



Міністерство освіти і науки України
Міністерство юстиції України
Міністерство охорони здоров'я України
МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет менеджменту, готельно-ресторанної справи та туризму



ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ:
ВИКЛИКИ ТА РІШЕННЯ

МАТЕРІАЛИ
ІХ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
12 ЛИСТОПАДА 2024 РОКУ

Одеса
 2024

Глобалізаційні процеси : виклики та рішення : матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, МГУ, 12 листопада 2024 р.). 2024 р. 243 с.

У збірнику представлено матеріали учасників ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Глобалізаційні процеси : виклики та рішення», яка відбулася в Міжнародному гуманітарному університеті 12 листопада 2024 року.

Обговорювалися теоретичні та практичні питання актуальних глобалізаційних процесів в напрямках стратегічних і тактичних орієнтирів управлінських рішень в бізнес-середовищі, менеджменту бізнесу та соціальних інновацій, ринку готельно-ресторанних послуг: проблеми та перспективи розвитку, стратегічних напрямів розвитку перспективних видів туризму та інноваційних ресторанних технологій.

Матеріали публікуються в авторській редакції з незначною загальною правкою, відповідальність за зміст та достовірність досліджень несуть автори.

Наукові редактори:

Дишкантюк Оксана Володимирівна - кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, декан факультету Менеджменту, готельно-ресторанної справи та туризму Міжнародного гуманітарного університету, м. Одеса

Каламан Ольга Борисівна – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту Міжнародного гуманітарного університету, м. Одеса

15. Шикіна Ольга РОЛЬ ІНТЕГРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ	170
16. Барішнікова Валерія, Шикіна Ольга ФРАНЧАЙЗИНГ У СИСТЕМІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	173
17. Ремігайло Ілона, Шикіна Ольга ПРОБЛЕМА КАДРОВОГО ДЕФІЦИТУ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ	174
18. Нєчева Наталя ЕФЕКТИВНІ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КЛІСТООРІЄНТОВАНOSTІ В КУРОРТНИХ КОМПЛЕКСАХ ЧЕРЕЗ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ	175
19. Гаврюшин Гліб, Тітомир Людмила ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В БІЗНЕС-ГОТЕЛІ	177
20. Тріль Вікторія, Тітомир Людмила АПАРТ-ГОТЕЛЬ ДЛЯ ГОСТЕЙ З ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ У М. ОДЕСА	179
21. Дишкантюк Оксана, Перкін Володимир СТАЛІЙ РОЗВИТОК ТА ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	181
22. Осипова Лариса, Ларіна Ксенія ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ АВТОМАТИЗАЦІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ У ГОТЕЛЬНИХ КОМПЛЕКСАХ	183

СЕКЦІЯ 4

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПЕРСПЕКТИВНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ

1. Наталія Влащенко, Георгій Назім УМОВИ ТА ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ	185
2. Олійник Валентина, Павлова Катерина ЕКОНОМІКА ШРІ-ЛАНКИ ТА ЯК ЇЇ ЗРУЙНУВАЛИ	186
3. Наталія Влащенко, Віталій Кудін ВЛАСТИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ	188
4. Олійник Валентина, Паун Катерина ТУРИСТИЧНИЙ СЕКТОР НІДЕРЛАНДІВ	190
5. Олійник Валентина, Албічева Юлія ЕКОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМА ІНДОНЕЗІЇ	191
6. Школьнік Олександр ГЛОБАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РЕГЕНЕРАТИВНОГО ТУРИЗМУ	192
7. Олійник Валентина, Базь Дар'я ПРОПОЗИЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ	194
8. Тютюнник Юрій, Тютюнник Світлана ДИНАМІКА ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ ЯК ІНДИКАТОР ВІДНОВЛЕННЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	195
9. Давидов Євген АНІМАЦІЯ І ДОЗВІЛЛЯ В СИСТЕМІ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ	197
10. Урайчик Маріанна, Світлична Вікторія ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	198
11. Лебедев Ігор ВПРОВАДЖЕННЯ СТАЛОГО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ «ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ»	201

ФРАНЧАЙЗИНГ У СИСТЕМІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Франчайзинг, як метод ведення бізнесу, набув широкого поширення у сфері готельного бізнесу, забезпечуючи гнучку модель управління для підприємств, що прагнуть скористатися перевагами відомих торговельних марок. Франчайзинг – це ліцензійна угода, яка надає окремим готелям право надавати послуги під брендом, дотримуючись його маркетингових та управлінських стандартів.

