

ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Вівсюк Ірина Олександрівна*, доктор філософії з економіки,
асистент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету

*ORCID 0000-0001-9170-0886

© Вівсюк І.О., 2024

*Стаття отримана редакцією 15.01.2024 р.
The article was received by editorial board on 15.01.2024*

Вступ. В умовах динамічних змін чинників впливу на діяльність підприємств готельного господарства, варто зосередити увагу на формуванні та структуризації економічного потенціалу для визначення його стану. Дане питання є наукоємним для подальшого оцінювання рівня економічного потенціалу, виявлення сильних та слабких сторін та надання рекомендації щодо управління підприємством.

Огляд останніх джерел досліджень і публікацій. В умовах сучасних викликів, зокрема пандемії та повномасштабного вторгнення, вчені досліджують діяльність підприємств готельного господарства в пошуках вирішення питань стабілізації ринку індустрії гостинності.

Учені Бойко М., Бондар С., Кулик М., Романчук Л., Лосіцька Т. [4] у своїй праці досліджують питання залучення споживачів в умовах цифровізації готельного бізнесу. Автори Боцян Т., Павлова С., Клімова І., Мілінчук О., Омельчук Н., Фостолович В. [5; 6] та Транченко Л. [11] розглядають питання автоматизації та організації бізнес-процесів діяльності готельного підприємства. Проте, вищезазначені науковці не розглядають питання підвищення ефективності діяльності підприємств готельного господарства з огляду впливу макро- та мікросередовища.

У своїх працях Ажаман І., Жидков О. [1], Балахонова О. [3] та Орехова А. [9] розглядають питання структуризації економічного потенціалу підприємства, проте без урахування галузевих особливостей. Натомість автори Маслак О., Квятковська Л., Безручко О. [8] та Роскдадка Н. [10] пропонують підхід виокремлення складових з урахуванням сфери діяльності підприємств, проте питання ряду складових економічного потенціалу підприємства готельного господарства залишається відкритим.

Метою даної статті є виокремлення основних складових економічного потенціалу підприємств готельного господарства, з урахуванням особливостей галузевої діяльності та впливу дестабілізуючих чинників зовнішнього та внутрішнього середовища на функціонування закладів.

Основний матеріал і результати. Формування економічного потенціалу підприємства готельного господарства – це процес встановлення сукупності всіх ресурсів, здатностей та можливостей, що впливають на конкурентні позиції закладу з розміщення на ринку, його ефективної та прибуткової діяльності; враховуючи визначення складових, що базуються на основних властивостях: цілісність, взаємозв'язок і взаємодія структурних елементів, унікальність, динамічність, адаптивність і мобільність.

На формування та стан економічного потенціалу готельного підприємства впливають зовнішні та внутрішні чинники, які можна розділити на такі три групи:

- чинники мікросередовища (чинники зовнішнього впливу, виникають за межами підприємства (на державному та світовому рівнях));
- чинники макросередовища (формуються на рівні самого підприємства й обумовлені його організаційними, ресурсними характеристиками);
- епізодичні чинники (характеризуються непостійністю, спонтанністю, низьким рівнем прогнозованості; можуть виникати як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищах господарюючого суб'єкта) [2].

Мінливість зовнішнього та внутрішнього середовищ безпосередньо впливають на розвиток та стан готельного підприємства. Оцінка економічного потенціалу підприємства готельного господарства та прогнозування розвитку убезпечує від дестабілізаційних факторів, пропонує шляхи укріплення своїх позицій на ринку в процесі адаптування, реорганізації та мобільності структурних елементів.

Сучасний досвід впливу епізодичних чинників епідеміологічної кризи та повномасштабних дій на території країни вимагає нових рішень та шляхів до управління, організації та реструктуризації.

Вчені Ажаман І.А., Жидков О.І. у своїй праці розглядають структуру економічного потенціалу підприємства як сукупність підсистем: потенціалів і складових, сукупність та взаємодія яких в певний момент часу за дії чинників зовнішнього середовища створює умови для здатності до задоволення потреб суспільства, розвитку, досягнення поставлених цілей та отримання визначених результатів. Складовими економічного потенціалу підприємства є кадровий, виробничий, фінансово-інвестиційний, інноваційний, інформаційний, організаційно-управлінський, конкурентний, маркетинговий та підприємницький потенціал [1].

