

**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

**XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції
здобувачів вищої освіти і молодих вчених
26 вересня 2024 р.**

Рекомендовано до друку
вченою радою ННІ
Маріупольського державного
університету
(протокол № 3 від 25.10.2024 р.)

Київ 2024

УДК 338.48:658(043)

ББК 65.43

Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом:
Матеріали XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і
молодих вчених 26 вересня 2024 р. – Укл.: Балабаниць А.В., Горбашеська М.А., Горюнова
К.А., Рібейро Рамос О.О., та інш.; за заг. редакцією д.е.н., професора Балабаниць А.В., Київ:
МДУ, 2024. – 142 с.

Сфера туризму та готельно-ресторанного бізнесу є однією з найбільш динамічних галузей сучасної економіки, що зазнає постійних змін через технологічний прогрес, глобалізацію та зміну поведінкових моделей споживачів. Матеріали конференції, що висвітлюють нові підходи до управління, використання інноваційних технологій, впровадження стійких практик, є актуальними як для наукової спільноти, так і для практиків галузі.

На конференції розглянуто актуальні питання державного регулювання та інтеграції України до світового простору в галузі туризму. Розкрито актуальні проблеми менеджменту та маркетингу, планування та прогнозування діяльності підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Проаналізовано науковий базис новітніх технологій в галузі туризму.

У збірнику тез висвітлюються погляди науковців, аспірантів, слухачів магістратури, представників підприємницьких структур на актуальні проблеми розвитку туристичної та готельно-ресторанної сфери України і світу.

© Автори текстів, 2024 р.

© МДУ, 2024 р.

Організаційні структури сучасних підприємств ресторанного господарства зводяться до модифікацій таких основних видів структур, як лінійна, функціональна та лінійно-функціональна[3].

Отже, сучасний менеджмент розглядає організацію не як сукупність відділів, а як сукупність бізнес-процесів, що протікають в її межах. Підпорядкування структури процесам, а процесів - стратегії означає, що спочатку треба вибудувати стратегію, тобто сформулювати бачення майбутнього підприємства і визначити його стратегічні цілі, потім вибудувати бізнес-процеси таким чином, щоб кожний з них був орієнтований на досягнення конкретної мети, і тільки після цього формувати організаційну структуру підприємства, яка б забезпечувала ефективне виконання бізнес-процесів.

Література:

1. Назарчук Т. В., Косіюк О. М. Менеджмент організацій: навчальний посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2015. 560 с.
2. Сівашенко Т. В., Панасюк І. П. Теоретичні засади управління бізнес-процесами у підприємствах ресторанного господарства. Приазовський економічний вісник. 2019. Вип. 3(14). С. 237–244.
3. Яцун Л. М. Стратегії та моделі управління розвитком підприємств сфери харчування. Управління розвитком: зб. наук. пр. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. № 1 (186). С. 106–119.

ТКАЧЕНКО О.Г.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та фінансів

Маріупольського державного університету, м.Київ

ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІН В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Туристичний сектор як складова частина зовнішньоекономічної сфери і національного господарства в цілому відіграє важливу роль в процесі економічного укріплення позицій України в системі світового господарства. Управління розвитком цього сектору, який безпосередньо поєднує Україну із міжнародним середовищем, має враховувати тенденції змін на світовому ринку туристичних послуг, що і визначає необхідність постійного дослідження і моніторингу як економічного стану галузі, так і новітніх підходів до реалізації туристичних послуг.

Про значення цього сектору для світової економіки (а, відповідно, і для економіки країн, що її формують) свідчать дані Всесвітньої туристичної організації ООН (Туризм ООН), що є спеціалізованою установою, яка опікується питаннями розвитку туризму на засадах відповідальності, сталості і загальної доступності туризму. За її даними в 2023 р. в структурі світового ВВП частка цього сектору перевищила 9%, в цій сфері було утворено 27 мільйонів нових робочих місць, сума надходжень від міжнародного туризму перевищила 1,5 трлн. дол. (1532,0 млрд. дол.) [1].

Тенденції 2023 р., а, особливо, поточного 2024 р., свідчать про майже повне відновлення галузі після найбільшої кризи в її історії, що була викликана пандемією COVID 19. Зростання відбувається незважаючи на поточні економічні та геополітичні ризики. Так, у порівнянні із 2019 р. в цілому по світу надходження від міжнародного туризму зросли на 3%. В розрізі регіонів становище виглядає наступним чином. Найбільше зростання відбулося на Близькому Сході (+49,5%), в Європі - + 13,5%, в Америці – +4,7%. Гірше виглядає ситуація в Азії і Тихоокеанському регіоні і в Африці. В цих регіонах доковідний рівень в 2023 р. не був досягнений, а зниження відносно 2019 р. становило відповідно 21,3% і 3,3% (рис. 1).

