

Список використаних джерел

1. Державне агентство розвитку туризму. URL:<https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 26.04.2022).
2. Зануда, А. Коронавірус: скільки втрачає туризм. URL:<https://www.bbc.com/ukrainian/features-51870285> (дата звернення: 26.04.2022).
3. Кіндрик, Т. О., та Головінов, О. М. Інноваційна діяльність в туристичному господарстві України. URL:http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64053.doc.htm (дата звернення: 26.04.2022).

УДК 658.1 : 338.48

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СУБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ ТА ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ

В.С. П'янков, аспірант

Державний університет «Житомирська політехніка»

Ключові слова: розвиток, туризм, суб'єкт індустрії гостинності, управлінське рішення.

«Гостинність» як феномен надання прихистку мандрівникам, торговцям має давню історію та бере свій початок у середньовіччі. Термін «гостинність» має французьке походження та передбачає надання допомоги подорожуючим з житлом та харчуванням, тобто задоволенням первинних потреб людини у безпеці, втамуванні спраги та голоду, відпочинку.

Особливість сучасного сприйняття потенційного отримувача послуги проявляється у назві об'єкта надання послуги не «клієнтом» і «покупцем», а «гостем», що підкреслює турботливе ставлення до відвідувача суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу.

Розвиток гостинності є віддзеркаленням розвитку суспільства, економічної та геополітичної стабільності, розвитку інфраструктури, рівня та способу життя, уявлень щодо відпочинку, фінансової та фізичної можливості подорожувати, звичаю харчуватися поза домом.

В умовах стабільності розвиток суб'єктів індустрії гостинності характеризується еволюційним поступовим рухом, що передбачає диверсифікацію послуг, пропозицію комплексного підходу до задоволення потреб гостя. Управління розвитком на даному етапі має на меті зростання прибутковості.

Для країн з перманентною кризою є притаманним створення «нових» форм суб'єктів індустрії, що ґрунтуються на задоволенні специфічних потреб гостей у вузьких нішах з орієнтацією на коло високо лояльних відвідувачів. Прикладом можуть бути іноземні туристи, групи

представників певної субкультури, прихильники здорового способу життя, спортсмени, діти тощо. Метою управління розвитком в умовах нестабільності та перманентної кризи є збереження прибутку або утримання бізнесу на рівні беззбитковості.

Однак, найскладнішим є розвиток в умовах глибокої кризи, неочікуваної або складнопередбачуваної, що виникає під впливом екзогенних чинників. Криза – це час швидких управлінських рішень, адже передбачає реакцію менеджера в умовах невизначеності. Однак, саме криза висвітлює всі слабкі місця бізнесу та створює передумови для революційного розвитку. Оскільки гостинність є набуттям соціальної зрілості суспільства, проявом гуманності, розвиток суб'єктів індустрії гостинності проявляється у здатності не тільки не скорочувати спектру послуг, а і пропонувати нові в умовах кризових викликів.

Сорйозним випробуванням для суб'єктів гостинності стала пандемія Covid-19. На думку WTTC вплив пандемії на індустрію гостинності, зокрема туристичний сектор, виявиться у скороченні внеску до ВВП на 3,4 трлн.дол. та загрози щодо скорочення 121 млн робочих місць [1]. Найбільш вразливими до пандемії виявились суб'єкти індустрії гостинності через втрату можливості отримання прибутку з причини стрімкого скорочення потоку туристів. Зазначене вимагає від суб'єктів індустрії гостинності пошуку нових підходів та інструментів залучення гостей.

Прикладом антикризових заходів є створення у Чехії готелю для людей, хворих на Covid-19. Новим напрямом залучення гостей до польських хостелів стала пропозиція розміщення на період вимушеного 10-денного карантину, необхідного після перетину кордону.

Новим випробуванням як і для всього цивілізованого світу, так і для суб'єктів індустрії гостинності стала військова агресія російської федерації. Кожен шостий українець став вимущено переміщеною особою [2], 3,2 млн людей виїхало за кордон. Розвиток суб'єктів індустрії гостинності набув революційного характеру, відбулася стрімка переорієнтація з комерційного фокусу щодо отримання прибутку на соціальну функцію забезпечення первинних потреб, пріоритетно на безкоштовній основі.

З початком війни готелі та хостели країн Європейського Союзу надають прихисток біженцям з України. Спектр послуг розширюється: суб'єкти організують зустріч біженців на кордоні, трансфер до місця розміщення, забезпечують їжею та необхідним одягом, надають житло, допомагають в оформленні документів, надають інформаційні послуги, організують міні-курси по безпековій та фінансовій грамотності в країні перебування, створюють умови для полегшеної адаптації біженців через пропозицію вивчення мов.

Саме ці заходи створили передумови для поступового відновлення потоку міжнародних туристів та нівелювання впливу кризових явищ, актуалізації розвитку суб'єктів індустрії гостинності як у комерційному, так і соціальному вимірах.

Список використаних джерел

1. The future of travel & tourism in the wake of Covid-19. URL: [https://wtcc.org/Research/ Insights](https://wtcc.org/Research/Insights) (дата звернення: 05.02.2021)
2. Війна з росією: кожен шостий українець став переселенцем. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/04/21/novyna/suspilstvo/vijna-rosiyeyu-kozhen-shostyj-ukrayinecz-stav-pereselencem>

УДК 338.483.1

КРЕАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В ПЕРІОД ВІЙНИ

О.М. Полінкевич, доктор економічних наук, професор, професор
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Луцький національний технічний університет

Ключові слова: креативні технології, індустрія гостинності, військовий період, блокчейн, гість.

В сучасних умовах важливе значення набувають сучасні форми організації індустрії гостинності. Вони сприяють розвитку цього сектору економіки, забезпечують конкурентоспроможність та фінансову стійкість.

Креативні технології стають поширеними у всіх сферах діяльності підприємств індустрії гостинності, особливо у військовий період. Індустрія гостинності є сферою, де задовільняються потреби клієнтів у послугах, які пов'язані із відпочинком та організацією відпочинку.

Основними креативними технологіями, які в період війни активно використовуються на підприємствах індустрії гостинності є:

- 1) технології управління: аутсорсинг послуг, рекламні технології;
- 2) технології обслуговування: голосові помічники, біометрія, блокчейн;
- 3) технології інформаційні: штучний інтелект, хмарні технології, аналіз касових операцій, SaaS.

Поведінка гостя змінюється під впливом війни. Гість став більш вимогливим, прискіпливим та нетерплячим. Вони активно пишуть відгуки. За них прагнуть отримати знижки, подарунки. Більшість гостей ухвалює рішення на підставі інформації у соціальних мережах. Головне тут мобільність, яку можна отримати при всьому спектрі отримання послуг в індустрії гостинності. В період війни особливого значення набуває безпека та технології, які її забезпечують.

Таким чином, під впливом зміни уподобань гостей змінюються технології розвитку готельно-ресторанного бізнесу, приділяється увага безпеці та комфортним умовам перебування відвідувачів з мінімізацією фізичних контактів.