Натомість автори Ареф'єва О.В. та Харчук Т.В. виокремлюють в ряду основних складових економічного потенціалу підприємства наступні [3]:

1. Потенціал трудовий (кадровий) – основна частина економічного потенціалу, що характеризується кількісним і якісним складом трудових ресурсів підприємства, їх відповідністю рівню використовуваної техніки і технології, а також здатністю до перспективного розвитку відповідно до цілей підприємства.

2. Фінансовий потенціал – розкривається через дослідження кількості і якості фінансових ресурсів, що визначають можливості функціонування і розвитку підприємства.

3. Під виробничим потенціалом слід розуміти наявні та потенційні можливості виробництва до випуску конкурентоспроможної продукції при ефективному використанні основних факторів виробництва на основі забезпеченості основними видами ресурсів.

4. Науково-технологічний потенціал являє собою сукупність кадрових, матеріально-технічних, інформаційних, інноваційних та організаційних ресурсів, призначених для досягнення поставлених перед підприємством цілей стратегічного розвитку та підтримки конкурентоспроможності.

До структурних компонентів економічного потенціалу підприємства, на думку Орехової А.І., доцільно віднести виробничий потенціал, фінансовий потенціал, інвестиційний потенціал, трудовий потенціал, маркетинговий потенціал, організаційно-управлінський потенціал [9].

Пріоритетність складових економічного потенціалу підприємства залежить від сфери та особливостей його діяльності, як рушійну силу для укріплення позицій на ринку та спроможність до стійкості коливань факторів впливу.

На думку вітчизняних вчених Маслака О.І., Квятковської Л.А., Безручко О.О., для виробничих підприємств пріоритетними складовими є виробничо-технологічна, фінансова, трудова та маркетингова, оскільки важливими для цієї спрямованості є налагодження ефективного виробничого процесу, висока якість продукції та нарощування обсягів її реалізації. Для наукомістких галузей виробництва важливим є наявність високого інтелектуального потенціалу (інноваційна, інвестиційна, інтелектуальна, фінансова та трудова складові) та можливостей його реалізувати. Для підприємств ІТ-сфери виділяють такі складові: інноваційна, інтелектуальна, трудова, фінансова та маркетингова [8, с. 39].

У сфері послуг, до якої також відносяться підприємства готельного господарства, для надання послуг високої якості, забезпечення ефективної маркетингової політики та втілення ексклюзивних нових ідей виділяють такі пріоритетні складові: маркетингова, фінансова та трудова [8, с. 39].

Зважаючи на викладені думки науковців, що основні складові економічного потенціалу підприємства запропоновані здебільшого для підприємств усіх галузей діяльності, що не враховує особливостей його функціонування, процесу формування, властивостей, функцій потенціалу та його реструктуризацію, ми розділяємо погляд групи таких вчених, як Маслак О.І., Квятковська Л.А., Безручко О.О., що для кожної сфери діяльності доцільно виокремлювати пріоритетні складові, які обґрунтовують специфіку та напрямок досягнення цілей, що сформовані на основі статуту суб'єкту господарювання та під впливом зовнішніх та внутрішніх чинників.

Структуризація економічного потенціалу готельного підприємства є досить важливим аспектом для його формування та успішної реалізації у майбутньому, оскільки розвиток або занепад однієї складової впливає на стан потенціалу в цілому за рахунок взаємозалежності та взаємопов'язаності цілісної системи.

Для підприємства готельного господарства, що надає основні послуги з тимчасового проживання та харчування, пропонується виокремити наступні основні складові економічного потенціалу: фінансова, трудова, виробничо-експлуатаційна, маркетингова та репутаційна (рис. 1). Зважаючи на вищенаведений перелік основних складових економічного потенціалу підприємства готельного господарства, запропонований іншими вченими, варто зауважити, що решта складових, є доповнюючими, що не входять до складу пріоритетних складових.

