

УДК 338.483.13:392.72

Роман Клос

аспірант кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Уляна Гузар

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

*Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського, м. Львів*

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ У ПЕРІОД НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Індустрія гостинності є галуззю, яка має важливе економічне значення адже забезпечує позиціонування держави на міжнародному ринку, забезпечує велику кількість робочих місць, формує соціальні цінності. Але також індустрія гостинності є дуже чутливою до негативних факторів зовнішнього середовища, та такі процеси, як економічні кризи, стихійні лиха, війни, тероризм – мають сильний негативний вплив на сегменти гостинного сектора. Світова пандемія та війна росії на українській території – зумовили нові виклики та нові правила формування стратегічних напрямів розвитку закладів індустрії гостинності.

Пропонуємо сформувати такі стратегічні напрями розвитку підприємств гостинності, які є актуальними на сьогодні:

1. Цифровізація. Щоб забезпечити безпеку гостей і співробітників, закладам гостинності варто реорганізувати свою роботу, впроваджуючи спеціальні технології для безконтактного обслуговування. Серед основних реалізованих інструментів: мобільні додатки, чат-боти, кіоски самообслуговування, технології в номерах готелів, цифрові платіжні системи та навіть роботи [1].

2. Організаційні стратегічні рішення. Щоб належним чином впоратися із кризовою ситуацією, заклади повинні розробити та впровадити спеціальні плани дій у надзвичайних ситуаціях із протоколами для всієї організації. Вони передбачають створення

міжфункціональної групи для розробки заходів щодо забезпечення безпеки здоров'я та пропозиції конкретних протоколів дій [2].

3. *Стратегічний маркетинг.* У період невизначеності заклади повинні працювати над відновленням довіри гостей, створивши такі комунікаційні стратегії, які б інформували гостей про захисні заходи, які вживає підприємство для забезпечення безпечного середовища. Вдалим прикладом є використання цифрових платформ, таких як соціальні мережі, для спілкування з гостями.

4. *Гнучкість у наданні послуг.* За допомогою програм розвитку та стратегій самовідновлення заклади гостинності можуть оновити свою діяльність та залучити нових гостей. Наприклад, спеціальні знижки для стимулювання використання додаткових послуг; пропозиція персоналізованої лінії обслуговування гостей; просування прямого бронювання (резервації) через веб-сайт закладу, запуск нових продуктів розміщення з додатковими перевагами та збільшення функціонального приватного простору.

Таким чином, визначення основних стратегічних рішень розвитку закладів індустрії гостинності у період кризи є першим кроком у напрямку формування стратегії у короткостроковій перспективі. Стійкість компанії до загрози часто може мати сильний позитивний ефект адже підкріплюється плануванням і підготовкою, організацією та адаптивністю бізнес-стратегій.

Ключові слова: стратегія, розвиток, війна, пандемія, період невизначеності.

Список використаних джерел:

1. Sigala M. Tourism and COVID-19: impacts and implications for advancing and resetting industry and research / Sigala M. // J. Bus. Res. – 2020. – Vol. 117. – P. 312–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>.

2. Garrido-Moreno A. Going beyond the curve: Strategic measures to recover hotel activity in times of COVID-19 / Aurora Garrido-Moreno, Víctor J. García-Morales, Rodrigo Martín-Rojas // Int J Hosp Manag. – 2021. – Vol. 96. – P. 102928. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431921000712#bib12>