

відображає різні спеціальні дієтичні запити. Відстежуючи час доставки їжі та аналізуючи запаси, щоб вчасно повідомити клієнта, якщо продукт недоступний, це технологічне рішення в кінцевому підсумку забезпечує ефективну комунікацію, чіткі робочі процеси, стабільну роботу кухні.

7. *Технології очищення повітря.* Коли клієнти все ж відвідують заклади громадського харчування, дуже важливо, щоб вони відчували себе в безпеці та комфорті. Модернізація систем санітарної обробки повітря за допомогою сучасних технологій очищення є одним із передових трендів у ресторанній індустрії. Така технологія, як біполярна іонізація, яка очищає повітря та поверхні у внутрішніх приміщеннях шляхом нейтралізації забруднюючих речовин, є нешкідливою для людини та показує позитивні результати. Як і системи, які використовують ультрафіолетове світло для дезінфекції повітря і поверхонь.

Кожна криза має свої переваги. Пандемія коронавірусу COVID-19, можливо, і порушила «звичайний бізнес» та спричинила деякі кардинальні зміни в обслуговуванні клієнтів, але цей збій також побудив багатьох рестораторів прискорити впровадження технологічних інновацій, пришвидшити зміни та переосмислити концепцію бізнесу. Новітні технології, пропонуючи унікальні рішення для ресторанів, роблять сферу обслуговування більш ефективною, безпечною та екологічною.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ільніцька Ю. Б., Ліпінська К. В. Використання QR-коду у сфері ресторанного обслуговування // Стратегії та інновації: актуальні управлінські практики: Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Кривий Ріг, 28 квітня 2018 р.). Кривий Ріг : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2018. 559 с. С. 465-467.
2. Artificial Intelligence / Wikipedia. Вилучено з https://en.wikipedia.org/wiki/Artificial_intelligence.
3. Pezzini G. Kitchen Display System (KDS): What It Is, and Why You Need It in Your Restaurant Kitchen. URL: <https://www.lsretail.com/resources/kitchen-display-system-what-it-is-and-why-you-need-it-in-your-restaurant>.

*Павлюк С.І., кандидат економічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанної справи
та організації бізнесу,
Миколаївський національний аграрний університет,
Миколаїв, Україна
ORCID ID: 0000-0001-9093-5237*

АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

Протягом останніх десятиліть соціально-економічна система відчула на собі дію двох потужних криз – фінансова (2008-2010 рр.) та всесвітня епідемія коронавірусу (2020 року і до тепер), що відрізняються між собою природою та характером.

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

Вплив форс-мажорних обставин на індустрію гостинності став однією з головних проблем, особливо для малого і середнього бізнесу, що своєю масштабітністю. З часів Другої світової війни людство не було свідком такого широкомасштабного потрясіння. Навіть найавторитетніше прогнозування наслідків пандемії для індустрії гостинності не може бути сьогодні абсолютно беззаперечним і кінцевим з однієї причини – ми не маємо аналогів, певних алгоритмів та відповідних порівнянь, не маємо наукової думки осмислення подібних процесів. Але не вивчати їх – це свідомо сприяти ще більшому поглибленню кризи у сфері індустрії гостинності, яка вочевидь уже розпочалася, і наслідки якої будуть відчутними повною мірою лише через значний проміжок часу [2].

Так, «пандемічна» криза викликала необхідність запровадження інноваційних заходів в антикризовому менеджменті, оскільки підвищена мобільність у світовій економіці та глобалізація є основними каталізаторами взаємозалежності виробничих систем, сфери обігу та інфраструктури як в середині країни, так і на світовому рівні.

З метою запобігання згубного впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на організацію слід використовувати антикризовий менеджмент як процес управління, що надає менеджерам можливість здійснити свої функції та оптимально вирішити проблемні питання.

Аналіз літературних джерел дає підставу стверджувати, що серед науковців та практиків не існує єдиного трактування сутності антикризового менеджменту або антикризового управління. Наявний категорійно-понятійний апарат даного твердження, визначає антикризове управління як функцію менеджменту, яка сприяє забезпеченню платоспроможності, зменшенню дії кризи, ліквідації її наслідків, та уникненню кризових ситуацій загалом.