Фінансова складова готельного підприємства відображає: забезпеченість власними, залученими та позиковими коштами; привабливість підприємства для інвестиційних вкладень; можливість відтворення; стан організації та управління фінансовими потоками. Функція даної складової оптимізувати фінансові ресурси задля подальшого їх нарощення.

Трудова складова включає: ефективну організацію управління на підприємстві; кваліфікований персонал кожної ланки організаційної структури; креативні якості персоналу; здатність приймати рішення персоналом в нестандартних умовах для ефективної діяльності; створення комфортних умов праці та забезпечення гідної оплати праці та соціальних виплат. Функція цієї складової – формування організаційної структури управління підприємства задля оптимізації якісних та кількісних трудових ресурсів.

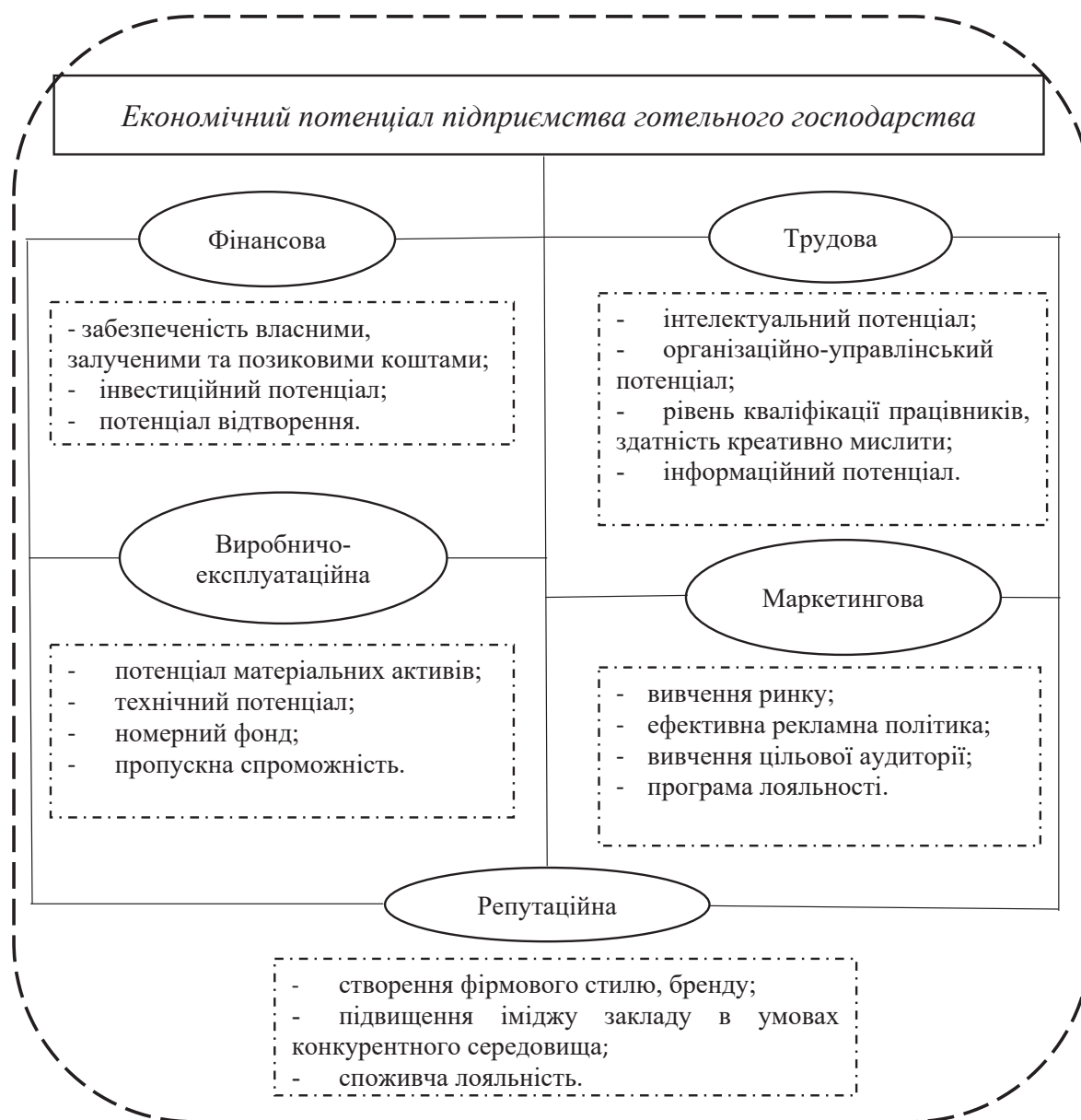


Рис. 1. Структура економічного потенціалу підприємства готельного господарства

Джерело: сформовано автором

Виробничо-експлуатаційна складова відображає майно та нерухомість підприємства, номерний фонд, приміщення «front office» та «back office», приміщення закладів харчування, спортивно-оздоровчі, дозвілєво-анімаційні приміщення та матеріально-технічну базу. Функція цієї складової полягає в наданні якісних основних та додаткових послуг підприємства, організації простору до максимальної спроможності завантаження та цілорічного функціонування.

Маркетингова складова включає: вивчення ринку; вивчення цільової аудиторії; частку на ринку, що займає готельне підприємство; ефективну рекламну політику для просування послуг; розроблення системи лояльності для гостей закладів готельного господарства. Функція маркетингової складової формування ефективної реклами задля збільшення попиту, фінансових ресурсів та займання конкурентних позицій на ринку.

У сучасному діджиталізованому світі споживачі послуг можуть залишити свій відгук на просторах інтернету про якість послуг, сильні та слабкі сторони функціонування закладу, що формує враження про готельне підприємство, тобто репутацію готелю на ринку, що безпосередньо впливає на вибір потенційного споживача, де і які послуги краще отримати.

Таким чином, запропоновано включити до структури економічного потенціалу репутаційну складову, яка є досить важливою для успішної та рентабельної діяльності готельного підприємства.

Репутаційна складова включає: позицію закладу на ринку готельних послуг; бренд готельного підприємства, репутацію та імідж закладу; пізнаваність на ринку готельних послуг; оцінку якості послуг споживачами, їх задоволеність; оцінку діяльності підприємства конкурентами та визначення конкурентних позицій на ринку. Функція репутаційної складової полягає у створенні позитивного іміджу та репутації готельного підприємства задля збільшення рівня завантаження готелю, відповідно його прибутковості та рівня конкурентоспроможності на ринку готельних послуг.

