

**РИЗИКИ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ  
В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ**

**ПОПКОВА Ксенія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Туризм та рекреація»,  
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного,  
м. Запоріжжя*

Туристичний бізнес є однією найчутливіших до зовнішніх факторів галузей економіки. Він безпосередньо залежить від стабільності економічної,

політичної та соціальної ситуації, а також від глобальних трендів, таких як технологічний прогрес, екологічні зміни та поведінка споживачів [1]. Однак у періоди економічної нестабільності туристична індустрія стикається з серйозними викликами, які можуть мати довгострокові наслідки для її розвитку.

Економічна нестабільність, що проявляється через інфляцію, коливання валютних курсів, падіння купівельної спроможності населення та зменшення інвестицій, створює низку ризиків для туристичного бізнесу. Ці ризики впливають не лише на фінансові результати компаній, але й на їхню здатність залишатися конкурентоспроможними на ринку. Наслідки цих ризиків можуть бути різноманітними: від скорочення прибутків і закриття малих підприємств до втрати робочих місць і погіршення якості туристичних послуг.

Розглянемо більш детально ці наслідки для туристичного бізнесу.

1. Скорочення прибутків. Населення скорочує витрати на непершочергові потреби, до яких належить туризм. Це призводить до значного зниження попиту на туристичні послуги (особливо на дорогі тури). Туристичні об'єкти (готелі, курорти, санаторії) стикаються зі зменшенням кількості гостей, що призводить до незаповненості номерного фонду.

2. Банкрутство малого та середнього бізнесу. Малі та середні туристичні компанії часто не мають достатньої фінансової стійкості, щоб витримати тривалі періоди економічної нестабільності. Багато малих підприємств не мають достатніх резервів для покриття витрат у періоди кризи, що призводить до їхнього банкрутства. Виникають ситуації, коли вони не можуть конкурувати з великими мережами.

Аналізуючи дані щодо частки збиткових туристичних агентств і туроператорів у регіонах України за період 2014–2022 років, можна виділити кілька ключових тенденцій. Загалом, частка таких підприємств варіювалася в межах 23–44%, із піковими значеннями у 2020 році (38,9%) та 2022 році (43,6%). Основними причинами зростання збитковості стали пандемія COVID-19 та економічна нестабільність, спричинена воєнним станом. Найнижчий рівень збитковості зафіксовано у 2021 році (23,3%), що, ймовірно, свідчить про тимчасове відновлення туристичної галузі після скасування карантинних обмежень [2]. Частка збиткових підприємств суттєво відрізняється залежно від регіону, що вказує на неоднакові економічні умови та рівень розвитку туристичної сфери в кожному з них.

3. Втрата робочих місць. У зв'язку зі зменшенням обсягів продажів та завантаженості туристичних об'єктів компанії змушені скорочувати штат працівників. Через нестабільність у туристичній галузі багато фахівців шукають роботу в інших сферах, що призводить до втрати кваліфікованих кадрів. Інвестори стають більш обережними у періоди нестабільності, що призводить до заморожування будівництва нових готелів, курортів чи розважальних комплексів.

4. Погіршення якості послуг. Скорочення інвестицій у сервіс призводить до економії на якості послуг. Скорочення зарплат або страх втратити роботу негативно впливають на мотивацію персоналу, що в свою чергу відбивається на якості обслуговування. Якщо туристичні послуги погіршуються через економічну кризу, це може призвести до втрати довіри з боку клієнтів, що важко відновити навіть після стабілізації ситуації.

Підвищення якості послуг у сфері міжнародного туризму є ключовим фактором, який сприяє покращенню результатів діяльності туристичної галузі через підвищення задоволеності туристів, їхню лояльність та позитивний імідж країни чи регіону як туристичного напрямку. Висока якість послуг створює позитивні враження у туристів, стимулює їхню повторну поїздку та надання рекомендацій іншим, що в свою чергу сприяє зростанню туристичного потенціалу та підвищенню доходів від туризму [3].

Аналіз ризиків у туристичному бізнесі показує, що галузь є вразливою до глобальних криз, економічної нестабільності та соціально-політичних змін. Найбільш критичними факторами, що спричинили зростання збитковості підприємств, стали пандемія COVID-19, воєнний стан та коливання купівельної спроможності населення. Проведений аналіз підтверджує необхідність адаптації туристичної галузі до сучасних викликів та розробки заходів підтримки для зменшення фінансових втрат підприємств.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Тебенко В.М., Завадських Г.М., Лисак О.І. Інноваційні складові відновлення сфери туризму. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*, 2022. №3(70). С. 70-75. DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.70-13>
2. Питома вага підприємств, які отримали збиток, у загальній кількості підприємств, за видами економічної діяльності у розрізі регіонів (2014–2022) URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 10.02.2025 р.)
3. Демко В.С. Стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного* / За ред. Т. І. Яворської. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2024. № 3 (52). 148 с. С. 8-18. DOI: <https://doi.org/10.32782/2519-884X-2024-52-1>

Науковий керівник к. е. н., доцент Тебенко В. М.

**Міністерство освіти і науки України**  
**Національний університет біоресурсів і природокористування України**  
**Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця**  
**Національний університет харчових технологій**  
**Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного**  
**Полтавський фаховий коледж підприємництва і ресторанного бізнесу**  
**Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства**

# **ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ**

## **ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

### **ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**12 березня 2025 року, Київ**

**КИЇВ 2025**

УДК 338.48:339.923:061.1ЄС(477)

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради ННІ неперервної освіти і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол №9 від 20 березня 2025 р.)*

**Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України:** збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції (12 березня 2025 р.). Київ: НУБіП України. 2025. 350 с.

#### **Редакційна колегія:**

**Мельниченко С. В.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

**Сердюк М. Є.** – доктор технічних наук, професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

**Олюніна С. Л.** – викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

У збірнику тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції висвітлюються результати наукових досліджень студентської молоді з питань, присвячених євроінтеграційним процесам у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу України. У матеріалах розглядаються виклики та перспективи адаптації галузі туризму в умовах євроінтеграції, інноваційні технології в закладах HoReCa, туристичне країнознавство, організація дозвілля молоді.

Конференція проводиться з метою посилення профорієнтаційної роботи із залучення активної шкільної молоді до навчання в НУБіП України, посилення наукової складової підготовки здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» і «Магістр», оприлюднення результатів їх дослідницької роботи, підвищення ефективності, якості наукових досліджень, обміну досвідом і представлення результатів науково-дослідної діяльності, обговорення дискусійних питань та визначення пріоритетів подальшого розвитку науки.

Видання розраховане для здобувачів вищої освіти, дослідників, викладачів, суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори. Позиція редакції не завжди може збігатися з точкою зору автора.

© Колектив авторів, 2025

© НУБіП України, 2025