

Пальчиковська Д. Д.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**СТРАТЕГІЇ КЕРУВАННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ
В УМОВАХ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ**

В даній роботі розглядаємо актуальні проблеми, які виникають перед підприємствами туристичного бізнесу в Україні та світі через глобальні фактори небезпеки. Такі фактори, як терористичні акти, економічні кризи, політичні катаклізми та пандемії впливають на туристичну сферу вже протягом тривалого часу. Особливо важкими кризовими явищами для України стали військова агресія, яка розпочалася з 2014 р., та пандемія COVID-19. Статистичні дані свідчать про значний вплив цих подій і на міжнародну туристичну активність [1]. Зменшення кількості туристів ускладнило ситуацію для бізнесу. Навіть після часткового відновлення в 2021 р. туристичний сектор України не зміг відновитися через розпочате повномасштабне вторгнення країни-агресора. Тому туристичні підприємства стикаються з важливим завданням адаптації до змін зовнішнього середовища і використовують їх для підвищення конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг з метою виживання та зростання.

На вивченні впливу кризових явищ на туризм зосереджують увагу як зарубіжні, так і українські вчені, такі як К. МакМулан, С.С. Бекен, Н.С. Косар, Н.Є. Кузьо, Г.І. Забродська, С.М. Журавльова, О. Кириченко і багатьох інших. Вони аналізують різноманітні кризові явища, які впливають на туристичну сферу як в Україні, так і в світі. Дослідники розглядають вплив факторів макросередовища на функціонування підприємств туристичного бізнесу, звертаючи увагу на глобальний контекст, де діяльність таких підприємств безпосередньо залежить від різних кризових явищ.

Як уже зазначалося, одним із видів криз є глобальні безпекові фактори, такі як геополітична нестабільність, епідемії, природні катастрофи та економічні проблеми, які негативно впливають на туризм. Ці фактори часто взаємопов'язані між собою, що створює складні ситуації для підприємств туристичного бізнесу. Експерти наголошують на необхідності розвитку нових стратегій та інноваційного підходу до управління туристичним бізнесом в умовах кризи [2; 3]. Наприклад, необхідно пропонувати нові напрями та маршрути для туристів, щоб підтримати

туристичну галузь в цілому. Враховуючи зміни в зовнішньому середовищі, адаптаційні стратегії туристичних підприємств повинні бути гнучкими та швидкими, щоб бути успішно впровадженими у нових умовах і забезпечити стабільну роботу. Адаптація до кризи може включати такі стратегії як: кадрова стратегія, стратегія клієнтоорієнтованості, івент-стратегія, стратегія з управління безпекою.

Кадрова стратегія туристичного підприємства є ключовим аспектом управління персоналом, орієнтованим на досягнення стратегічних цілей. Ця стратегія охоплює різні аспекти, такі як оптимізація структури персоналу, підвищення ефективності витрат, розвиток персоналу та забезпечення соціального захисту. Особливу увагу слід звертати на забезпечення безпеки персоналу в умовах глобальних ризиків. Підготовка висококваліфікованих кадрів також важлива, оскільки успішність туристичного бізнесу залежить від компетентності персоналу. У контексті кризових ситуацій туристичні підприємства потребують лабільних фахівців, здатних адаптуватися до змін.

Стратегія клієнтоорієнтованості стає ключовим підходом у адаптації туристичних підприємств до кризових умов. Вона передбачає реалізацію таких завдань:

- орієнтація на збереження клієнтів;
- особисте спілкування персоналу з клієнтами;
- відносини, засновані на взаємодії, а не лише на продукті;
- формування ділових зв'язків з клієнтами;
- створення «wow-ефекту» для клієнтів;
- покращення системи лояльності;
- забезпечення безпеки туристів у будь-яких умовах;
- розробка нових туристичних продуктів, спрямованих на вирішення проблем, що виникають під час кризи.

що виникають під час кризи.

В умовах кризи важливо вивчати свою цільову аудиторію, зокрема її платоспроможність та мотиви. Івент-стратегія туристичного підприємства передбачає організацію нових заходів та подій як в межах туристичних програм, так і окремих заходів, які можуть привернути увагу туристів у складні часи. Тому ця стратегія може бути важливим інструментом, щоб залучати клієнтів та зміцнювати їхні відносини з підприємством. Для заходів, що можуть бути організовані в Україні, безпека має бути пріоритетом. Масові заходи можуть збільшити ризики для життя та здоров'я туристів. Тому поряд з іншими адаптаційними стратегіями,

стратегія з управління безпекою набуває першочергового значення. Під час кризових ситуацій, таких як пандемія, важливо дотримуватись карантинних заходів, обмежень та забезпечувати санітарно-гігієнічні умови для туристів. У воєнний період, безпека туристів вимагає дотримання спеціальних умов та обмежень, зокрема у відповідності з діючими комендантськими годинами та заборонами на відвідування певних територій та об'єктів.

Отже, умови кризи вимагають від туристичних підприємств, з одного боку, дотримання заборон та спеціальних вимог до організації максимально безпечних туристичних подорожей та екскурсій, а з іншого боку – креативності та гнучкості для утримання та набуття конкурентних переваг на ринку туризму.

Список використаних джерел:

1. UN Tourism: офіційний сайт. URL: <https://www.unwto.org/>.
2. Барвінок Н. Вплив глобальних безпекових факторів на розвиток міжнародного туризму в Україні. *Věda a perspektivy*. 2022. № 4 (11). С. 139-151. [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-4\(11\)-139-151](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-4(11)-139-151).
3. Кириченко О. Вплив кризових явищ на розвиток міжнародного туризму в країнах ЄС. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-39>.

Канд. екон. наук Редько В. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ «ЗЕЛЕНОГО» ІНВЕСТУВАННЯ В РОЗВИТОК ТУРИЗМУ

Холістична природа туризму обумовлює його наскрізні зв'язки з багатьма галузями економіки, що визначає його вагомий роль в переході до кліматичної нейтральності з одночасним вирішенням завдань економічного відновлення, подолання бідності й екологізації. Такий перехід вимагає перегляду підходів до здійснення поточних і майбутніх інвестицій. ЮН Туризм наголосила, що інвестиції виступають одним із пріоритетів для покращення туризму та розвитку майбутнього сектора, опублікувавши заклик для залучення «зелених» інвесторів і визначення дій міжнародного співтовариства, де підкреслила нагальну необхідність інвестування в навчальні проекти, у сталий розвиток інфраструктури, «зелену» трансформацію планети, інновації та технології. Такі інвестиції, що вкладаються