

- забезпечення сучасною комп'ютерною технікою.

**Основні висновки.** Підводячи підсумки, можна сказати, що міжнародні корпорації, які припускають успішне та довгострокове існування на ринку повинні приділяти більше уваги стратегічному плануванню. Тому що в умовах нинішньої ринкової економіки господарюючі суб'єкти не можуть успішно працювати без наявності обґрунтованого стратегічного плану.

### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Білик Р. С. Міжнародний менеджмент [Текст] : навч. посіб. / Р. С. Білик, Р. Р. Білик ; Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. – Чернівці : Чернів. нац. ун-т, 2010. – 319 с. : рис., табл. – Бібліогр.: с. 319 с.
2. Галушка З. І. Стратегічний менеджмент [Текст] : навч.-метод. посіб. / З. І. Галушка, І. Ф. Комарницький ; Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. – Вид. 2-е, допов. та переробл. – Чернівці : Букрек, 2011. – 239 с. : табл., рис. – Бібліогр.: с. 237 с.
3. Гоголь Г. П. Міжнародний маркетинг [Текст] : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. України всіх форм навч. напряму "Економіка і підприємництво" (менеджмент) / Г. П. Гоголь ; Національний ун-т "Львівська політехніка". – Л. : Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2004. – 147 с.
4. Ігнат'єва І. А.. Стратегічний менеджмент: теорія, методологія, практика [Текст] / І. А. Ігнат'єва ; Київський національний ун-т технологій та дизайну. – К. : Знання України, 2005. – 250 с.
5. Куриляк В.Є. Міжнародний менеджмент [Текст] : навч. посібник / В. Є. Куриляк ; Тернопільська академія народного господарства. – Т. : Карт-бланш, 2004. – 268 с.

**Бачурський Олександр,**  
студент 6 курсу  
гуманітарно-економічного факультету  
Наук. керівник: **Н. І. Бабіна,**  
старший викладач (БДПУ)

### **АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ РЕЙТИНГУ УКРАЇНИ ЗА ІНДЕКСОМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОДОРОЖЕЙ І ТУРИЗМУ**

За останні десять років туризм став одним із найвпливовіших факторів для зростання економік держав та регіонів. На сьогодні важливим завданням для нашої країни є залучення іноземних туристів, що стимулюватиме наповнення державного бюджету та стрімкий розвиток інфраструктури.

**Аналіз останніх досліджень.** Сучасні тенденції міжнародного туризму, а також питання щодо розвитку конкурентоспроможного ринку туристичних послуг досліджували зарубіжні та вітчизняні вчені, а саме: В.Гудак, П.Ебергардт, Дж.Уокер, Г.Долматова, Є.Єгорова, О.Любіцева, М.Мальська та інші.

**Мета і методи дослідження.** Мета – вивчення стану конкурентоспроможності України у галузі туризму. Методи: комплексного та системного аналізу, диференціація й інтеграція, дослідження.

**Сутність дослідження.** Індекс конкурентоспроможності країн у сфері подорожей та туризму дає змогу всім зацікавленим сторонам працювати разом задля покращення конкурентоспроможності національних економік. Оновлена з 2017 р. методика складання Індексу конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму включає в себе 4 субіндекси, які ґрунтуються на 90 показниках, згрупованих у 14 складових. Це такі субіндекси, як: «сприятливість середовища», «політика туризму і створення сприятливих умов», «інфраструктура» та «природні та культурні ресурси» [1].

Зауважимо, що за оцінками експертів UNWTO, міжнародний туризм багато років поспіль зростає та продовжує демонструвати стійкість, незважаючи на перепони, які пов'язані із забезпеченням безпеки.

Згідно рейтингу перше місце посіла Іспанія. Також до топ-десятки увійшли: Франція, Німеччина, Японія, Великобританія, США, Австралія, Італія, Канада та Швейцарія.

Україна, маючи всі передумови для сталого розвитку економіки за рахунок туризму, все ще поступається багатьом країнам світу. Країна за Індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму 2017 р. отримала оцінку 3,5 бали з семи можливих і опинилась на 88 місці. В порівнянні з 2013 р., коли Україна посідала 76 сходинку з 140 країн світу, у 2017 р. країна втратила 12 позицій.

*Таблиця 1*

**Зміна позицій України та деяких країн світу за індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму**

Країна / Рік, к-сть країн	Україна	Єгипет	Македонія	Грузія	Туреччина
2013 (140)	76	85	75	66	46
2015 (141)	*	83	82	71	44
2017 (136)	88	74	89	70	44

Внесок туристичної сфери України експертами оцінюється у 1,3 млн. дол. США або 1,4% ВВП, в українській сфері туризму зайнято 214,4 тис. осіб або 1,2% від загального числа зайнятих. Для порівняння, у Польщі туристична сфера оцінена у майже 8 млн. \$ США або 1,7% ВВП, занятість – 275, 4 тис. осіб або 1,7%. Як показує аналіз, в нашій країні бізнес-середовище не сприяє максимальному розвитку турсфери, про що свідчить 124 місце за цією складовою. Також негативний вплив має рівень безпеки в країні – 127 місце [2,3].

Безумовно, в кожній з 14 укрупнених складових індексу є характеристики, згідно яким наша країна має більш високі або низькі оцінки.

За підсумковими результатами цього дослідження ми побачили, на жаль, що можливості розвитку туризму в Україні використовуються

недостатньо.

**Основні висновки.** Згідно з прогнозами UNWTO на індустрію подорожей і туризму очікує подальше зростання, лібералізація умов перетину кордонів, проникнення інформаційних технологій, тощо. Отже, Україні варто ретельно визначити пріоритети розвитку туризму як сфери, яка створить позитивний імідж країни на міжнародному турринку.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Захарченко П.В. Дослідження динаміки складових індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму України в рейтингу країн світу / П.В. Захарченко, Н.І. Бабіна // збірник «Економічний вісник ЗНТУ», листопад, 2017.

2. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 [Electronic resource]. – Режим доступу: [www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017](http://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017)

3. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 [Electronic resource]. – Режим доступу: [www.reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/index-results-the-travel-tourism-competitiveness-index-ranking-2015/](http://www.reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/index-results-the-travel-tourism-competitiveness-index-ranking-2015/)

**Брезицька Лілія,**

студентка 4 курсу

гуманітарно-економічного факультету

Науковий керівник: **Н. І. Бабіна**, ст. викл.

#### **ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ**

**Актуальність теми.** На сьогодні спостерігається інтенсивний розвиток моделювання корпоративної культури, а саме, в теоретичних та практичних роботах щодо підприємств у цілому та готельного бізнесу зокрема.

**Ступінь досліджуваності проблеми.** Проблематиці корпоративної культури приділили увагу вітчизняні науковці: Л. Лук'янова, А. Бурлакова, Н. Вецепура, В. Федорченко, В. Зубенко, С. Ковалевський, В. Гончаров, Л. Савчук, І. Качан, А. Филлер. Проте у контексті систематичності це питання потребує подальшого розгляду.

**Мета та методи дослідження.** Визначити особливості формування корпоративної культури готельних мереж. Методи – аналіз, узагальнення.

**Сутність дослідження.** Під корпоративною культурою (КК) вважають систематичність формальних та неформальних положень, вимог і засад діяльності, особистих і загальних інтересів, властивостей поведінки колективу цієї організаційної структури, манері керівництва, даних задоволеності робітників умовами роботи, ступеня взаємної співпраці та сумісності працівників між собою, поглядів на перспективи розвитку [1].

КК готельних мереж універсальна та прийнятна для кожного готелю,