Висновки. Таким чином, дослідивши поняття структуризації потенціалу підприємства та, зокрема, економічного потенціалу, було запропоновано структуру економічного потенціалу підприємства готельного господарства, що є взаємозалежними та взаємопов'язаними елементами, які формуються під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. Запропоновані складники є невід'ємною частиною економічного потенціалу в ефективній та конкурентоздатній діяльності підприємства готельного господарства на ринку готельних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ажаман І.А., Жидков О.І. Сутність та структура економічного потенціалу підприємства. *Економіка та держава*. 2018. № 4. С. 22–25.
2. Арєф'єва О.В., Харчук Т.В. Економічні засади формування потенціалу підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 7. С. 71–76.
3. Балахонова О.В. Узагальнення складових економічного потенціалу підприємства і механізм його розвитку. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2021. Том 20. Вип. 2 (48). С. 98–115.
4. Boiko M., Kulyk M., Bondar S., Romanchuk L., Lositska T. Consumer engagement in the conditions of business digitization: A case study of the hotel industry in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*. 2023. No. 21(3). P. 113–124.
5. Botsian T., Pavlova S., Klimova I., Milinchuk O., Omelchuk N. Assessment of Mechanisms for Managing the Competitiveness of the Hospitality Establishments under Quarantine Conditions. *Review of Economics and Finance*. 2022. No. 20(1). P. 378–384.
6. Боцян Т.В., Фостолович В.А., Павлова С.І. Нові підходи до організації бізнесової діяльності підприємств сфери гостинності в епоху постіндустріалізму та цифрових трансформацій. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 11. С. 9–14.
7. Мазуркевич І.О., Вівсюк І.О. Вплив рекламної діяльності на імідж готельного підприємства. *SWorldJournal*. 2023. № 2(19-02). С. 108–112.
8. Маслак О.І., Квятковська Л.А., Безручко О.О. Особливості формування економічного потенціалу підприємства в умовах циклічних коливань. *Економічна теорія та історія економічної думки. Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 9(135). С. 36–46.
9. Орехова А.І. Економічний потенціал підприємства: сутнісні характеристики та структуризація. *Економіка і суспільство. Мукачівський державний університет*. 2018. № 17. С. 308–313.
10. Роскладка Н.О., Вівсюк І.О. Сутність та структура економічного потенціалу підприємства готельного господарства. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2021. № 47. С. 14–21. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2021/47-2021/4.pdf>
11. Транченко Л.В., Терещук Н.В. Автоматизація бізнес-процесів як механізм підвищення ефективності діяльності готельного підприємства. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2021. № 1-2 (3-4). С. 14–24.

