

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістр
зі спеціальності 242 «Туризм та рекреація»**

за магістерською програмою
«Управління туристичним та курортним бізнесом»
на тему:

**«СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ
БІЗНЕСОМ»**

Виконавець

здобувачка освіти 6 курсу групи 10 ЦЗФН
Гура Ольга Леонідівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник

к.е.н., доцент Давиденко І.В

Одеса 2024

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Однією з найважливіших галузей економіки України є туристична сфера. Саме ця галузь приносить нашій державі високий прибуток та створює робочі місця. До початку Пандемії COVID-19 та воєнного вторгнення російської федерації на територію України сфера туристичних послуг розвивалась швидкими темпами та приваблювала все більше зовнішніх та внутрішніх туристів. Нажаль на сьогоднішній день вимушені зазначити, що туристично-рекреаційна галузь зазнала значних втрат, що було спричинено зниженням туристичної активності, банкрутством сотень туристичних компаній та численним руйнуванням об'єктів історико-культурної спадщини, пам'яток природи та інфраструктури відпочинку. Саме тому вивчення та аналіз сучасного стану діяльності туристичних підприємств та стратегій антикризового управління ними є дуже актуальним, оскільки він дасть нам можливість розробити антикризові заходи, запровадити нові напрями розвитку туризму та шляхи відновлення туристичної галузі в післявоєнний період.

Метою написання кваліфікаційної роботи є розробка стратегій антикризового управління туристичним бізнесом для забезпечення стабільної діяльності туристичної галузі України.

Для досягнення заданої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- з'ясувати основні проблеми туристичного бізнесу сьогодення;
- ознайомитися з різновидами криз у туризмі за поглядами вчених;
- визначити сучасні стратегії та напрямки антикризового управління підприємствами туристичного бізнесу;
- дослідити стратегії та напрямки антикризового управління туристичним бізнесом;
- проаналізувати стан розвитку туристичного бізнесу в умовах пандемії COVID-19;
- визначити вплив військової кризи в Україні на світовий та вітчизняний туристичний бізнес;
- дослідити досвід країн світу та запроваджених ними заходів щодо виходу з кризового стану туристичної галузі;
- визначити поетапність формування антикризового управління туристичними підприємствами;
- обґрунтувати сучасні напрями розвитку туристичного бізнесу в Україні та світу;

Об'єкт дослідження – процес забезпечення антикризового управління туристичним бізнесом.

Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні аспекти визначення стратегій антикризового управління туристичним бізнесом та можливостей подолання криз туристичними підприємствами в умовах війни.

Під час дослідження теми кваліфікаційної роботи та її написані були

використані такі **методи дослідження**:

- систематизація та узагальнення – з метою вивчення сутності поняття кризи вітчизняними та зарубіжними вченими та узагальнення цього поняття;
- метод класифікації – розроблення угруповання причин виникнення кризи та їх види;
- експертний метод для оцінювання проявів кризи у діяльності підприємств туристичної галузі під час впливу об'єктивних та суб'єктивних чинників;
- методи прийняття рішень та системний підхід – для вибору напрямку досліджень стосовно стратегій антикризового управління туристичною індустрією;
- порівняльний аналіз та графічний метод – для аналізу сучасного стану функціонування туристичного бізнесу в Україні та в світі;
- метод математичної статистики – для обробки статистичних звітних даних туристичного бізнесу за останні роки;
- метод прогнозування – для дослідження поняття «туризм пам'яті»;
- метод SWOT-аналізу – з метою аналізу використовується визначення сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз, пов'язаних із військовими діями на території країни, що впливають на туристичний бізнес.

Інформаційною базою для написання кваліфікаційної роботи є: наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, а також фахівців туристичної галузі, навчальні посібники, матеріали міжнародних та науково-практичних конференцій, фахові статті, збірники наукових праць, офіційні сайти фахових видань та туристичних підприємств, статистичні дані Державного агентства розвитку туризму та Одеської міської ради, тощо.

Структура та обсяги роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (76 найменування) та 2 додатків. Робота містить 16 таблиць та 9 рисунків.

Публікації та апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження кваліфікаційної роботи були обговорені на III Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства», яка відбулася 14-15 листопада 2024 року за результати якої були опубліковані тези у збірнику:

Гура О.Л., Туриця Є.Д. Особливості функціонування туристичної галузі України в умовах повномасштабної війни. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства». 14-15 листопада 2024 року. м. Запоріжжя.

