

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
Навчально-науковий інститут економіки і права
Кафедра туризму і готельно-ресторанної справи



ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

*Матеріали VII Міжнародної
науково-практичної конференції*

18 травня 2023 р., м. Черкаси

ЧЕРКАСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО
Навчально-науковий інститут економіки і права
Кафедра туризму і готельно-ресторанної справи

Черкаська обласна державна адміністрація
Університет Грінвіча (Велика Британія)
Яський державний університет ім. А.Й. Кузи (Румунія)
Празький університетський коледж (Чехія)
ISMA Вища школа менеджменту інформаційних систем м.Рига (Латвія)
Гуманітарно-природничий університет імені Яна Длугоша в Ченстохові (Польща)
Державний Університет ім. А. Руссо (Молдова)
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»
Уманський національний університет садівництва
Національний університет біоресурсів і природокористування України

ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

*Матеріали VII Міжнародної
науково-практичної конференції*

(18 травня 2023 р., м. Черкаси)

Черкаси
Видавець Юлія Чабаненко
2023

УДК 338.48:33214

ББК 65.43

Т 88

Рецензент: **Семикіна М. В.**, професор кафедри економіки та підприємництва, Центральноукраїнський національний технічний університет (м. Кропивницький), доктор економічних наук, професор

*Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради
Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького
(протокол № 10 від 11 травня 2023 року)*

Відповідальні за випуск Красномоєць В. А., Пасека С. Р.

Т 88 Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспективи : матер. VII Міжнар. наук.-практ. конф. (18 травня 2023 р., м. Черкаси). – Черкаси : Вид-ць Юлія Чабаненко, 2023. – 213 с.

У збірнику представлені статті вчених, молодих дослідників, представників туристського бізнесу, присвячені теоретичним і прикладним питанням туризму і гостинності, маркетингу та менеджменту у сфері туризму і гостинності, економічним проблемам у розвитку туризму і готельно-ресторанного бізнесу, професійному розвитку персоналу і корпоративній культурі, формуванню соціального капіталу у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу, інфраструктурі туризму, аспектам конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі, розвитку окремих видів туризму, організації дозвілля та відпочинку туристів, міжнародному співробітництву в галузі туризму.

Усі матеріали надруковано у авторській редакції. Відповідальність за зміст публікації покладено на авторів.

ББК 65.43
© ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2023

<i>Слатвінська Леся Анатоліївна, Букатинська Анастасія Петрівна, Бричук Юлія Володимирівна</i>	58
Особливості розвитку туризму за участі громадських організацій та грантових фондів	

Секція 2. Актуальні питання розвитку туризму і готельного господарства в Україні та світі.

<i>Атак Анастасія Олександрівна, Нецадим Людмила Миколаївна</i>	61
Standardization and certification of bar service products	
<i>Галенко Яна Олександрівна</i>	64
Перспективи розвитку малих готельних підприємств в Україні	
<i>Григорчак Ігор Михайлович, Подря Валерія Олександрівна</i>	66
Об'єкти всесвітньої спадщини ЮНЕСКО як туристичний ресурс	
<i>Дроботова Марина Володимирівна</i>	70
Створення і реалізація туристичного іміджу України	
<i>Жук Юрій Ігорович, Лемега Надія Михайлівна</i>	74
Практичні аспекти розвитку сучасного готельного бізнесу України у контексті кризових явищ в індустрії гостинності	
<i>Козюра Яна Вікторівна</i>	77
Аналіз анімаційних програм вітчизняних готельних комплексів	
<i>Кравченко Артем Володимирович</i>	80
Досвід організації фестивального туризму в країнах Європи	
<i>Кучер Маргарита Миколаївна</i>	84
Аналіз тенденцій розважальних послуг в готелях	
<i>Луценко Владислав Вячеславович</i>	87
Тенденції діджиталізації в туризмі	
<i>Мальська М. П., Біланюк В. І., Зінько Ю. В., Андрейчук Ю. М.</i>	89
Геопросторова організація рекреації і туризму у львівській агломерації	
<i>Остапцев Євгеній Юрійович</i>	94
Нейромаркетинг як інструмент дослідження споживчої поведінки туристів	
<i>Остропольська Катерина</i>	97
POSHTELS - актуальний тренд розвитку хостелів	
<i>Павлюк Анатолій Анатолійович, Дьякон Антоніна Анатоліївна</i>	100
Сучасні напрямки співробітництва України та країн Балтії у туристичній галузі	
<i>Пасічник Владислав Олексійович; Барвінок Наталія Володимирівна</i>	103
Adaptive strategies of enterprises in the hospitality industry in the conditions of the crisis related to global security factors	
<i>Пащенко Валерія Костянтинівна</i>	106
Стан та тенденції розвитку видів туризму в Центральній Україні	

