



## ЗБІРНИК

III Міжнародної науково-практичної конференції  
«Формування сучасних концепцій управління туризмом  
та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми  
сталого розвитку», присвяченої 10-ти рр. кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи  
Запорізького національного університету

Під егідою програми ЄС Еразмус+, напрям ім. Жана Моне  
в рамках проєкту 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE  
«Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення  
європейського досвіду в Україні»/«Diversification of rural tourism through sustainability  
and creativity: disseminating European experience in Ukraine» (DIRUT)

Запоріжжя, 2023



## COLLECTION OF MATERIALS

of the IIInd International Conference  
**«Formation of modern concepts of management  
in tourism, hotel and restaurant business  
in the conditions of the paradigm of sustainable development»**  
dedicated to the 10th anniversary of the department  
of tourism and hotel and restaurant business  
Zaporizhzhia National University  
November 30, 2023

The conference is held under the umbrella of  
the Erasmus+ Jean Monnet Actions  
620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE  
**«Diversification of rural tourism through sustainability and creativity:  
disseminating European experience in Ukraine» at Zaporizhzhia National  
University» (DIRUT)**

Zaporizhzhia, 2023

<b>Baleviciene Leta, Navickiene Regina</b> PRESERVATION OF CULTURAL HERITAGE BASED ON THE NAPOLEON CULTURAL ROUTE OF THE COUNCIL OF EUROPE NARRATIVE: THE CASE OF LITHUANIA.....	223
<b>Joneliūkštė Dovilė, Navickiene Regina</b> CUSTOMER EVALUATION OF NEW PRODUCT IN TOURISM: FOREST BATHING.....	230
<b>Labanauskienė Gintarė</b> MAINTAINING THE MOTIVATION WHILE USING SMART FITNESS AND HEALTH APPS.....	237
<b>СЕКЦІЯ 11. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПАРТНЕРСЬКОЇ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ, МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ, БІЗНЕСУ, НАУКИ, ОСВІТИ ТА ГРОМАД ЩОДО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ.....</b>	<b>239</b>
<b>Кропив'янська Єлизавета, Кізюн Алла</b> ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ.....	239
<b>СЕКЦІЯ 12. КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ Й ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ: ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ТА ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ФАХІВЦІВ.....</b>	<b>243</b>
<b>Безкоровайна Лариса, Літвінова-Головань Ольга, Івахненко Євген</b> ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА ПРОВЕДЕННЯ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ В ХОДІ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІЗ ТУРИЗМУ, РЕКРЕАЦІЇ ТА ГОСТИННОСТІ.....	243
<b>Безкоровайна Лариса, Шевченко Володимир</b> ЛОГІСТИКА ПРОЄКТУВАННЯ ОСВІТНЬО-ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІЗ ТУРИЗМУ, РЕКРЕАЦІЇ ТА ГОСТИННОСТІ В ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	249
<b>Белікова Марина</b> ОСОБЛИВОСТІ ВИКЛАДАННЯ ЕКСКУРСОЗНАВСТВА ТА МУЗЕЄЗНАВСТВА В ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ.....	257
<b>Бойко Максим, Кізюн Алла</b> НАПРЯМКИ ПІДГОТОВКИ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....	260

## СЕКЦІЯ 11.

### ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПАРТНЕРСЬКОЇ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ, МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ, БІЗНЕСУ, НАУКИ, ОСВІТИ ТА ГРОМАД ЩОДО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

**Єлизавета Кропив'янська**

*студентка 1 курсу магістратури  
спеціальність «Туризм і рекреація»*

*Вінницький торговельно-економічний інститут  
Державного торговельно-економічного університету*

*(м. Вінниця, Україна)*

e-mail: liza.zlato@gmail.com

**Алла Кізіун**

*кандидат географічних наук, доцент*

*доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи*

*Вінницький торговельно-економічний інститут  
Державного торговельно-економічного університету*

*(м. Вінниця, Україна)*

e-mail: a.kiziun@vtei.edu.ua

ORCID: 0000-0003-2838-9428

### ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Туризм є важливою галуззю для багатьох країн та регіонів, і процеси інтеграції в цій галузі мають вирішальне значення для досягнення сталого розвитку і підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Під терміном «інтеграція» розуміється встановлення взаємовідносин між підприємствами, які сприяють довгостроковому партнерству і спільним цілям підприємств, які об'єднуються. Ця інтеграція призводить до таких переваг для підприємств: зменшення ризику і невизначеності в постачанні і збуті, обмеження конкуренції, спрощення впровадження технологічних інновацій та зменшення витрат.

Питання формування інтеграційних процесів в туризмі досліджувалось в працях таких вітчизняних і зарубіжних науковців як М. Мальська, А. Зорін, А. Саак, А. Гайдук, М. Рутинський, Д. Ісмаєв, І. Щоголева, В. Абдулгасіс та інші.

Метою дослідження є аналіз особливостей інтеграційних процесів у розвитку туристських дестинацій та їх вплив на конкурентноспроможність туристичних дестинацій.

У туризмі, як і в інших галузях, існують різні способи інтеграції – від поглинання конкурента до придбання його контрольного пакета акцій. В основі інтеграції лежить принцип об'єднання власності, ресурсів, сфер діяльності.

Узгодження економічних інтересів туристських підприємств можна досягти шляхом їх консолідації та створення інтегрованих структур. Вибір оптимальних механізмів взаємодії та застосування відповідних управлінських впливів стануть запорукою ефективних інтеграційних відносин між підприємствами та отримання конкурентних переваг для певної дестинації [4].

