах, є мало досліджена на сьогодні. Методи оцінки видів потенціалу підприємств сфери гостинності та туризму у контексті сталого розвитку в умовах війни потребують подальшого дослідження.

**ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ**

Метою статті є дослідження методів аналізу та оцінки потенціалу підприємств туристичної індустрії. Основними завданнями статті є аналіз методів оцінки потенціалу суб'єктів господарювання та оцінки розвитку туристичної індустрії громад в умовах сучасних викликів, що постали перед ними у контексті реалізації концепції сталого розвитку.

Запропоновані механізми матимуть на меті згрупувати основні критерії та показники для оцінки галузі, на прикладі аналізу запропонованих механізмів для підприємств, що розташовані на території громад можна буде спрогнозувати привабливість туристичної інфраструктури території для подальшого туристичного стратегування.

**ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ**

Для формування загального бачення розвитку підприємства слід дослідити не один вид потенціалу суб'єкта господарювання. Розгляд економічного потенціалу, в умовах нестабільності, має бути зосереджений на оцінюванні фінансової стійкості. У рамках цього методологічного підходу функція, запропонована Хаустовою, Гоблик та Чернеченко, що характеризує стабільність економічного розвитку, визначається як результат співставлення темпів економічного зростання підприємств індустрії гостинності з темпами економічного зростання регіону, та може бути представлена у наступному вигляді:

$$C_{EP} = \int (\Delta Q_r^T + \Delta P_r^T + \Delta K_r^T) > 0 \quad (1)$$

де,  $C_{EP}$  – порівняльний показник економічної стабільності розвитку сфери гостинності у регіоні;

$\Delta Q_T^T; \Delta P_T^T; \Delta K_I^T$  – порівняльні щорічні темпи приросту обсягів реалізації, прибутку та капітальних інвестицій підприємств сфери гостинності регіону за період T [2].

Результати цього аналізу дадуть змогу визначити, на скільки відсотків динаміка економічного розвитку підприємств індустрії гостинності обумовлена впливом макроекономічних та природних факторів. Може трактуватись як один із методів оцінки економічного потенціалу підприємств.

Оцінка фінансового потенціалу підприємства може здійснюватись через модифікований метод SWOT-аналізу, запропонований Селютінім, Яцуном та Ольшанським, - SWOT-f-аналіз, що включає у себе 7 фрактальних детермінант. Семирівнева ієрархія детермінант, узагальнена для туристичної галузі, включає: асортимент та якість послуг; технології виробництва, обслуговування та реалізації послуги; сукупність бізнес-процесів та системи управління ними (взаємодія суб'єкта та об'єкта); потенціал підприємства туристичного господарства, сформований відповідно до попиту на туристичну послугу; зміни (еволюційні, революційні); тип (рівень) організації туристичного господарства: тип, концепція, формат, об'єднання (статутні, договірні) (мережі, кластери); конкурентоспроможність підприємства. Оцінка загроз та можливостей даних фракталів відбувається за трьома сценаріями: песимістичний, реалістичний та оптимістичний з розрахунком питомої ваги кожного чинника на певному фрактальному рівні [3].

Для формування конкурентного та інвестиційного потенціалу доцільно використати методіку бальної оцінки іміджу туристичного підприємства, запропоновану Кобченко. Пропонується контактним групам оцінити вагомі показники для них щодо діяльності підприємства за бальною шкалою від 1 до 10. Виокремлюють 4 контактні групи: споживачі послуг, персонал, бізнес-партнери та громадськість. Згідно даного методу критеріям для кожної контактної групи присвоюється значення від 0 до 1. Для споживачів можна виділити такі показники: загальна оцінка підприємства на Google-картах, швидкість обслуговування, уважність персоналу до потреб клієнта, атмосфера закладу, візуал оформлення підприємства, співвідношення ціна-якість. Для персоналу вагомими показниками будуть система мотивації, соціально-психологічний клімат в колективі, організаційна структура, можливість самореалізації. Показниками для бізнес-партнерів виступатимуть фінансовий стан та платоспроможність підприємства, лояльність взаємодії, ділова репутація. Ключовими показниками для громадськості, у сучасних реаліях, є соціальна відповідальність підприємства, наявність знижок для ветеранів та військових, участь у соціальних проєктах, вплив на розвиток громади, відповідальне ставлення до довкілля. Показники можуть варіюватись в залежності від сучасного стану туристичного ринку та соціально-економічних вимог часу. Формула, запропонована Кобченко, що включає усі інтегровані показники матиме вигляд:

$$K_{\text{імдж}} = \sqrt[4]{K_{\text{імдж К}} + K_{\text{імдж П}} + K_{\text{імдж Б}} + K_{\text{імдж Г}}} \times I_e \quad (2)$$