Pasichnyk V. O.
student of higher education
Supervisor: Barvinok N.

Lecturer
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University
Uman, Ukraine

ADAPTIVE STRATEGIES OF ENTERPRISES IN THE HOSPITALITY INDUSTRY IN THE CONDITIONS OF THE CRISIS RELATED TO GLOBAL SECURITY FACTORS

The emergence of crisis situations caused by global security factors for tourism business enterprises of Ukraine and the world as a whole is one of the most pressing issues today. A number of global security factors, which are a component of the external macro-environment that directly affects tourism business enterprises, often cause crises that can threaten tourism activities and the development of the tourism industry, because most tourists are guided by security conditions when choosing a vacation.

It should be noted that global security factors have had an impact on Ukraine's tourism sector ever since Ukraine gained independence. And, according to G. I. Zabrodska and S. M. Zhuravlyova, the slow development of tourist destinations in Ukraine and tourism as a whole has been dependent on crisis conditions for a long time, namely: terrorist acts (2001, 2016), economic crises phenomena (2008–2009, 2010–2013), political cataclysms and the annexation of part of the territory of Ukraine (2013–2022), the spread of viral diseases and the use of anti-pandemic measures (2003, 2015, 2019–2021) y.), and especially, from the full-scale invasion of Ukraine from February 24, 2022 and military operations on its territory until today [1].

However, studies show that the Russian-Ukrainian war, which began in 2014 and continues to this day, and the pandemic caused by the dangerous virus COVID-19 had the greatest negative impact on the tourism sphere of Ukraine. Since 2014, as a result of the annexation of the Autonomous Republic of Crimea by the Russian Federation, the occupation of parts of the Luhansk and Donetsk regions of Ukraine, and the initiation of hostilities by the aggressor country, there have been drastic changes in the number of inbound (almost halved) and outbound tourist flows. For example, in 2014, compared to the previous year, the number of outbound tourists decreased by 5.5%, and the number of inbound tourists decreased by 48.5%.

Of course, these are not the only crises that negatively affect the activity and development of tourism business enterprises, which are constantly under the stress of external challenges. Therefore, the emergence of a crisis associated with global security factors in today's conditions requires the application of adaptation strategies for tourism business enterprises, which provide for adaptation to external and internal negative conditions, as well as the use of crisis situations in order to increase their competitiveness and increase tourist flows. After all, the tourism industry, as a sphere of the economy,

which has a close relationship with other spheres and closely interacts with them, in a period of crisis, suffers both separately from them and in relationship with them.

In his research, L. M. Chepurda notes that tourism in crisis conditions should adapt and offer new directions and routes so that tourists travel and support the tourism industry, which will allow to preserve the tourism industry in Ukraine as a whole [2]. The same question is raised by I. Fedyshyn, who notes that traditional marketing measures for enterprises in the service sector, including enterprises in the tourism business, in conditions of instability of the external environment become less effective and do not work as before. The researcher emphasizes that the current situation requires rapid adaptation of business to it and innovations in anti-crisis management, primarily aimed at ensuring that the enterprise comes out of the crisis and establishes stable work [3].