Франчайзингова модель ґрунтується на взаємовигідній співпраці між великими готельними корпораціями (франчайзерами) та індивідуальними готелями (франчайзі). Франчайзер надає доступ до своїх іміджевих напрацювань, таких як впізнавана торговельна марка, стандарти обслуговування, технології управління та системи підбору персоналу. В обмін на це, франчайзі сплачує паушальний внесок і регулярні ліцензійні платежі (роялті), які зазвичай становлять від 4% до 6% від валового доходу готелю. Цей підхід дозволяє готелям франчайзі користуватися перевагами відомого бренду та його маркетингових можливостей, при цьому зберігаючи певну незалежність у своїй операційній діяльності [1]. Франчайзер, зі свого боку, забезпечує підтримку в питаннях управління, навчання персоналу, а також контролює дотримання корпоративних стандартів. Це дозволяє зберігати високий рівень обслуговування, що є ключовим елементом успіху готельної франшизи. Одними з найвідоміших світових франшиз у готельній індустрії є мережі Marriott International та Hilton Hotels & Resorts. Кожна з цих компаній розробила унікальні підходи до управління та обслуговування, що стало їх конкурентною перевагою на міжнародному ринку. Marriott International, наприклад, пропонує своїм франчайзі інтегровані рішення для управління об'єктами та маркетингу, зокрема через централізовану систему бронювання та глобальні маркетингові кампанії. Це дозволяє готелям швидко та ефективно адаптуватися до змін у попиті туристів [2].

Hilton Hotels & Resorts активно розширює свою присутність на нових ринках через франчайзинг, пропонуючи готелям доступ до інноваційних програм навчання персоналу та використання передових технологій управління. Одним із сучасних прикладів є впровадження у франчайзі цифрових рішень для самостійного заселення гостей, що підвищує рівень клієнтського обслуговування [3].

Глобалізація та розвиток цифрових технологій призвели до трансформації франчайзингової моделі у готельному бізнесі. Сучасні готельні франшизи надають своїм партнерам не лише доступ до бренду, але й комплексні технологічні рішення. Наприклад, в умовах пандемії COVID-19 багато готельних корпорацій зосередилися на розробці цифрових платформ для дистанційного управління та бронювання.

Одним із сучасних прикладів є співпраця між готелями та міжнародними онлайн-туроператорами. Такі компанії, як Accor і Choice Hotels International, активно

впроваджують цифрові рішення для взаємодії з клієнтами, що дозволяє франчайзі адаптувати свої послуги до умов зростаючого попиту на онлайн-сервіси.

На українському ринку готельних послуг франчайзинг також набув популярності. Франшизи таких відомих брендів, як Hilton та Marriott, дозволяють українським готелям інтегруватися у міжнародну індустрію гостинності. Це сприяє підвищенню конкурентоспроможності, оптимізації управлінських процесів та доступу до міжнародних систем бронювання.

Список літератури:

1. Нечева Н.В., Шикіна О.В. Місце готельних мереж на світовому ринку готельних послуг. Науковий вісник ОНЕУ. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. 2022. № 9-10 (298-299). С. 131-137. URL: <https://cutt.ly/W8k3hzF>

2. Шикіна О.В. Дослідження функціонування міжнародної готельної мережі «Marriott». Приазовський економічний вісник. 2019. №6 (17). С. 222-227.

3. Шикіна О.В., Гончаренко Я.Є., Козловський Р.С. Дослідження функціонування міжнародної готельної мережі «Hilton». Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. №5 (22). С. 175-181.

УДК 005.56:338.48:339.9

Ремігайло І.Ю.

викладач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Шикіна О.В.

к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Одеський національний економічний університет

ПРОБЛЕМА КАДРОВОГО ДЕФІЦИТУ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ

Готельно-ресторанна сфера є однією з ключових галузей економіки, що забезпечує робочі місця та сприяє розвитку туризму. Водночас ця галузь України стикається з численними викликами, серед яких важливим є дефіцит кваліфікованих кадрів. Ця проблема не лише ускладнює роботу підприємств, але й стримує їхній розвиток та впровадження інновацій. Особливо гостро питання дефіциту кадрів постало в умовах зростання конкуренції на ринку праці та після впливу економічних та соціальних змін, спричинених пандемією COVID-19 та воєнним станом в країні.

Дефіцит кадрів у готельно-ресторанній сфері під час війни має свої специфічні причини, які значно ускладнюють ситуацію порівняно з довоєнним періодом. Через військові дії мільйони українців виїхали за кордон або переїхали до більш безпечних регіонів України. Це стосується як працівників галузі, так і потенційних клієнтів, що скоротило кількість доступних кадрів та загальний попит на послуги. Багато працівників готелів і ресторанів були мобілізовані до лав Збройних Сил України, що створило додатковий тиск на кадровий ринок, особливо серед чоловіків працездатного віку. Військові дії в багатьох регіонах України призвели до руйнування готелів, ресторанів та інших туристичних об'єктів. Це не лише скоротило кількість робочих місць, але й створило умови, за яких підприємства не можуть