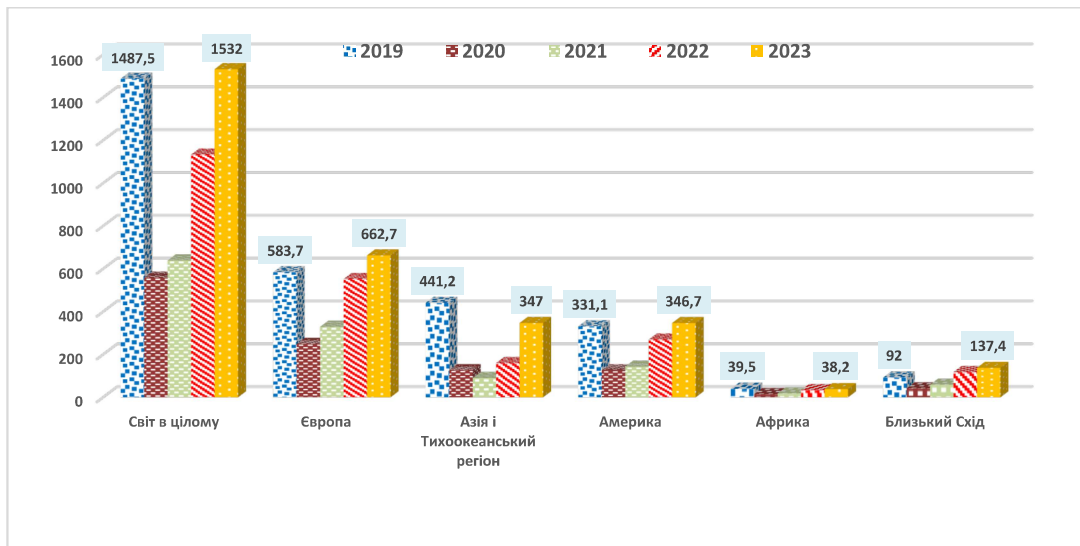


Рис. 1. Надходження від міжнародного туризму за регіонами світу, 2019-2023 рр.
[Побудовано автором за даними 2].

Слід зазначити, що Європа залишається найбільш привабливим з туристичної точки зору регіоном, за даними 2023 р. частка надходжень від міжнародного туризму цього регіону складала 43% від загальносвітового значення.

Зміни в галузі міжнародного туризму пов'язані і зі зміною впливу факторів, що стримують рішення про туристичні подорожі. За даними Всесвітнього туристичного барометру ООН з туризму в вересні 2022 і 2023 рр. основними з факторів, що перешкоджали відродженню туризму були:

з найбільшим впливом – «стан економічного середовища», «зростання витрат на транспорт і проживання»;

із значним впливом – «обмеження на подорожі, включаючи візові вимоги», «російська агресія на Україні», «низька довіра споживачів», «перевантаження аеропортів, затримки та скасування рейсів», «COVID 19» і «кадровий дефіцит».

В вересні 2024 р. в порівнянні із вереснем 2022 р. значення факторів зазнало певних змін. Так, значення фактору «стан економічного середовища» знизилася майже на 25% при незначному зростанні значення фактору «зростання витрат на транспорт і проживання». Обидва фактори продовжують відігравати головну роль в процесах зростання сектору.

Майже в три рази знизилася значення фактору «обмеження на подорожі, включаючи візові вимоги», знизилася значення факторів «російська агресія в Україні», «низька довіра споживачів», «перевантаження аеропортів, затримки та скасування рейсів» і зросло значення фактору «кадровий дефіцит». Майже повністю нівелювався вплив фактору «COVID 19», який і вчинив головні кризові явища в галузі. При цьому з'явилися нові значимі фактори, такі як «екстремальні погодні явища», «Хамас-Ізраїль конфлікт» і «інші геополітичні ризики» (рис. 2).

За перші сім місяців 2024 р. приблизно 790 млн туристів здійснили міжнародні подорожі, що на 11% більше, ніж у 2023 р., і лише на 4% менше, ніж у 2019 р. Ці дані говорять про продовження тенденції зростання і про потребу в плануванні туризму, а також забезпечені його сталого розвитку, що нині є основною туристичною парадигмою, заснованою на балансі економічних, екологічних та соціально-культурних складових.