де,  $K_{\text{імдж К}}$  – інтегральний показник привабливості туристичного підприємства для клієнтів;

$K_{\text{імдж П}}$  – інтегральний показник привабливості туристичного підприємства для власного персоналу;

$K_{\text{імдж Б}}$  – інтегральний показник привабливості туристичного підприємства для бізнес-партнерів;

$K_{\text{імдж Г}}$  – інтегральний показник оцінки ставлення громадськості до туристичного підприємства;

$I_e$  – коефіцієнт успішності бізнесу. Даний коефіцієнт оцінюється як відношення балансового прибутку до витрат підприємства [7].

Для розрахунку показника сталого розвитку туристичних підприємств у громадах, як показника, який узагальнено репрезентує різновиди потенціалів розвитку підприємства у довгостроковій перспективі, слід виокремити основні індикатори та індекси для підприємств сфери гостинності.

У міжнародній практиці індекси та індикатори сталого розвитку зазвичай поділяють на три основні складові: екологічну, соціальну та економічну. Національна система показників сталого розвитку також структурована відповідно до цих трьох напрямків. Індикатори сталого розвитку підприємництва в туристичному секторі мають узгоджуватись з цілями сталого розвитку України та входити до складу національної системи показників сталого розвитку [8]. Для забезпечення сталого розвитку туристичного підприємництва серед великої кількості індикаторів та індексів особливе значення можна виділити, в тому числі, за допомогою Стратегічних напрямів сталого розвитку сільських територій до 2030 року [9, С.33-39].

Екологічна складова: споживання енергії на одиницю послуг (кВт·год/номер), частка відновлюваних джерел енергії у загальному енергоспоживанні (%), споживання води на клієнта (літр/день), частка перероблених відходів (%), обсяг викидів CO<sub>2</sub> на одиницю послуг (тонн/гостя), кількість заходів зі збереження місцевої екосистеми (шт.).

Економічна складова: прибуток на одного гостя (грн/гостя), рентабельність послуг (%), частка інвестицій у сталий розвиток (% від загальних інвестицій), частка закупівель у місцевих постачальників (%), середній чек клієнта (грн), кількість впроваджених інноваційних екологічних технологій (шт.).

Соціальна складова: частка працівників, які пройшли навчання (%), співвідношення заробітної плати до середньої у регіоні (%), рівень задоволеності клієнтів (за опитуваннями, %), частка жінок та меншин у складі персоналу (%), кількість соціальних проєктів, підтримуваних підприємством (шт.), кількість заходів із забезпечення безпеки для клієнтів (шт.).

Найбільш інформативним показником, який відображає загальний стан розвитку підприємництва у сфері туризму, є індекс сталого розвитку підприємництва. Він характеризує зміни в розвитку туристичного бізнесу, враховуючи вплив його діяльності на екологію, розвиток соціального та людського капіталу в туристичній галузі, а також економічний аспект розвитку підприємництва.

### **ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ**

Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що розвиток туристичних підприємств у громадах в умовах кризових викликів вимагає комплексного підходу до оцінки їхнього потенціалу. Ключовим елементом такого підходу є використання індексу сталого розвитку підприємництва, який охоплює екологічні, економічні та соціальні аспекти. Для успішного стратегічного управління необхідно адаптувати сучасні методи оцінки потенціалу, такі як модифікований SWOT-аналіз, методика бальної оцінки іміджу та розрахунок інтегральних показників розвитку. Особливу увагу слід приділити збору та систематизації даних щодо діяльності підприємств сфери гостинності, оскільки це є критичним для формування ефективних стратегій розвитку туризму в громадах.

Подальші дослідження можуть бути зосереджені на розробці національної системи показників сталого розвитку, адаптованої до потреб туристичної сфери, з інтеграцією до міжнародних стандартів та вивченні впливу воєнного стану та інших кризових чинників на потенціал підприємств туристичної індустрії.

