Київський національний університет імені Тараса Шевченка
кафедра країнознавства та туризму
Українська асоціація туристських аґенцій
Асоціація в`їзних туроператорів України
Інститут досліджень діаспори

ТУРИЗМ У XXI СТОЛІТТІ: ВИКЛИКИ ТА РЕАҐУВАННЯ

Матеріали
міжнародної науково-практичної конференції
Київ, 27 листопада 2020 р.

Київ - 2020

УДК 338.486.2(082)
Т86

Туризм у XXI столітті: виклики та реаґування [Матеріали міжнародної науково-практичної конференції]. – К.,2020. – 214 с.

Рекомендовано до друку Вченою радою географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка, протокол № 5 від 11 грудня 2020 р.

Рада конференції:
Губерський Леонід – академік НАНУ, ректор КНУ імені Тараса Шевченка, *співголова; Телемаху Луїс* – Надзвичайний та Повноважний Посол Республіки Кіпр в Україні, *співголова; Рудіч Антон* – президент Української асоціації туристських аґенцій; *Юхновець Марія* – президентка Асоціації в'їзних туроператорів України; *Олійник Ярослав* – академік НАПНУ, декан географічного факультету КНУ імені Тараса Шевченка; *Любіцева Ольга* – д.геогр.н., професорка, завідувачка кафедри країнознавства та туризму КНУ імені Тараса Шевченка; *Антоненко Володимир* – д.геогр.н., професор, завідувач кафедри міжнародного туризму Київського університету культури; *Архипова Людмила* – д.т.н., професорка, завідувачка кафедри туризму Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу; *Басюк Дарія* – д.е.н., професорка, завідувачка кафедри аграрного консалтингу і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України; *Дудник Іван* – д.геогр.н., професор, завідувач кафедри міжнародного туризму і країнознавства факультету міжнародних відносин Національного авіаційного університету; *Мальська Марта* – д.е.н., професорка, завідувачка кафедри туризму Львівського національного університету імені Івана Франка; *Меліх Олена* – д.е.н., професорка, завідувачка кафедри туристського бізнесу та рекреації Одеської національної академії харчових технологій; *Парфіненко Анатолій* – к.і.н., доцент, завідувач кафедри туристського бізнесу Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна; *Ткаченко Тетяна* – д.е.н., професорка, завідувачка кафедри туризму та рекреації Київського національного торговельно-економічного університету

Оргкомітет конференції:
Винниченко Ігор – к.г.н, доцент кафедри країнознавства та туризму КНУ імені Тараса Шевченка, директор Інституту досліджень діаспори; *Гринюк Діана* – к.г.н., асистентка кафедри країнознавства та туризму КНУ імені Тараса Шевченка; *Сировець Сергій* – к.г.н, доцент кафедри країнознавства та туризму КНУ імені Тараса Шевченка, *відповідальний секретар*

ISBN 978-617-674-053-7

Збірка матеріалів міжнародної науково-практичної конференції містить результати студіювань науковців, педагогів, аспірантів та студентів різних регіональних центрів, а також практиків туризму. У публікаціях висвітлюються та аналізуються питання ризиків у туристській індустрії, венчурного капіталу в туризмі, ризик-менеджменту в туризмі, вітчизняного та зарубіжного досвіду реагування на COVID-19, валютних та інвестиційних ризиків у царині туризму і рекреації, мінімізації ризиків в індустрії туризму, банкрутства підприємств туріндустрії, кадрового забезпечення інноваційної та креативної туристської діяльності.

© Винниченко І., упорядкування, 2020

ОГЛАВ

Ґратуляції 8

Ризики в туристській індустрії: сутність, види, характеристики

Винниченко І.
КРИЗА ЯК ШАНС ДЛЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ. ЧИ ГОТОВА ДО ЦЬОГО ВЛАДА?..... 12
Басюк Д.
СУЧАСНІ ВИДИ РИЗИКІВ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ…… 16
Білоус С., Масюк Ю., Красько А.
ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ РИЗИКИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТО-РАННИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ……. 19
Галюк І., Федюк М.
ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ РИЗИКІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИЗМУ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ……..... 22
Михайлюк О.
ОЦІНКА ЕКОЛОГІЧНОГО РИЗИКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ……... 23
Романів П.
УПРАВЛІННЯ ФАКТОРАМИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННИХ МЕРЕЖ ЯК ПОКАЗНИК ЯКОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ…… 26
Рутинський М., Кушнірук Г.
ВІЗІЇ ЕКСПЕРТІВ ЛЬВІВСЬКОГО МІЖНАРОДНОГО ФОРУМУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ 2020 ЩОДО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ…… 29
Igor Smyrnov, Jibo Tsuy
PROBLEMS OF MILITARY TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE AND POLAND IN BORDER REGIONS…… 33
Мацука В.
РИЗИК ІНОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ В ТУРИЗМІ……. 37
Осипенко К.
ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМАТИКА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ…… 39
Мельниченко С., Бабушкіна Р.
ІНВЕСТИЦІЙНІ РИЗИКИ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ…….. 41

