

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА ТУРИЗМУ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ФІНАНСІВ**

**СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ТА
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ**

**МАТЕРІАЛИ
XVII Всеукраїнської науково-практичної конференції
здобувачів вищої освіти і молодих вчених
26 вересня 2025 р.**

Рекомендовано до друку
вченою радою ННІ
Маріупольського державного
університету
(протокол № 4 від 25.11.2025 р.)

Київ 2025

УДК 338.48:658(043)
ББК 65.43

Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом:
Матеріали XVII Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених 26 вересня 2025 р. – Укл.: Балабаниць А.В., Горбашевська М.М., Стойка А.В. Рібейро Рамос О.О., Горюнова К.А. та інш.; за заг. редакцією д.е.н., професора – Балабаниць А.В., Київ: МДУ, 2025. – 125 с.

Сфера туризму та готельно-ресторанного бізнесу України переживає період глибоких трансформацій, зумовлених викликами воєнного часу, економічною нестабільністю та необхідністю адаптації до нових реалій світового ринку. Попри труднощі, галузь демонструє поступове відновлення завдяки розвитку внутрішнього туризму, цифровізації сервісів, упровадженню інноваційних управлінських рішень і стійких практик.

У межах конференції обговорюються питання державного регулювання, стратегічного планування, маркетингу, цифрових технологій та інтеграції України у світовий туристичний простір.

Матеріали збірника відображають сучасні наукові підходи й практичний досвід у сфері туризму та гостинності, спрямовані на формування нової парадигми розвитку галузі в умовах післявоєнного відновлення країни.

© Автори текстів, 2025 р.
© МДУ, 2025 р.

АРАКЕЛОВА І.О., к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу та туризму
Маріупольського державного університету,
м.Київ
ЛІСІЮТІН А.І.,к.держ.упр, доцент кафедри
маркетингу та туризму
Маріупольського державного університету,
м.Київ

ОРІЄНТИРИ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: ШЛЯХИ ПЕРЕХОДУ УКРАЇНИ ВІД СИРОВИННОЇ ДО ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ЕКСПОРТУ

Сучасна економіка України характеризується високою залежністю від експорту аграрної продукції та промислових напівфабрикатів, що формує сировинну модель розвитку. Така структура обмежує можливості інтеграції країни у вищі ланки глобальних ланцюгів доданої вартості та знижує рівень конкурентоспроможності. У цьому контексті актуальним є пошук шляхів диверсифікації експорту через стимулювання інноваційних галузей та підтримку малих і середніх підприємств. Тобто необхідним є аналіз секторів економіки України, що мають потенціал для інноваційного зростання та виходу на світові ринки, а також обґрунтування стратегічних напрямів розвитку експорту з урахуванням сучасних викликів.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика секторів економіки України за інноваційністю,
підприємницьким потенціалом та експортною привабливістю

Сектор	Рушійна сила для інновацій або створення високої доданої вартості	Потенціал для розвитку малих та середніх підприємств	Високий попит на світових ринках
Хімічна промисловість	x		x
Освітні послуги	x		
Енергія і тверде біопаливо	x		x
Фармацевтична промисловість	x		x
Титанові вироби	x		
Авіаційно-космічна промисловість	x	x	x
Будівельні послуги		x	
Креативні послуги (реклама, кіноіндустрія, індустрія моди, тощо)		x	
Медичні послуги (стоматологія, репродуктивна медицина і трансплантація)			
Вироби з деревини		x	x
Туризм (гірський, історичний, етнічний, еко- туризм)		x	x
Харчова промисловість (готові харчові продукти, продовольча сировина, овочі, фрукти, ягоди, м'ясо птиці, сир, молоко, органічні продукти, насіння, пшениця, кондитерські вироби)	x	x	x
Легка промисловість (іграшки, взуття, аксесуари, одяг, дизайнерський одяг, екологічна продукція)		x	x

Машинобудування (енергетика, автомобілебудування, електронні автомобілі, залізничний транспорт, екологічно чисті технології та запчастини)	x	x	x
Транспортні та логістичні послуги		x	x
Інформаційні та комунікаційні технології (ІКТ)	x	x	x

На основі даних наведених в таблиці, можна виокремити кілька груп секторів:

1. Інноваційно-орієнтовані сектори (хімічна, фармацевтична, авіаційно-космічна промисловість, ІКТ, машинобудування). Вони поєднують наявність науково-дослідної бази, високий попит на міжнародних ринках та потенціал для створення значної доданої вартості.

2. Сектори розвитку МСП (харчова та легка промисловість, креативні індустрії, туризм). Ці галузі мають низький поріг входу та орієнтацію на нішеві ринки, що сприяє підприємницькій активності.

3. Сектори зі стабільним міжнародним попитом (аграрна продукція, деревина, транспортні й логістичні послуги). Їхня інтеграція у світові ринки вже відбулася, проте головним завданням залишається підвищення рівня переробки.

Зазначимо, що для України на сьогодні дуже важливо поєднувати підхід розвитку традиційних галузей із формуванням інноваційних кластерів у високотехнологічних секторах (ІТ, фармацевтика, авіабудування).