REFERENCES:

1. Azhaman I. A., Zhydkov O. I. (2018) Sutnist ta struktura ekonomichnoho potentsialu pidpriemstva [The essence and structure of the enterprise's economic potential]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and the state*, no. 4, pp. 22–25.
2. Arefieva O. V., Kharchuk T. V. (2008) Ekonomichni zasady formuvannia potentsialu pidpriemstva [Economic principles of enterprise potential formation]. *Aktualni problemy ekonomiky – Actual problems of the economy*, no. 7, pp. 71–76.
3. Balakhonova O. V. (2021) Uzahalnennia skladovykh ekonomichnoho potentsialu pidpriemstva i mekhanizm yoho rozvytku [Generalization of the components of the economic potential of the enterprise and the mechanism of its development]. *Rynkova ekonomika: suchasna teoriia i praktyka upravlinnia – Generalization of the components of the economic potential of the enterprise and the mechanism of its development*, tom 2, vol. 2 (48), pp. 98–115.
4. Boiko M., Kulyk M., Bondar S., Romanchuk L., Lositska T. (2023) Consumer engagement in the conditions of business digitization: A case study of the hotel industry in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*, no. 21(3), pp. 113–124.
5. Botsian T., Pavlova S., Klimova I., Milinchuk O., Omelchuk N. (2022) Assessment of Mechanisms for Managing the Competitiveness of the Hospitality Establishments under Quarantine Conditions. *Review of Economics and Finance*. no. 20(1). pp. 378–384.
6. Botsian T. V., Fostolovych V. A., Pavlova S. I. (2023) Novi pidkhody do orhanizatsii biznesovoi diialnosti pidpriemstv sfery hostynnosti v epokhu postindustrializmu ta tsyfrovyykh transformatsii [New approaches to the organization of business activities of hospitality enterprises in the era of post-industrialism and digital transformations]. *Investytsii: praktyka ta dosvid – Investments: practice and experience*, no. 11, pp. 9–14.
7. Mazurkevych I. O., Vivsiuk I. O. (2023) Vplyv reklamnoi diialnosti na imidzh hotelnoho pidpriemstva [The influence of advertising activity on the image of a hotel enterprise]. *SWorldJournal*, no. (19-02), pp. 108–112.
8. Maslak O. I., Kviatkovska L. A., Bezruchko O. O. (2012) Osoblyvosti formuvannia ekonomichnoho potentsialu pidpriemstva v umovakh tsyklichnykh kolyvan [Peculiarities of the formation of the economic potential of the enterprise in conditions of cyclical fluctuations]. *Ekonomichna teoriia ta istoriia ekonomichnoi dumky. Aktualni problemy ekonomiky – Economic theory and history of economic thought. Actual problems of the economy*, no. 9(135), pp. 36–46.
9. Oriekhova A. I. (2018) Ekonomichniy potentsial pidpriemstva: sutnisni kharakterystyky ta strukturyzatsiia [Economic potential of the enterprise: essential characteristics and structuring]. *Ekonomika i suspilstvo. Mukachivskyyi derzhavnyi universytet – Economy and society. Mukachevo State University*, no. 17, pp. 308–313.
10. Roskladka N. O., Vivsiuk I. O. (2021) Sutnist ta struktura ekonomichnoho potentsialu pidpriemstva hotelnoho hospodarstva [The essence and structure of the economic potential of the hotel industry enterprise]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu – Scientific Bulletin of the International Humanitarian University*, no. 47, pp. 14–21.
11. Tranchenko L. V., Tereshchuk N. V. (2021) Avtomatyzatsiia biznes-protseviv yak mekhanizm pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti hotelnoho pidpriemstva [Automation of business processes as a mechanism for increasing the efficiency of the hotel enterprise]. *Innovatsii ta tekhnologii v sferi posluh i kharchuvannia – Innovations and technologies in the field of services and food*, no. 1-2 (3-4), pp. 14–24.