Антикризове управління спрямоване на стабілізацію діяльності підприємства. Воно має забезпечити гнучкість та підвищити адаптивність підприємства до змін зовнішнього середовища, у тому числі і до тих, що негативно впливають на ринкову та фінансову стійкість підприємства. Крім того, антикризове управління повинно бути спрямоване на ефективне використання всіх внутрішніх ресурсів підприємства – фінансових, матеріальних, людських, виробничих. Тобто антикризове управління повинно носити комплексний характер і охоплювати не лише фінансову, а всі сфери діяльності підприємства, забезпечуючи їх збалансованість та ефективність. Під тиском заходів антикризового управління організацій на система повинна швидко повертатися до рівноваги після збурень [3].

Виходячи з особливостей антикризового управління можна визначити його мету, об'єкт, суб'єкт та функції, а саме:

– мета антикризового управління – це завчасне прогнозування, розпізнавання та подолання кризи. Реалізація поставленої мети досягається наявним балансом між ситуаційними вимогами, та особистими якостями управлінського персоналу підприємства з урахуванням компетентності, досвіду, та готовності колективу до співробітництва;

– об'єкт антикризового управління – це сама криза, що розвивається на підприємстві, її усунення та запобігання;

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

– суб'єкт антикризового управління – управлінський персонал підприємства, що володіє знаннями, фаховими компетенціями та необхідними ресурсами, а також виконує цілеспрямовані дії;

– функції антикризового управління – розкривають визначені дії (саме такі, які необхідно виконати) з метою успішного керівництва підприємством в умовах майбутньої кризи, під час кризи та післякризовий період.

Як вважає Василенко В.О. суть антикризового управління виражається в наступних положеннях: кризи можна передбачати, очікувати і викликати; кризи у визначеній мірі можна прискорювати, випереджати, відсувати; до криз можна і необхідно готуватися; кризи можна пом'якшувати; управління в умовах кризи вимагає особливих підходів, спеціальних знань, досвіду і мистецтва; кризові процеси можуть бути до визначеної межі керованими; управління процесами виходу з кризи здатне прискорювати ці процеси і мінімізувати їхні наслідки [5, с.23].

Як вважають дослідники [6] «... сектор туризму є одним із найбільш постраждалих у світі від спалаху COVID-19, який впливає як на попит, так і на пропозицію, що провокуватиме подальший регрес в умовах слабкої світової економіки, геополітичної, соціальної та торговельної напруженості, а також нерівномірної ефективності серед основних виїзних ринків подорожей. Світова криза в секторі туризму не оминула й Україну, проте поки держава навіть не має можливості підрахувати збиток, нанесений коронавірусом і карантинном. Після формування та подання річної фінансової та статистичної звітності за 2020 рік можливо буде зробити фактичну кількісну оцінку збитків. Дане явище впливає на ефективність антикризових заходів у сфері туризму».

Автори навчального посібника зазначають, що ризик у туризмі можна розглядати «... як виробничий (ймовірність невиконання підприємством своїх зобов'язань за контрактом: ризики у реалізації, помилки у ціновій політиці, ризик банкрутства), фінансовий (кредитний, процентний, валютний ризик, ризик втраченої фінансової вигоди);), інвестиційний (впровадження на ринок нових туристичних продуктів) і страховий (обумовлений непередбачуваними подіями) [7].

Відповідно Любіцева О.О. наголошує на пріоритетності таких видів ризику як: мінливість попиту, випередження пропозиції над попитом, стихійні лиха та природні катастрофи [8]. У свою чергу Кудла Н.Є. виділяє ризики функціонального (якою на практиці виявиться послуга), фізичного (чи реалізація послуги не буде загрожувати життю чи здоров'ю туриста), фінансового (чи варто витратити кошти на реалізацію продукту), психологічного (як придбана послуга вплине на почуття гідності клієнта) та суспільного (пов'язані з впливом купівлі туристичного продукту на соціальний профіль туриста в межах його оточення) характеру [9].

За визначенням Міжнародного центру сталого туризму (International Centre for Sustainable Tourism) управління ризиками в контексті туризму відноситься до планування та реалізації процесів, що спрямовані на подолання несприятливих наслідків криз і катастроф, які мають вплив на галузь туризму. Також це потенційні можливості сфери туризму для вдосконалення систем і процедур його функціонування [10].

Всесвітня туристична організація (United Nations World Tourism Organization) визначала наступні групи ризиків, що мають вплив на безпеку відвідувачів, власників садиб та працівників сфери:

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

1. Ризики соціального та інституційного характеру (дрібна та організована злочинність, насильство, тероризм та незаконне втручання, війни, соціальні конфлікти, політичні та релігійні заворушення).