Для досягнення стійкої трансформації української економіки необхідно реалізувати три стратегічні напрями:

1. Інституційна модернізація — створення сприятливих умов для торгівлі та інновацій, формування мережі інституцій підтримки експортерів.

2. Структурна диверсифікація — розвиток інноваційних кластерів у високотехнологічних секторах і розширення участі МСП у міжнародних ланцюгах доданої вартості.

3. Кадровий розвиток — адаптація системи освіти до потреб ринку, формування компетенцій у сфері міжнародного маркетингу, управління інноваціями та цифрових технологій.

Отже, аналіз підтверджує, що трансформація експортної моделі України має ґрунтуватися на поєднанні інноваційного розвитку стратегічних секторів та стимулюванні підприємницької активності МСП. Вихід на світові ринки з продукцією з високою доданою вартістю є ключовою умовою підвищення конкурентоспроможності держави у глобальній економіці.

Література:

1. Olexandr Shnyrkov & Oleksandr Rogach & Nataliia Reznikova & Anton Nanavov, (2020). "Ukraine's export diversification: the impact of economic integration and disintegration," Journal Global Policy and Governance, Transition Academia Press, vol. 9(1), pages 3-18.

2. Шубравська, О. (2021). Спеціалізація агропродовочого експорту України: тенденції, драйверні функції, перспективи. Економіка України, 64 (4 (713)), 51–67. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2021.04.051>

3. Іванов Є. Оцінка диверсифікації експорту в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. Том 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1582/1522>

4. Адамів М.С., Микитюк Р.П., Бобиляк Р.Г., Козак Ю.М. Диверсифікація експортної діяльності: сутність, призначення та стан в Україні URL: <http://efp.in.ua/en/journal-item/362>

5. Кутідзе, Л. С. (2015). The problem of constructing the diversification mechanisms of export potential of region. *Technology Audit and Production Reserves*, 1(7(21)), 32–36. <https://doi.org/10.15587/2312-8372.2015.38700>

ВАЦКО Я.С., здобувач ОС «Бакалавр»
спеціальності ДЗ «Менеджмент»
Маріупольського державного університету,
м.Київ

СМАРТ-МЕНЕДЖМЕНТ У ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Сучасні умови розвитку світової економіки та високий рівень конкуренції на туристичному ринку зумовлюють необхідність постійного вдосконалення діяльності підприємств у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу. Одним із ключових напрямів такого розвитку є впровадження сучасних інформаційних та управлінських технологій, що дозволяють підвищити ефективність роботи, знизити витрати та забезпечити високий рівень сервісу. У цих умовах особливої актуальності набуває концепція смарт-менеджменту, орієнтована на інновації, цифровізацію та клієнтоцентричність [1;2].

1. Інформаційні технології як основа смарт-менеджменту

Управління підприємствами сфери гостинності дедалі більше спирається на цифрові інструменти. Використання систем автоматизації бронювання, CRM-рішень для роботи з клієнтами та мобільних застосунків забезпечує оперативність і точність обслуговування. Крім того, цифрові платформи формують бази даних для аналітики, що дозволяє прогнозувати попит і вдосконалювати пропозиції [3].

2. Сучасні маркетингові практики

У сфері HoReCa смарт-менеджмент базується на використанні цифрового маркетингу: соціальні мережі, контекстна реклама, SEO-просування, інфлюенсер-маркетинг. Аналітика великих даних (big data) допомагає виявляти тренди, досліджувати поведінку клієнтів і створювати персоналізовані пропозиції. Це дозволяє будувати більш гнучкі та ефективні маркетингові стратегії.

3. Управління якістю та сервісом

В умовах глобальної конкуренції якість обслуговування стає визначальним фактором успіху. Підприємства впроваджують міжнародні стандарти якості (ISO, HACCP), використовують онлайн-платформи для збору відгуків і системи оцінювання сервісу. Це сприяє формуванню довіри споживачів і позитивного іміджу бренду.

4. Смарт-управління персоналом

Ефективність підприємств значною мірою залежить від професіоналізму кадрів. Використання сучасних HRM-систем забезпечує прозорий контроль кадрових процесів, дистанційне навчання та електронний документообіг. Гейміфікація, онлайн-тестування кандидатів та аналітика продуктивності працівників сприяють підвищенню мотивації та залученості персоналу.

5. Переваги впровадження смарт-менеджменту

Використання інноваційних управлінських технологій створює значні конкурентні переваги:

- зростання ефективності операційної діяльності;
- покращення якості обслуговування та персоналізація сервісу;
- підвищення гнучкості й здатності до адаптації до ринкових змін;
- формування унікальних конкурентних пропозицій [4;5].

6. Практичні кейси

Міжнародна практика доводить результативність смарт-менеджменту. Готельні мережі впроваджують мобільні застосунки, що дозволяють здійснювати безконтактний check-in/check-out, бронювання та замовлення послуг. IoT-системи забезпечують контроль