Ризик-менеджмент в туризмі: вітчизняний та закордонний досвід

Завербний А., Мовчко М., Завербний С.
РЕПУТАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРІ ТУРИЗМУ: РИЗИКИ ТА ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ……..... 44

Важливим фактором прямої дії є діяльність конкурентів підприємств, які беруть участь у постійному змаганні за опанування споживчого ринку.

Друга група факторів які впливають на стан та розвиток ресторанних мереж – це **особисто-мотиваційні фактори**. Вони представляють собою достатньо складну групу факторів суб'єктивного характеру, діючих переважно комплексно та здійснюючих суттєвий вплив на вибір споживачів. Ця група факторів включає до себе підгрупи: соціально-демографічні; соціально-економічні; мотиваційні; поведінкові [3].

1) Підгрупа соціально-демографічних факторів включає до себе: чисельність споживачів, загальну кількість сімей і їх чисельний склад, етапи життєвого циклу родини, рівень освіти споживачів, національність, належність до релігійних концесій та інші.

2) Підгрупа соціально-економічних факторів включає до себе: загальну ємність ринку ресторанних послуг, сумарні грошовий прибуток споживачів, кількість вихідних днів, загальну структуру прибутків і витрат споживачів.

3) Підгрупа мотиваційних факторів має велике значення, так як фактично формує поведінку споживачів. До мотиваційним факторам відносяться: тип особистості, соціальні ролі та статус, менталітет споживачів, тип темпераменту, спосіб життя, цінності, орієнтації.

4) Підгрупа поведінкових факторів об'єднує фактори, які здійснюють вплив на поведінку споживачів при виборі та споживанні продуктів та послуг ресторанної індустрії. Вона включає до себе: ступінь інформованості споживачів про продукти і послуги, відношення до них та реакцію на їх споживання, статус користувача.

Таким чином, можна зробити висновок, що дослідження факторів, які впливають на стан та розвиток ресторанних мереж є необхідною складової їхньої діяльності, якості менеджменту, так як вони перебувають в безперервній взаємодії із зовнішнім середовищем та мають з ним зворотній зв'язок.

1. *Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О.* Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник. – К.:Центр навчальної літератури,2006. – 348 с.
2. *Архіпов В.В.* Організація ресторанного господарства: навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. – К.:Центр учбової літератури; Фірма «Інкос»,2007. – 280 с.
3. Дослідження факторів, які впливають на стан та розвиток національних ресторанних мереж [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.rusnauka.com/16_NPRT_2009/ Economics/47658.doc.htm.

Рутинський Михайло, Кушнірук Галина

ВІЗІЇ ЕКСПЕРТІВ ЛЬВІВСЬКОГО МІЖНАРОДНОГО ФОРУМУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ 2020 ЩОДО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

COVID-19 – це не лише системна криза, а й час для адаптивної трансформації, переосмислення власної ринкової ніші та підготовки до перезапуску туристичного, готельного і ресторанного бізнесу – таку тезу сьогодні постулюють та обґрунтовують науковці, управлінці та практики, які звикли протиставляти викликам адекватні стратегії реагування.

Львівський міжнародний форум індустрії туризму та гостинності – один з визнаних у світі манданчиків, що консолідує експертів і практиків, думки яких окреслюють дороговкази для туристичного бізнесу України [1]. От і цього року COVID-криза, навпаки, стала стимулом й активізувала діалог між владою, ГО та бізнесом щодо реагування на найбільшу кризу в туризмі за останні півстоліття [3]. Із дотриманням карантинних вимог 20–22 жовтня 2020 р. у межах форуму відбулися три співдотичні виставки: виставка-ярмарок «Львів ТурЕКСПО-2020», виставка «Готельний та ресторанний бізнес» та виставка «Континент розваг: Спорт. Відпочинок. Дозвілля».

