

БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ

Розглядаються ключові бізнес-стратегії підприємств індустрії гостинності та туризму для відновлення діяльності в умовах обмежень воєнного стану та післявоєнної відбудови України. Зокрема, ключовими напрямками адаптації бізнес-стратегій є: диверсифікація послуг, акцент на внутрішньому туризмі та впровадження інновацій і цифровізації.

Ключові слова: бізнес-стратегія, адаптація бізнес-стратегій.

The key business strategies of hospitality and tourism industry enterprises for resuming operations in the conditions of martial law restrictions and post-war reconstruction of Ukraine are considered. In particular, the key areas of adaptation of business strategies are: diversification of services, emphasis on domestic tourism and implementation of innovations and digitalization.

Keywords: business strategy, adaptation of business strategies.

Повномасштабне російське вторгнення в Україну у 2022 році завдало величезних збитків індустрії гостинності та туризму. Багато готелів, ресторанів, туристичних об'єктів були зруйновані або закриті через воєнні дії. Проте, з поступовою адаптацією України, підприємства цих галузей відносно швидко почали пристосовуватися та змінюватися, впроваджувати ефективні бізнес-стратегії, щоб відновити свою діяльність та залучити клієнтів. Звісно, що мова йде про ті території, де не ведуться активні бойові дії.

Досліджуючи та аналізуючи міжнародний досвід та українські реалії бізнес-стратегій вітчизняних підприємств щодо підвищення їх стійкості та конкурентоспроможності в умовах війни та у контексті післявоєнної відбудови [1; 2; 3] ми приходимо до висновку про необхідність адаптації стратегічного планування, адже існує багато відкритих питань, які потребують міждисциплінарного підходу та поглибленого аналізу. Серед них:

- визначення оптимальних бізнес-моделей та стратегій для відновлення та розвитку діяльності в нових ринкових умовах;
- підвищення адаптивності та гнучкості бізнес-стратегій для швидкого реагування на зміни та виклики, зумовлені наслідками війни;
- підвищення конкурентоспроможності підприємств шляхом впровадження інноваційних рішень, цифровізації, диверсифікації послуг;
- ефективне управління персоналом, розвиток необхідних компетенцій для успішної адаптації до нових умов;

- налагодження ефективної комунікації та партнерської взаємодії з усіма стейкхолдерами для відновлення та розвитку бізнесу;
- адаптація бізнес-процесів та операційної діяльності підприємств до специфіки післявоєнного ринку.

Комплексне вирішення окреслених питань дозволить стратегічному менеджменту підприємств індустрії гостинності та туризму успішно подолати кризові наслідки війни та ефективно функціонувати в умовах післявоєнної відбудови. На наш погляд, ключовими напрямками адаптації бізнес-стратегій підприємств індустрії гостинності та туризму в період післявоєнної відбудови мають стати такі:

1. закріплення диверсифікації послуг як обов'язкового елементу стратегічного планування. Одним із важливих стратегічних кроків для підприємств індустрії гостинності та туризму має бути диверсифікація своїх послуг. Це дозволить їм задовольнити більш широке коло клієнтів та знизити ризики, пов'язані з сезонністю чи іншими факторами (наприклад, внутрішньою міграцією, масовим переміщенням ВПО тощо). Наприклад, готелі можуть пропонувати не лише розміщення, а й організацію конференцій, кейтерингу, спа-процедур тощо. Ресторани можуть доповнити своє меню доставкою їжі, кейтерингом, проведенням майстер-класів з приготування страв. Туристичні агенції можуть розширити асортимент турпродуктів, включивши до нього місцеві екскурсії, оренду автомобілів, організацію локальних ділових поїздок тощо;
2. Фокусування на пріоритеті внутрішнього туризму. Акцент на внутрішній туризм необхідний об'єктивно. Враховуючи обмеження на вільне переміщення туристів на кордон у найближчий час, підприємствам варто зосередитись на розвитку внутрішнього туризму. Це передбачає розробку привабливих туристичних пропозицій для українських громадян, які зможуть подорожувати країною. Важливо вивчити потреби та вподобання місцевих туристів, запропонувати їм унікальні маршрути, екскурсії, заходи. Готелі, ресторани та інші заклади мають адаптувати свої послуги під запити внутрішніх відвідувачів.
3. Обов'язковий супровід основних бізнес-стратегій відповідними підтримуючими стратегічними рішеннями у контексті цифровізації та інновацій. Підприємства індустрії гостинності та туризму мають надалі на постійні основі активно впроваджувати цифрові технології та інноваційні рішення для підвищення ефективності своєї діяльності. Це може включати використання сучасних систем бронювання, управління готелями, мобільних додатків, чат-ботів для спілкування з клієнтами, Big Data для аналізу вподобань відвідувачів тощо. Інноваційні підходи можуть стосу-

ватися також розробки нових туристичних продуктів, впровадження технологій «розумного» готелю, використання альтернативних джерел енергії.

Реалізація зазначених пріоритетів потребує виявлення та обґрунтування конкретних векторів трансформації відповідних бізнес-моделей українських підприємств, а також ми підкреслюємо важливість застосування конкретних інструментів стратегічного менеджменту, які допоможуть підприємствам у галузі гостинності та туризму адаптуватися до змін ринкових умов та ефективно реагувати на виклики, серед яких можна виділити наступні: сценарне планування, бенчмаркінг, адаптивний підхід до стратегічного менеджменту, «компетентність та навчання», комунікація та взаємодія з усіма контрагентами тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Урсакій Ю. А., Пенюк В. О. Український бізнес в період війни: стан, проблеми та перспективи. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2022, №3(87). URL: http://herald.chite.edu.ua/2022_3/
2. Круглянко А., Глевчук В. Особливості державно-приватного партнерства у сфері економічної співпраці місцевого самоврядування та готельно-туристичного бізнесу прикордонних регіонів. *Трансформація готельно-ресторанного бізнесу регіону в умовах євроінтеграції : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Чернівці, 11 травня 2023 р.). Чернівці: Технодрук, 2023. С.187 – 191.
3. Долга Г. В., Хитрова О. А. Управління готельним господарством у кризових умовах: реалії сьогодення та світовий досвід. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2022, №41. URL: DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-41-6>.

А. О. Мяс, М. Ю. Троян

*Сумський державний педагогічний університет
імені А. С. Макаренка*

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вивчення ефективності та викликів, що виникають у використанні різних каналів комунікації для просування туристичних послуг. Дослідження виявляє ключові аспекти, такі як вплив соціальних медіа, традиційних маркетингових каналів та прямої взаємодії з клієнтами на успішність та конкурентоспроможність турпідприємств. Аналізуються стратегії покращення комунікаційних процесів та вирішення існуючих проблем з метою оптимізації маркетингових зусиль та забезпечення успішного позиціонування турпродукту на ринку.

Ключові слова: *турпродукт, підприємство, канали комунікації, соціальні мережі, ринок, конкурентоспроможність.*

Study of the effectiveness and challenges arising in the use of different communication channels for the promotion of tourist services. The study reveals