### **Література**

1. Сайгак Є. Оцінка фінансового потенціалу підприємств туристичної індустрії та сфери гостинності в стратегічному контексті розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки* 2023, 320 (4), С. 170-175. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-320-4-25> (Дата звернення 20.11.2024)
2. Хаустова К., Гоблик В., Черничко Т. Оцінка економічної стабільності розвитку підприємств сфери гостинності у регіоні. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія: Економічні науки* 2020, 1 (13). С.169-174. URL: <http://dspace.msu.edu.ua:8080/jspui/handle/123456789/7267> (Дата звернення 20.11.2024)
3. Селютін В., Яцун Л., Ольшанський О. Swot-f-аналіз ресторанного господарства м. Харкова. *Збірник наукових праць. Економічний аналіз*, 2020, 30 (1). С.192-200. URL: <https://doi.org/10.35774/econa2020.01.01.192> (Дата звернення 22.11.2024)
4. Савош Л. В., Павлюк Л. В. Оцінка результатів господарювання та напрями управління економічним потенціалом підприємств сільських територіальних громад (на прикладі Волинської області). *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права: Зб. наук. пр.*, 2020. Вип. 25. С. 99-105. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/273/260> (Дата звернення 25.11.2024)
5. Єрко, І. Методи аналізу та оцінки конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії. *Via Economica*, 2024, (4), С.78-86. URL: <https://doi.org/10.32782/2786-8559/2024-4-11> (Дата звернення 25.11.2024)
6. Мазур І., Алієв Р. Сутність і особливості реалізації потенціалу туристичного підприємництва. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*, 2022, 33. С. 98-104. URL: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7056642> (Дата звернення 25.11.2024).
7. Кобченко А. Імідж як інструмент формування конкурентної стратегії туристичного підприємства. *RS Global - Science Review*, 2020, С.28-34. URL: [https://doi.org/10.31435/rsglobal\\_sr/28022020/6957](https://doi.org/10.31435/rsglobal_sr/28022020/6957) (Дата звернення 25.11.2024).
8. Шпикуляк О., Іванченко О. Формування індексів та індикаторів сталого розвитку підприємництва в сільському господарстві: теоретико-методичні підходи. *Науково-виробничий журнал Економіка АПК*, 2020, 27 (9). С.114-122. URL: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202009114> (Дата звернення 25.11.2024).
9. Стратегічні напрями сталого розвитку сільських територій на період до 2030 року / Лупенко Ю. О., Малік М. Й., Булавка О. Г. та ін. Київ : ННЦ ІАЕ. 2020. 60 с.

### **References**

1. Saigak, Ye. (2023). Financial potential assessment of enterprises in the tourism and hospitality industry in the strategic development context. *Visnyk of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences Series*, 320(4), 170–175. Available at: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-320-4-25> (Accessed: 20 November 2024).
2. Khaustova, K., Hoblyk, V., & Chernychko, T. (2020). Assessment of economic stability in the development of hospitality enterprises in the region. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Economic Sciences Series*, 1(13), 169–174. Available at: <http://dspace.msu.edu.ua:8080/jspui/handle/123456789/7267> (Accessed: 20 November 2024).
3. Seliutin, V., Yatsun, L., & Olshanskyi, O. (2020). SWOT-f analysis of the restaurant business in Kharkiv. *Collection of Scientific Papers. Economic Analysis*, 30(1), 192–200. Available at: <https://doi.org/10.35774/econa2020.01.01.192> (Accessed: 22 November 2024).
4. Savosh, L. V., & Pavliuk, L. V. (2020). Evaluation of economic performance and management directions of economic potential of enterprises in rural communities (based on the Volyn region example). *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law: Collection of Scientific Papers*, 25, 99–105. Available at: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/273/260> (Accessed: 25 November 2024).
5. Yerko, I. (2024). Methods of analysis and evaluation of competitive potential in the tourism industry. *Via Economica*, (4), 78–86. Available at: <https://doi.org/10.32782/2786-8559/2024-4-11> (Accessed: 25 November 2024).

- 
6. Mazur, I., & Aliyev, R. (2022). The essence and peculiarities of the realization of tourism business potential. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law. Economic Series. Legal Series*, 33, 98–104. Available at: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7056642> (Accessed: 25 November 2024).
7. Kobchenko, A. (2020). Image as a tool for forming a competitive strategy of a tourism enterprise. *RS Global - Science Review*, 28–34. Available at: [https://doi.org/10.31435/rsglobal\\_sr/28022020/6957](https://doi.org/10.31435/rsglobal_sr/28022020/6957) (Accessed: 25 November 2024).
8. Shpykuliak, O., & Ivanchenko, O. (2020). Formation of indices and indicators of sustainable development of entrepreneurship in agriculture: theoretical and methodological approaches. *Scientific-Production Journal Ekonomika APK*, 27(9), 114–122. Available at: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202009114> (Accessed: 25 November 2024).
9. Lupenko, Y. O., Malik, M. Y., Bulavka, O. H., et al. (2020). *Strategic directions for the sustainable development of rural areas until 2030*. Kyiv: NNC IAE. 60 p.