G. I. Zabrodska and S. M. Zhuravleva, who note that the restoration of the effective activity of tourism business enterprises and the hospitality sector must take place in a controlled, purposeful manner with respect to all production processes, and ensuring the efficiency of the tourism industry requires the implementation of creative technologies in management algorithms at all stages exit from the crisis state. [1].

In the conditions of a crisis associated with global security factors, when the external macro-environment is poorly predictable and mostly does not depend on the efforts of the enterprise, ignoring the strategic context of activity by it can cause catastrophic consequences. Therefore, taking into account the above research and our own observations, we see that tourism business enterprises, which are among the most vulnerable in these conditions, face the question of choosing adaptation strategies.

We note that the adaptation strategies of enterprises are a certain general direction of the formation of adaptations of enterprises in conditions of crisis and tough market competition, which may be a consequence of the crisis.

In our opinion, in the context of the crisis, the following, one of the most important, areas of activity should be included in the adaptation strategies of tourism business enterprises: personnel strategy; customer orientation strategy; event strategy; security management strategy.

Personnel strategy involves purposeful and thoughtful management of personnel, their use and development in the direction of the strategic goals of the enterprise. In this case, the personnel strategy of the enterprise should cover a number of aspects of management, such as: improvement of the personnel structure; optimization of the number of personnel; consideration of personnel dynamics; increasing the efficiency of personnel costs; personnel development; social protection measures; development of organizational culture; improvement of the personnel management system.

In addition to this list, in today's personnel strategy of a tourist enterprise, ensuring the safety of personnel, which is an integral part of the full functioning of personnel, should occupy a special place.

A customer-oriented strategy is very important in a crisis, because in conditions of increased danger, it is important to take into account the psychological features of customers, their financial capabilities and the choice of a safer vacation. Applying a

customer-oriented strategy is a necessary step in the tourism industry, where the technological process is associated with human-human interaction, and the only way to retain a consumer is to individualize relationships based on the principles of sincere partnership and create a "wow effect".

The strategy of customer orientation is one of the leading approaches to the adaptation strategies of tourism business enterprises in crisis conditions, and involves the following tasks: focus on customer retention; individual communications with clients; collaboration based on relationships rather than products; formation of business relations with a contingent of clients; creating a "wow effect"; improving the loyalty system; ensuring the safety of tourists; creation of a new tourist product using a crisis situation.

An important place in the crisis is occupied by the event strategy, which provides for the activation of the activities of tourist enterprises by conducting various activities timed to events and holidays. However, in the case of an event strategy in the context of a crisis caused by global security factors, it is important to take into account all security issues, because conducting various large-scale events increases the risks to the life and health of tourists.

In the context of the crisis associated with global security factors, the strategy of security management still comes first. After all, any crisis situations involve the emergence of dangerous situations both for tourists and for employees of tourism business enterprises.

Therefore, taking into account the events in the world, and especially in Ukraine, and the emergence of a crisis related to global security factors, the activities of tourism business enterprises should be based on adaptation strategies, which provide for the adaptation of enterprises to external and, as derivatives, internal negative conditions. And more importantly, using them to increase your competitiveness and capture a larger share of the market.

References:

1. Zabrodskaya G. I., Zhuravlyova S. M. Development of tourist destinations in crisis conditions. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/15538/1/AKTUAL_NI_%20PROBLEMY_HOSTYNNOSTI_22-269-271.pdf (access date: 05/12/2023).
2. Chepurda L.M. Peculiarities of tourism development in Ukraine in crisis conditions. Materials of the 14th International Scientific and Practical Conference "Tourist and Hotel and Restaurant Business in Ukraine: Problems of Development and Regulation": March 23-24, 2023, Cherkasy: in 2 volumes. T. 1. Cherkasy: ChDTU, 2023. 175 p. P. 4-6.
3. I. Fedyshyn. Study of the impact of crises on the marketing strategy of service enterprises. Galician Economic Bulletin. T.: TNTU, 2022. Volume 78-79. No. 5-6. pp. 16–23 DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.05_06 (accessed 12/05/2023).