Впровадження концепції сталого розвитку в світовий туристичний бізнес має певні перешкоди, повільні темпи змін, а зростаючий туристичний бізнес не завжди і не всюди дотримується цієї парадигми, а, відповідно, негативно впливає на навколишнє природне і соціальне середовище.

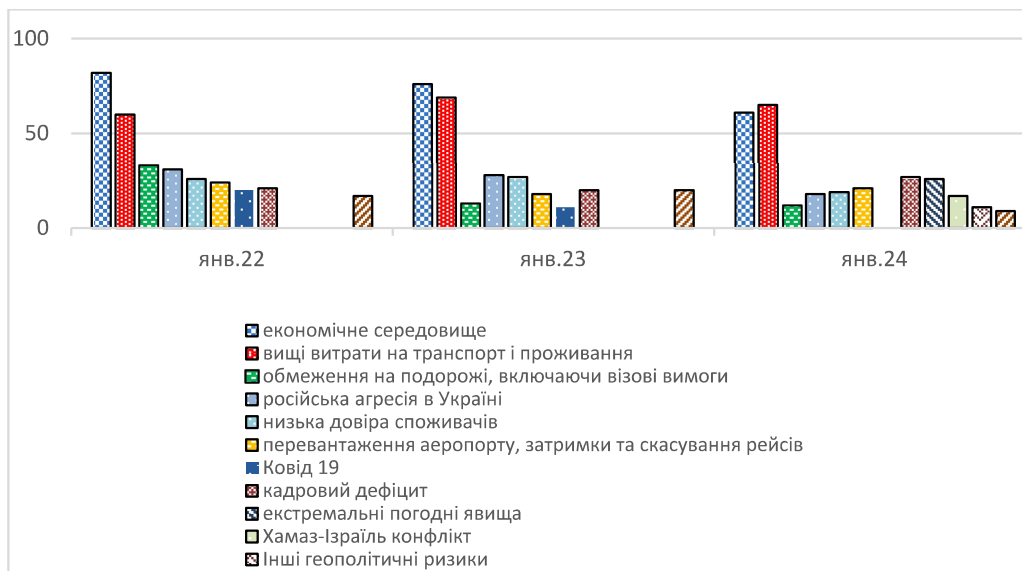


Рис. 2. Основні фактори, які перешкоджають відновленню міжнародного туризму.
[Побудовано автором за даними 2].

Враховуючи таке становище, Європейські і міжнародні організації, розвиваючи парадигму сталого розвитку, внесли зміни в свої документи із врахуванням нового усвідомлення сталості (як основи) і відповідальності (як дії і поведінки). Це знайшло своє відображення в таких документах як «Європейська хартія сталого та відповідального туризму» (ЕК, 2012) та Глобальний етичний кодекс туризму з підзаголовком «За відповідальний туризм» (UNWTO, 2012) [3, 4]. Даний підхід базується на відповідальності підприємств туристичної галузі щодо врахування потреб та очікувань різних зацікавлених сторін, коли бізнес дотримується не лише економічних інтересів, а є основою підтримки соціальної стабільності як в середині компанії, так і в зовнішньому оточенні.

Дотримання підприємствами туристичної галузі концепції сталого і відповідального туризму дозволяє досягти нового рівня конкурентоспроможності і сталості, коли в діяльності поєднуються такі елементи як можливості економічного зростання, соціально-культурний розвиток і збереження природного середовища, врахування впливу туризму на громади і місцевий бізнес, поєднуючи, таким чином, «величезні соціально-економічні переваги із інклюзивною та сталою політикою» (як сказав Генеральний секретар ООН з питань туризму Зураб Пололікашвілі [5]).

Література:

1. Data as collected by UN Tourism, September 2024. Published: 19/09/2024. URL: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>.
2. Global and regional tourism performance. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>.
3. European Charter for Sustainable and Responsible Tourism. URL: <https://www.europarc.org/wp-content/uploads/2015/05/2010-European-Charter-for-Sustainable-Tourism-in-Protected-Areas.pdf>.
4. Global Code of Ethics for Tourism (GCET). URL: <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>.
5. International Tourist Arrivals hit 96% of pre-pandemic levels through July 2024. URL: <https://www.unwto.org/news/international-tourist-arrivals-hit-96-of-pre-pandemic-levels-through-july-2024>.