



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
IX 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

12. Щербатюк Дар'я, Шикіна Ольга	
СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВИХ ФОРМ КООПЕРАЦІЇ У ТУРИЗМІ	203
13. Урсу Владислав, Шикіна Ольга	
ПРОЦЕС ІНТЕГРАЦІЇ У СФЕРІ ТУРИЗМУ	205
14. Борисевич Анна, Каламан Ольга	
АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНИХ АСПЕКТІВ РОЗВИТКУ ВЕЙКБОРДИНГУ ЯК ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	207
15. Гонжак Владислава, Олійник Валентина	
ПОЛІТИЧНА СТАБІЛЬНІСТЬ В ЕФІОПІЇ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ ДЕМОКРАТІЇ	209
16. Олійник Валентина	
ТУРИЗМ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	210

СЕКЦІЯ 5 ІННОВАЦІЙНІ РЕСТОРАННІ ТЕХНОЛОГІЇ

1. Дишкантюк Оксана, Алещенко Володимир	
ІННОВАЦІЙНИЙ ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РОЗВИТОК В ГАЛУЗІ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ	212
2. Тодорова Анастасія, Каламан Ольга	
АКТУАЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	215
3. Кунділовська Тетяна	
АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ МАКРОСЕРЕДОВИЩА НА РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ	217
4. Власюк Карина, Марковська Анастасія, Харламов Захар	
ІННОВАЦІЙНІ РЕСТОРАННІ ТЕХНОЛОГІЇ	219
5. Свідло Карина, Пошиклов Аркадій	
ЧИННИКИ УСПІХУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ СТАРТАПІВ	221
6. Жмудь Альона, Сергієнко Олександра	
ВПРОВАДЖЕННЯ РОБОТОТЕХНІКИ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА М. ОДЕСИ	224
7. Костецька Катерина, Клименко Світлана	
МАКАРОННІ ВИРОБИ ЗБАГАЧЕНІ ПОБІЧНИМИ ПРОДУКТАМИ ВИРОБНИЦТВА ОЛІЇ	225
8. Kariuk Andrii, Lysachok Oleksandra, Antonenko Serhii	
QUALITY OF SERVICE OF RESTAURANTENTERPRISES AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS	227
9. Харенко Дмитро	
СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ХАРЧОВИМИ ВІДХОДАМИ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	229
10. Дишкантюк Оксана, Марковська Анастасія	
БЕЗВІДХОДНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	230
11. Харенко Дмитро	
ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ХАРЧОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ ТА РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	233
12. Рицька Христина, Жмудь Альона	
ІННОВАЦІЙНА РЕСТОРАННА ТЕХНОЛОГІЯ ВИГОТОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ «ГУЦУЛЬСЬКІЙ СИРНИЙ КОНИК»	235

3. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Національна доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна». 2017. URL: <https://bit.ly/3e7iz0u> (дата звернення: 16.09.2024)

4. Державна служба статистики України, 2022. Цілі сталого розвитку: Україна. 2021. Моніторинговий звіт. URL: http://ukrstat.gov.ua/csr_prezent/2020/ukr/st_rozv/publ/SDGs%20Ukraine%202021%20Monitoring%20Report%20ukr.pdf (дата звернення: 11.09.2024)

5. European Comission. Eurostat. URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> (дата звернення: 17.09.2024)

6. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2017 р. Державна служба статистики України: офіційний сайт. 2018. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018\)zb/07/zb_vrdu2017_pdf.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018)zb/07/zb_vrdu2017_pdf.pdf) (дата звернення: 19.09.2024)

7. Добровільний національний огляд щодо Цілей сталого розвитку в Україні. URL: <https://bit.ly/3e7iz0u> (дата звернення: 21.09.2024).

УДК 005.56:338.48:339.9

Щербатюк Дар'я, здобувачка

Шикіна Ольга

к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Одеський національний економічний університет

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВИХ ФОРМ КООПЕРАЦІЇ У ТУРИЗМІ

У сучасних умовах глобалізації та цифровізації туристична індустрія постає перед новими викликами та можливостями. Однією з ключових тенденцій останніх років є розвиток мережових форм кооперації, що дає змогу малим та середнім туристичним підприємствам отримати конкурентні переваги через об'єднання зусиль, технологій і ресурсів [1]. У даному дослідженні буде розглянуто сучасний стан розвитку мережових форм кооперації на прикладі мережі турагенцій ХО, яка є одним з лідерів ринку в Україні.

Мережові форми кооперації передбачають об'єднання кількох незалежних підприємств у спільну структуру для досягнення синергетичного ефекту. Це може стосуватися як обміну досвідом і технологіями, так і координації маркетингових зусиль, оптимізації управлінських процесів і полегшення доступу до ресурсів. У туризмі мережі турагенцій стають все більш популярними через необхідність адаптації до швидкозмінного ринку, а також потребу у доступі до більш широкого спектру продуктів та послуг [2].

Мережові форми кооперації у туризмі дозволяють підвищити ефективність управління за рахунок централізованого управління, що допомагає спрощувати операційні процеси та мінімізувати витрати. При обранні шляху розвитку для нового підприємця сфери туризму важливим стає питання обмежених ресурсів на старті бізнесу [3]. Мережові форми кооперації надають доступ до спільних ресурсів, так як

спільні технології, CRM-системи, маркетингові платформи та інші інструменти для підтримки діяльності.