Увага учасників була прикута до актуальних антикризових бізнес-семінарів:

- «ОМБІЗ формула – ефективний метод просування онлайн для бізнесів та інших організацій у сфері гостинності»;
- «Як урізноманітнити туристичний продукт. Історії успішних проектів та ідеї, як отримати вдячного клієнта та збільшити дохід» (організатор: Karpaty.info та Karpaty Travel)

Основні візії експертів-учасників Львівського міжнародного форуму індустрії туризму та гостинності 2020 щодо стану та перспектив туризму України були представлені на головному дискусійному майданчику форуму у рамках панельної дискусії «Мандруй Україною безпечно. Виклики 2020 та шляхи подолання проблем» за участю Державного агентства розвитку туризму України, органів державної влади, фахівців туристичної галузі, представників профільних бізнес-структур, ГО та ЗВО України.

Основними темами на панельній дискусії були: виклики та реагування галузі туризму у кризових реаліях; цьогорічний літній сезон у регіонах і містах України; прогнозування та плани на зимовий і літній сезони 2020−2021; розвиток ефективної комунікації дестинацій України; промоція дестинацій Центрами туристичної інформації; проект оновленого закону України «Про туризм»; нові цифрові технології розвитку внутрішнього туризму.

Рис. Стенди Львова та Івано-Франківська на «LVIV TOUREXPO 2020»
(на фото – працівники міськради Івано-Франківська, ГО «Дорога смаку Прикарпаття», Львівського інституту економіки і туризму)

Нижче наведемо декілька ключових, на думку авторів цієї публікації, візій експертів, озвучених на панельній дискусії «Мандруй Україною безпечно. Виклики 2020 та шляхи подолання проблем».

Голова Державного агентства розвитку туризму України Мар`яна Олеськів у on-line-форматі комунікації окреслила пріоритети державної політики в сфері туризму на 2021 р. А саме: розвиток внутрішнього туризму; покращення іміджу України у світі та збільшення кількості туристів з цільових ринків; розвиток ділового туризму; підвищення ефективності управління туристичною сферою.

Начальниця Управління туризму і промоції КМДА Марина Радова окреслила візії відновлення туристичного потенціалу Києва й інших великих міст України. Досвід Києва – це реалізація інноваційних та іміджевих заходів. Серед останніх, наприклад, безкоштовні промо-екскурсії центром міста; міжнародний Tourism Women Forum (4.09.2020); міжнародна промоція Києва як центра медичного туризму; подальше наповнення та просування туристичного порталу; лістинг міста в реєстрі ТОП-10 міжнародних сайтів для мандрівників і туроператорів; інші заходи КМДА у співпраці з громадськістю та турбізнесом.

Начальниця Департаменту туризму і курортів Львівської ОДА Наталія Табака акцентувала увагу на проблемі активізації зацікавлення українців Україною після ковід-кризи, де рецепт успіху внутрішнього туризму може бути лише один: «Карантин змусив українців замислюватися про цікаві місцини у своїй країні. І тут головне запитання: якими мають бути акценти внутрішнього українського туризму, аби він продовжив свій розвиток і після пандемії, коли кор-

дони іноземних держав стануть відкритими і для українців. Поза очевидними поняттями «поліпшення якості послуг і інфраструктури», мова має йти про створення нових привабливих туристичних продуктів».

У 2020 р. управління туризму та курортів ЛОДА зосередило зусилля на промокампаніях туристичних магнітів Львівщини та співпраці з топовими медіа-проєктами.

Андрій Москаленко, заступник міського голови з питань розвитку туризму у м.Львові, наголосив на важливості використати ковід-паузу для ревізії наявних продуктів; для зміцнення соціальної інтернет-комунікації з колом потенційних туристів, готових приїжджати та відкривати для себе нові локації і продукти Львова; бути готовими після кризи по максимуму включитися у боротьбу за турпотоки з України й з-за кордону. Розбудова й промоція міських кластерів гастрономічного, подієвого, ділового та медичного туризму; розвиток партнерства з міжнародними лоукост-авіакомпаніями є стартовими пріоритетами політики розвитку туризму у м.Львові на 2021 рік.

COVID-криза дійсно обвалила показники статистики туризму у місті, однак, спонукала бізнес-середовище оперативно адаптуватися та перейти на новітні COVID-стандарти гостинності. Цю думку А.Москаленка підтверджують та деталізують і наші наукові дослідження [2].