2. Ризики туристичної діяльності та суміжних галузей (такі галузі як транспорт, спорт та торгівля можуть становити загрозу для туриста, його фізичного стану, економічних інтересів). Це викликано низькими стандартами інфраструктури (наприклад, пожежостійкість, санітарні умови); невідповідність законодавства, шахрайство в комерційних операціях тощо.

3. Ризики, пов'язані з індивідуальними мандрівниками (захоплення небезпечними видами спорту, споживання шкідливої їжі та напоїв, подорожі зі слабким здоров'ям, порушення конфлікту місцевими жителями, обіг незаконних речовин, відвідування небезпечних районів, втрата особистих речей, документів, грошей тощо).

4. Ризики екологічного та фізичного характеру (незнання характеристики місця призначення, а особливо флори і фауни, відсутність превентивного медичного обслуговування перед поїздкою (щеплення, профілактика), недотримання санітарних норм споживання їжі (наприклад, вулична їжа), ймовірність потрапити під вплив непередбачуваних природних катаклізмів [10].

Узагальнюючи викладене, приєднуємося до думки Білецької І.М., яка джерелами кризи у туризмі визначає внутрішні (внутрішньо-організаційні) та зовнішні (поза-організаційні) ризики, що зумовлені впливом антропогенних та природних детермінантів (рис. 1).



Рис. 1. Джерела кризових явищ у туризмі
Джерело: побудовано за матеріалами [11]

З метою визначення ефективних інструментів антикризового управління слід пам'ятати, що небезпека та ризик – це дві різні речі. Небезпека є джерелом потенційної шкоди (для громади або організація), а ризик – це ймовірність того, що щось станеться або матиме цільовий вплив. Зокрема, може існувати високий рівень ризику того, що небезпека вплине на місцеву територіальну громаду наприклад, або низький рівень ризику (тобто ймовірності) впливу небезпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Черленяк І.І., Курей О.А. Виклики антикризового управління економікою в умовах пандемії. Науковий вісник Ужгородського Університету. Серія Економіка. Випуск 1 (55). URL: <http://visnyk-ekon.uzhnu.edu.ua/article/view/213451>.
2. Zinchenko, V., & Dubchak, Y. (2020). Проблеми впливу форс-мажорних обставин на індустрію гостинності (на прикладі пандемії COVID-19). Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм, 3(2), 209-218. <https://doi.org/10.31866/2616-7603.3.2.2020.221279>
3. Мостенська Т.Л., Юрій Е.О. Інструменти антикризового управління. Український журнал прикладної економіки. 2019. Том 4. № 1. С. 64-72. URL: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2019/11/ujae_2019_r01_a08.pdf.
4. Балаш Л.Я., Бінерт О.В., Лисюк О.В. Особливості антикризового управління підприємствами. Приазовський економічний вісник. 2019. Випуск 3(14). URL: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/25.pdf.
5. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2003. 504 с.
6. Світлична В.Ю., Тонкошкур М.В., Кравцова С.В. Туризм під час пандемії: стан та перспективи розвитку. Інфраструктура ринку. 2020. Випуск 49. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/49_2020_ukr/38.pdf.
7. Розвиток туристичного бізнесу регіону : навчальний посібник / І.М. Школа, Т.М. Ореховська, О.П. Корольчук; за ред. І.М. Школи. Чернівці : Книги–XXI, 2007. 292 с.
8. Любіцева О.А. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ: Альтерпрес, 2002. 436 с.
9. Кудла Н.Є. Менеджмент туристичного підприємства: підручник. Київ. Знання, 2012. 343 с.
10. Tourism Risk Management – An Authoritative Guide to Managing Crises in Tourism. URL: <https://cutt.ly/kO8e4IZ>.
11. Білецька І.М. Антикризовий менеджмент в туризмі. Ефективна економіка. 2016. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4898>.

*Русавська В.А., кандидат історичних наук, професор,
професор кафедри готельно-ресторанного
і туристичного бізнесу
Київський національний університет культури і мистецтв,
Київ, Україна
ORCID ID: 0000-0002-2741-6597*

УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕЧНІСТЮ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ЗАСАДАХ ПРИНЦИПІВ НАССР

Тенденція економічних процесів в умовах глобалізації, що наразі відстежується на ринку товарів та послуг, стала детермінантою загострення