Об'єднання у мережі туристичних агенцій надає можливість підсилювати ринкову позицію через ефективне ведення переговорів з готелями, авіакомпаніями та іншими партнерами. Мережа турагенцій ХО є одним з прикладів успішної адаптації до сучасних умов функціонування туристичного ринку [4]. Після спаду, спричиненого пандемією та військовими діями, мережа ХО швидко відновила свою діяльність, повернувши до роботи близько двох третин своїх агентств.

Однією з ключових переваг мережеских форм кооперації є можливість спільної роботи над інноваційними рішеннями та новими бізнес-моделями. Мережа ХО активно використовує цифрові технології для полегшення роботи агентів. Наприклад, були підписані контракти з іноземними туроператорами, що дозволило бронювати тури польського Rainbow і молдовського Toko-tour без зайвої бюрократії. Крім того, технологічні партнери, такі як Unit.travel та DRCT, забезпечують зручний доступ до бронювання готелів та авіаквитків.

Зокрема, мережа надає своїм агентам додаткові опції оплати, включаючи онлайн-еквайринг та оплату криптовалютою. Це значно полегшує роботу агентів, особливо у складних економічних умовах, та сприяє збереженню бронювань, навіть за умов нестабільності. Важливою складовою діяльності мережі турагенцій ХО є постійне навчання агентів [5]. Продажі у середньому зростають удвічі протягом року після підключення нових агентів до мережі, що свідчить про ефективність таких програм. У період війни навчання набуло особливого значення, оскільки акцент робився не лише на маркетингових аспектах, а й на підтримці морального духу. Запроваджені бізнес-серіали допомагають агентам підтримувати високу продуктивність та енергійність.

Організація навчання в мережі туристичних агенцій ХО є прикладом сучасного підходу до розвитку професійних навичок працівників туристичної галузі. Вона базується на принципах безперервного навчання та самовдосконалення, що відповідає викликам сучасного ринку праці. Освітній процес у мережі ХО орієнтований на адаптацію агентів до змінних умов індустрії та надання їм практичних інструментів для підвищення ефективності.

Одним із ключових елементів навчальної програми є платформа ХО Pulse, яка функціонує як інтерактивний інструмент для управління навчанням і підтримки професійної активності агентів. ХО Pulse пропонує гнучкий підхід до навчання, де кожен агент має змогу обрати власний темп опанування матеріалів, поєднуючи їх із практичною діяльністю. Це забезпечує високу ефективність засвоєння інформації, оскільки теоретичні знання можуть бути відразу застосовані в роботі з клієнтами.

Однією з особливостей платформи є наявність інтегрованої системи завдань та челенджів, які мотивують агентів до активної участі в освітньому процесі. Регулярне виконання завдань допомагає не тільки закріпити теоретичний матеріал, але й розвивати навички роботи з інструментами маркетингу, продажів, а також управління туристичними продуктами. Щоденні завдання на платформі спрямовані на практичне використання знань, що дозволяє агентам швидше адаптуватися до нових умов ринку. Важливим компонентом є навчання в форматі «бізнес-серіалів», що дозволяє інтегрувати освітній процес у повсякденну діяльність агентів. Такий

підхід надає можливість постійно отримувати нові знання та вдосконалювати професійні навички, що позитивно впливає на рівень продажів і залучення клієнтів.

Мережеві форми кооперації, на прикладі турагенцій ХО, демонструють високий потенціал для розвитку туристичного бізнесу в умовах глобальних викликів. Кооперація забезпечує ефективне управління, оптимізацію операційних процесів та впровадження інноваційних рішень, що дозволяє агентам адаптуватися до нових умов і продовжувати надавати якісні послуги клієнтам. Мережа ХО є яскравим прикладом того, як співпраця та технології допомагають туристичним підприємствам не тільки виживати, але й розвиватися в умовах нестабільності.

Список літератури:

1. Шамара І.М. Інтеграційні процеси в управлінні підприємств туристичної галузі. Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. 2014. № 1144. Економічні науки. С.179-181.
2. Oliinyk O., Dolynska O., Polova O., Shykina O., Sliusarchuk O. Modern, Innovative Approaches to Managing the Quality and Competitiveness of Hospitality and Tourism Businesses. 2024. № 69 (Special Issue). P. 169-177. URL: <http://surl.li/uoweb>
3. Шикіна О.В., Гончаренко Я.Є., Ремігайло І.Ю. (2022) Досвід створення стратегічних альянсів в готельному бізнесі. Економіка та суспільство, (36). URL: <https://cutt.ly/Q8luw3M>
4. Офіційний сайт франшизи ХО. URL: <https://xotravel.pro>
5. Шикіна О. Корпоративна освіта як ознака інтеграційних процесів у готельних мережах. Економіка та суспільство. 2023. № 57. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-123>

УДК 005.56:338.48:339.9

Урсу Владислав, здобувач
Шикіна Ольга

к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Одеський національний економічний університет

ПРОЦЕС ІНТЕГРАЦІЇ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Інтеграція у сфері туризму є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств та держав на міжнародному рівні. В умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій, підприємства та організації у сфері туризму все частіше об'єднуються у кластери, альянси або співпрацюють з національними та міжнародними структурами, щоб спільно вирішувати виклики галузі та використовувати нові можливості [1].

Інтеграція дозволяє підприємствам зменшувати витрати на матеріально-технічне постачання та маркетингові дослідження, використовуючи спільні ресурси. Одним з головних переваг є організація спільної системи бронювання та збуту, що сприяє оптимізації обслуговування клієнтів. Спільний бренд та стандарти обслуговування також підвищують довіру споживачів та покращують якість наданих послуг.