

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Колеснікова О.В., здобувач вищої освіти

Тонких О.Г., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу

Київський національний університет технологій та дизайну

Економічна безпека туристичного підприємства полягає у його здатності протистояти внутрішнім та зовнішнім загрозам, забезпечуючи стабільний розвиток та ефективне використання ресурсів. Це не лише захист від можливих негативних впливів, а й здатність підприємства своєчасно виявляти ризики та реагувати на них відповідними управлінськими рішеннями. Туристичний бізнес особливо вразливий до впливу зовнішнього середовища, зокрема до коливань валютного курсу, змін у законодавстві, туристичних потоків, природних катастроф, а також до внутрішніх проблем, як-от неефективне управління, фінансові зловживання чи нестача кваліфікованого персоналу. Тому економічна безпека є ключовою умовою збереження конкурентних переваг та досягнення стратегічних цілей. [1]

Основними складовими економічної безпеки є: фінансова, техніко-технологічна, інформаційна, інтелектуально-кадрова, політико-правова, екологічна та охоронна. Фінансова безпека забезпечує стабільність грошових потоків, прибутковість і ліквідність підприємства, що є критично важливим у сезонному туристичному бізнесі. Техніко-технологічна складова включає впровадження сучасних інформаційних систем, онлайн-букінгу, CRM-систем, що дозволяє підвищити ефективність обслуговування клієнтів. Інформаційна безпека передбачає захист даних клієнтів і внутрішньої інформації підприємства від несанкціонованого доступу. Інтелектуально-кадрова безпека пов'язана із забезпеченням підприємства компетентними фахівцями, захистом інтелектуальної власності та формуванням позитивного морально-психологічного клімату в колективі. Політико-правова складова включає відповідність діяльності підприємства вимогам чинного законодавства, наявність правового захисту інтересів компанії. Екологічна безпека стає все більш актуальною, зважаючи на зростання екологічної свідомості туристів та потребу збереження природних ресурсів. Охоронна складова передбачає фізичний захист об'єктів, майна, клієнтів та працівників. [2]

Забезпечення економічної безпеки потребує запровадження інституційно-правових, організаційно-адміністративних, фіскально-економічних та соціально-психологічних механізмів. Інституційно-правові механізми охоплюють створення правового поля, сприятливого для ведення туристичного бізнесу, розвиток партнерських відносин з органами державної влади, участь у професійних об'єднаннях. Організаційно-адміністративні заходи включають побудову ефективної структури

управління, розробку чітких внутрішніх регламентів, аудит і контроль. Фіскально-економічні механізми спрямовані на оптимізацію податкового навантаження, зниження витрат, диверсифікацію джерел доходу та залучення інвестицій. Соціально-психологічні інструменти мають на меті формування довіри до підприємства з боку працівників, клієнтів і партнерів, підвищення мотивації персоналу, створення позитивного іміджу підприємства та бренду країни в цілому. Економічна безпека стає результатом системного підходу до управління всіма цими елементами. [3]

Фінансовий контроль є ключовим інструментом забезпечення економічної безпеки туристичного підприємства. Він дозволяє виявляти та мінімізувати фінансові ризики, забезпечуючи ефективне управління ресурсами та запобігання можливим загрозам. Контроль охоплює моніторинг доходів і витрат, оцінку рентабельності, аналіз фінансових звітів, управління дебіторською і кредиторською заборгованістю, виявлення фактів фінансових порушень або нераціонального використання коштів. Важливим є також проведення внутрішнього аудиту, який дозволяє оперативно реагувати на відхилення від запланованих показників. У сучасних умовах важливо впроваджувати автоматизовані фінансові системи, які дозволяють у режимі реального часу контролювати фінансову ситуацію, приймати обґрунтовані управлінські рішення та швидко адаптуватися до змін. [4]

Туристичні підприємства повинні постійно адаптуватися до змін зовнішнього середовища, таких як економічні кризи, політична нестабільність, зміни у споживчих уподобаннях, пандемії чи інші форс-мажорні обставини. Це вимагає не лише оперативного реагування, але й стратегічної гнучкості — здатності перебудовувати бізнес-моделі, шукати нові ринки збуту, розширювати спектр послуг. Важливу роль відіграє впровадження інновацій — нових технологій бронювання, цифрового маркетингу, мобільних додатків, які покращують клієнтський досвід та підвищують конкурентоспроможність підприємства. Постійний моніторинг ризиків, антикризове планування та розробка сценаріїв розвитку дають змогу зменшити негативний вплив зовнішніх загроз і своєчасно впроваджувати коригувальні дії. Таким чином, економічна безпека туристичного підприємства є не статичним станом, а динамічним процесом, що вимагає систематичної уваги та гнучкого управління. [5]

Список використаних джерел

1. Ковальська Л., Голій О., Голій В. Економічна безпека підприємства: сутність, структура та механізм забезпечення. Економічний форум <https://e-forum.com.ua/uk/journals/tom-13-1-2023/yekonomichna-bezpeka-pidpriyemstva-sutnist-struktura-ta-mekhanizm-zabezpechennya>
2. Лазарева А.П. Особливості економічної безпеки туристичних підприємств. Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpaeiv_2013_1\(2\)_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpaeiv_2013_1(2)_34)

3. Васильцев Т.Г., Лупак Р.Л., Рудковський О.В., Белікова С.А. Механізми та засоби забезпечення безпеки розвитку туристичної галузі в Україні. Tourlib.net https://tourlib.net/statti_ukr/gostjeva2.htm

4. Зайцева М.М. Фінансовий контроль як інструмент забезпечення економічної безпеки туристичного підприємства. Eurorub http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnyua_etp_2016_1_4.

5. Ящук В.І. Забезпечення економічної безпеки підприємств туристичної промисловості як запорука сталого розвитку туризму. Tourlib.net https://tourlib.net/statti_ukr/yaschuk8.htm

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО- УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Пресіч Н.Д., здобувач вищої освіти

*Тонких О.Г., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри
туризму та готельно-ресторанного бізнесу*

Київський національний університет технологій та дизайну

У сучасних умовах цифровізації та глобалізації маркетингове середовище зазнає суттєвих змін, що особливо відчутно в галузі туризму. Діджитал-маркетинг стає ключовим інструментом для комунікації з цільовою аудиторією, просування послуг та формування позитивного іміджу компаній. Водночас виклики повномасштабної війни в Україні кардинально змінили бізнес-ландшафт, змусивши туристичні підприємства оперативно адаптувати свої стратегії до нових реалій.

В. І. Ляшенко та О. С. Вишневський розглядають «диджиталізацію» крізь призму трансформації традиційного поділу економіки на первинний (сільське господарство та видобуток), вторинний (промисловість) і третинний (сфера послуг) сектори. На їхню думку, «цифровізація» не лише підсилює роль третинного сектору, а й докорінно трансформує усі три сектори економіки. Своєю чергою, дослідники О. В. Данніков і К. О. Січкаренко з Інституту економіки та прогнозування НАН України вбачають у «диджиталізації» нову парадигму розвитку як економіки, так і суспільства загалом. Вони підкреслюють, що цифровізація стимулює сучасні соціально-економічні трансформації, пов'язані з процесом інформатизації суспільства [2].

Особливості організації діджитал-маркетингу туристичних підприємств в умовах повномасштабної війни в Україні, на прикладі діяльності туристичної агенції «Join UP». Актуальність теми зумовлена стрімким розвитком цифрових технологій, які кардинально змінюють підходи до просування туристичних послуг, а також викликами, що постають перед бізнесом у період збройного конфлікту, економічної нестабільності та зміни поведінки споживачів.