УДК 330.35:640.412(045)

JEL L20, M20

Вівсюк Ірина Олександрівна, доктор філософії з економіки, асистент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Вінницький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету. **Особливості структуризації економічного потенціалу підприємства готельного господарства.**

У статті розглянуто питання формування економічного потенціалу підприємства та чинників впливу на процес його формування. Мінливість зовнішнього та внутрішнього середовищ безпосередньо впливають на розвиток та стан готельного підприємства. Досліджено думки науковців щодо структуризації економічного потенціалу підприємства, проте без урахування галузевих особливостей діяльності. В умовах дестабілюючих чинників запропоновано виокремити основні складові структури економічного потенціалу для підприємств готельного господарства для можливості подальшого визначення його стану та пропозицій щодо посилення слабких сторін, зміцнення сильних та управління підприємством цілому. Таким чином, запропоновано наступний перелік складових економічного потенціалу підприємства готельного господарства: фінансова, трудова, виробничо-експлуатаційна, маркетингова та репутаційна. Дані складові в повній мірі дають можливість оцінити стан ефективності та конкурентоздатності діяльності підприємства.

Ключові слова: економічний потенціал, підприємство, структуризація, готельне господарство, гостинність.

UDC 330.35:640.412(045)

JEL L20, M20

Iryna Vivsiuk, Ph.D. in Economics, Assistant at the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business, Vinnytsia Institute of Trade and Economics of State University of Trade and Economics. **Peculiarities of the structuring of the economic potential of the hotel industry enterprise.**

The article examines the issue of the formation of the economic potential of the enterprise and the factors influencing the process of its formation. The formation and state of the hotel enterprise's economic potential are influenced by external and internal factors, which can be divided into the following three groups: macroenvironmental factors, microenvironmental factors, and episodic factors. The variability of the external and internal environments directly affects the development, effective and competitive activity of the hotel enterprise. The opinions of scientists regarding the structuring of the economic potential of the enterprise were studied, however, without taking into account the sectoral specificities of the activity. The priority of the components of the economic potential of the enterprise depends on the sphere and characteristics of its activity, as a driving force for strengthening positions on the market and the ability to withstand fluctuations in influencing factors. The structuring of the economic potential of a hotel enterprise is a very important aspect for its formation and successful implementation in the future, since the development or decline of one component affects the state of the potential as a whole due to the interdependence and interconnectedness of the whole system. In the conditions of destabilizing factors, it is proposed to single out the main components of the structure of the economic potential for hotel enterprises for the possibility of further determining its condition and proposals for strengthening the weak points, strengthening the strong points and managing the enterprise as a whole. Thus, the following list of components of the economic potential of the hotel industry enterprise is proposed: financial, labor, production and operation, marketing and reputational. These components fully provide an opportunity to assess the state of efficiency and competitiveness of the enterprise. The proposed components are an integral part of the economic potential in the efficient and competitive operation of the hotel business in the market of hotel services.

Key words: economic potential, enterprise, structuring, hotel business, hospitality.