Існують дві моделі інтеграції в туризмі: вертикальна та горизонтальна. Вертикальна інтеграція надає можливість туристичним організаціям контролювати всі аспекти створення та розповсюдження продукту, стандартизувати процеси надання послуг, регулювати ціни та якість, а також забезпечувати високий рівень використання власних ресурсів.

Вертикальна інтеграція розглядається в контексті двох основних напрямків: «вперед» і «назад». Вертикальна інтеграція «вперед» включає в себе інтеграцію підприємства з усіма іншими підприємствами, які надають послуги, необхідні для створення комплексу туристичних послуг. З іншого боку, вертикальна інтеграція «назад» охоплює інтеграцію туроператора з усіма підприємствами, що беруть участь у збуті туристичного продукту [2].

Окрім вертикальної інтеграції, у сфері туризму поширена горизонтальна інтеграція, яка передбачає об'єднання подібних підприємств, що операційно розташовані на одному рівні в ланцюзі створення вартості і конкурують між собою. Ця конкуренція виявляється в тому, що ці підприємства пропонують подібні або ідентичні продукти, проте спрямовані на різні географічні ринки. Сюди можна віднести готельні ланцюги, мережі туристичних агентств і т. д.

Причини, що спонукають туристичні підприємства до горизонтальної інтеграції, включають ефективне об'єднання ресурсів, отримання маркетингових переваг, зниження ризику, використання масштабу або економії, пов'язаної зі зростанням обсягів виробництва. В першу чергу, такі економічні вигоди досягаються через централізацію управлінських функцій, спільне постачання і т. д.

До потреби в горизонтальній інтернаціоналізації спонукають законодавчі обмеження на внутрішньому ринку щодо росту підприємства в одній країні.

Сучасні тенденції в інтеграційних процесах включають наступне:

- збільшення горизонтальних інтеграцій, що передбачає посилення партнерських відносин між великими компаніями та середнім і дрібним бізнесом;
- вертикальні інтеграції через створення стратегічних туристичних альянсів;
- глобалізація у туристичному бізнесі та інші тенденції.

На цій основі партнерство визначається як співпраця між організаціями, які мають частковий збіг інтересів і спрямоване на координацію діяльності для реалізації спільних проектів та об'єднання ресурсів [3].

Інтеграція не завжди означає участь в капіталі або об'єднання капіталу. Вона здійснюється у двох формах:

- 1) концентрація (участь в капіталі інших підприємств, злиття капіталу купівля підприємства);
- 2) кооперування (кооперації, франчайзингові системи, стратегічні альянси).

У справах управління регіональним розвитком туризму, значну роль можуть відігравати особливі територіально-господарські утворення у формі спеціальних (вільних) економічних зон.

Найпоширенішими, ефективними та менш ризиковими формами інтеграції на ринку туристичних послуг у ХХІ столітті є стратегічні альянси та франчайзинг. У стратегічних альянсах члени зберігають свою економічну незалежність лише в тих сферах, де не проводиться спільна діяльність. Стратегічні альянси об'єднують незалежні туристичні підприємства за всіма аспектами, а не лише деякими, і їхня головна мета полягає в формуванні та досягненні стратегічних цілей, пов'язаних з прибутком, зростанням, розширенням ринкових позицій та створенням конкурентних переваг.

Інтеграція в галузі туризму призводить до значних конкурентних переваг для підприємств і забезпечує їм провідну позицію на ринку. Це включає в себе:

- використання єдиного маркетингу, що дозволяє економити кошти, оскільки немає потреби в проведенні окремих глобальних досліджень;
- можливість навчання та підвищення кваліфікації персоналу та обміну професійним досвідом, що зменшує витрати кожного учасника;
- доступність консультацій та інших послуг від фахівців-експертів у конкретних сферах;
- використання загальноновизнаної марки, бренду та іміджу, що підвищує привабливість дестинації;
- систематичне застосування гнучкої цінової політики для привертання туристів;
- функціонування єдиної об'єднаної системи бронювання послуг;

- використання централізованої системи постачання і збуту, що покращує координацію та ефективність;
- забезпечення високої якості обслуговування завдяки доступу до інноваційних технологій та систем якості;
- надання інформаційної підтримки для задоволення потреб туристів;
- використання мережових принципів і стандартів роботи для підвищення узгодженості та ефективності [1].

Таким чином, туристський продукт створюється і реалізується спільними зусиллями партнерів, які спеціалізуються на різних видах діяльності, але в межах єдиного технологічного процесу. За такого підходу туристський потенціал певного регіону набуває можливостей бути реалізованим максимально ефективно [4].

#### **Список використаних джерел:**

1. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі: теорія та практика розвитку. *Вісник ДІТБ*. 2013. № 17. С. 129-135 URL: <http://surl.li/nzchl>.
2. Гайдук А. Інтегрований туристичний концерн – сучасна форма туристичного підприємства в умовах глобалізації. *Регіональна економіка*. 2006. № 2. С. 204-211. URL: <https://infotour.in.ua/gajduk.htm>.
3. Марченко О.А., Сальнікова М.В., Шевельова К.В. Інноваційні форми в регіональному управлінні туристичної діяльності. *Економічний вісник університету*. 2019. № 43. С. 27-34.
4. Щоголева І.В., Соколовський В.А. Роль інтеграційних процесів у розвитку туристських дестинацій. *Науковий вісник Льотної академії. Серія: Економіка, менеджмент та право*. 2019. № 1. С. 170-175. URL: <http://surl.li/nzqip>.