Заступниця директора Департаменту міжнародного співробітництва Харківської міськради Юлія Згурська окреслила таку візію: політика розвитку туризму в місті в умовах пандемії змістила акценти на підтримку міжнародної промоції Харкова у світі. Рецепт ефективних дій – це пожвавлення партнерства і заходів взаємної промоції між Харковом і його містами-побратимами; це участь міста у престижних міжнародних ґрантових програмах підтримки міського туризму; це нові можливості і шанси, які надає вступ міста 27.11.2019 р. у Всесвітню федерацію туристичних міст.

Начальник відділу туризму управління міжнародного співробітництва, євроінтеграції, туризму та інвестицій Івано-Франківської ОДА Віталій Передерко акентував увагу на нагальності переформатування взаємин між державою (в особі ДАРТ України) та ОТГ і бізнесом, щоб у 2021 році органи влади і суб’єкти туристичної діяльності змогли розпочати перехід до нової системи взаємодії, відповідно до задекларованих законодавчих ініціатив.

Насамкінець, учасники дискусії дійшли до спільної думки щодо потенційного шансу України вийти із COVID-кризи без фатальної руйнації галузі. Спільний висновок-візію перспектив туризму України сформульовано так: перспективи розвитку туризму України в умовах пандемії та після її подолання повинні ґрунтуватися на міжрегіональній консолідації зусиль для створення нових привабливих турпродуктів, що об’єднають туристичні «магніти» областей України задля безпечного розвитку внутрішнього туризму та найшвидшого відновлення докризових галузевих показників.

1. 21-а Міжнародна виставка «ТурЕКСПО». Офіційний сайт: www.galexpo.com.ua/ turexpo/ (27.10.2020)
2. *Rutynskyi M., Kushniruk H.* (2020). The impact of quarantine due to COVID-19 pandemic on the tourism industry in Lviv (Ukraine). Problems and Perspectives in Management, 18(2), 194-205. DOI: http://dx.doi.org/10.21511/ppm.18(2).2020.17
3. Tourism and Coronavirus Disease (covid-19) – UNWTO (2020), available at: www.unwto.org (accessed 27.10.2020)

Igor Smyrnov, Jibo Tsuy

PROBLEMS OF MILITARY TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE AND POLAND IN BORDER REGIONS

Military tourism is actively developing today in Ukraine and the world and attracts more and more not only fans of the history of war and postwar times, but also more ordinary tourists, both from Ukraine and from other, especially neighboring countries (like Hungary, Poland, etc.). This type of tourism is developing in the post-quarantine period as well, although it is forced to adapt to the relevant requirements of national and international scale. A powerful resource base for the development of this type of tourism is, in particular, fortifications of the Second World War. Let's consider the development of military tourism in Ukraine on the example of the Arpad Line and the Molotov Line. The first one was built in the Carpathians mountains by Hungarian and German military engineers and scientists in 1943-1944 to protect from the Red Army offensive (now this fortifications are situated in the Ukraine's Transcarpathian region), and the second one was created by the former Soviet Union in 1939 -1941 on its new western borders for protection from German offensive (now these fortifications are situated in Eastern Poland). If the Arpad Line has long been a special tourist highlight in Transcarpathia region, the Molotov Line is still waiting for its tourist "discovery", in particular for tourists from Ukraine.

The legendary Arpad Line is a unique object of world importance and is one of the most complex large-scale defensive facilities of World War II. It was created by the military and engineers from Hungary and Germany and its size is really impressive: the length is 600 km, half of which is in Ukraine, and rest - in Romania [1]. Basis of the Hungarian-German military project "Arpad Line" were multiple separate "defense units". There were almost 100 of them in Transcarpathia. They included 800 long-term defense units (DOTs), 400 wood-earth fire points (DZOTs), 430 open fire structures, 135 km of anti-tank obstacles and 400 km of trenches. This fortifications system was named after Prince Arpad, the founder the Hungarian state in the late 800s, who united tribes of ancient Hungarians. The fortifications plan was designed by talented Hungarian military engineer Teofil Horoszy. The Arpad line was created with the conviction that this defense system would save Hungary and Germany from the Soviet offensive, and that it should be built on hard-to-reach Carpathian ridges. The greatest attention during construction was concentrated on such passes as Uzhot-