За результатами дослідження опубліковано статтю у фаховому виданні:

Замлинський В., Давиденко І., Гура О., Соловійова О., Машин А. Стратегії антикризового управління туристичних підприємств в умовах циркулярної економіки. *Food Industry Economics*. 2024. № 16 (2). С. 59-68. DOI: <https://doi.org/10.15673/fie.v16i2.2942>

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні засади антикризового управління підприємствами туристичного бізнесу»* визначено основні проблеми розвитку туристичного бізнесу на сьогодні, проаналізовано дефініції понять «криза» та «стратегія антикризового управління підприємством», узагальнено класифікацію причин виникнення криз на підприємствах, а також види ризиків в туристичній галузі, надано характеристику наявним стратегіям антикризового управління підприємством, а також наведені приклади застосування деяких стратегій в діяльності туристичної компанії.

У ході проведення дослідження аналізу діяльності туристичного бізнесу в Україні вдалося виявити кілька основних проблем, що ставлять під загрозу розвиток галузі. Зокрема, складна економічна та політична ситуація, пандемія Covid-19 та військові дії на території країни запровадили серйозні виклики перед індустрією гостинності та туризму. Згідно з аналізом, взятим із роботи, можна підкреслити, що з лютого 2022 року вторгнення Росії на територію України стало однією з ключових причин, що значно порушила розвиток туристичної сфери.

Такі фактори як негативні наслідки кризи, зупинка роботи багатьох підприємств та збанкрутування малих та середніх бізнесів, відображають істинні проблеми з якими туристична галузь України стикається в сучасних умовах. Додатково, стоїть відзначити, що згідно із представленими даними в таблиці 1.1, визначення терміну "криза" відіграє важливу роль у розумінні сутності цього явища та в пошуку шляхів їх подолання проблем.

Відсутність гнучкого фінансового планування та аналізу, управління ризиками у туристичній галузі створює серйозні виклики для підприємств. Важливість галузі в плані економічного розвитку потребує посилення заходів зі зменшення впливу ризиків, таких як економічні кризи, тероризм, катастрофи та епідемії.

Аналіз різноманітних класифікацій стратегій антикризового управління підприємством дозволяє зробити висновок про важливість ретельного підходу до управління туристичними підприємствами в умовах кризи. Сутність поняття «Стратегія антикризового управління підприємством» полягає в сукупності дій і прийнятих управлінських рішень, спрямованих на запобігання банкрутству або мінімізацію наслідків кризи. Отже слід наголосити, що будь-якому етапі розвитку діяльності туристичного бізнесу важливо розробляти та впроваджувати сучасні ефективні стратегії антикризового управління для забезпечення стабільності підприємств у сучасних умовах.

У другому розділі *«Аналіз функціонування вітчизняного туристичного бізнесу в умовах кризи»* охарактеризовано стан прибуття міжнародних туристів за (субрегіонами), досліджено обсяг податкових надходжень від туристичної галузі України по областях за I півріччя 2021-2024 роки, проаналізовано обсяг фінансування туристичної галузі у м. Одеси протягом 2021-2023 роки. За

результатами дослідження робимо висновки, що кількість прибуття міжнародних туристів по всьому світі значно скоротилась саме у 2020 та 2021 роках під впливом пандемії COVID-19. Починаючи з 2022 року спостерігається тенденція зростання кількості міжнародних туристів по всіх регіонах. Це зростання відбулося за рахунок запровадження урядами країн наступних заходів для ліквідації наслідків коронавірусу:

- зняття повного або часткового обмежень на подорожі та налагодження тісної співпраці з туристичними підприємствами для підтримки їх самоокупності та самофінансування;

- застосування нових медичних протоколів, розроблених системою охорони здоров'я, для безпечних подорожей і сприяння диверсифікації їхніх ринків;

- відновлення впевненості мандрівників у безпечності подорожей та стимулювання попиту новими безпечними сервісами;

- підготовка комплексних планів відновлення туризму, відновлення закритих туристичних напрямків, заохочення інновацій та інвестицій до посилення безпечності туризму та переосмислення туристичних послуг у напрямку оптимізації їх функціонування з урахуванням підвищеної пандемічної загрози.

В результаті введення спеціальних заходів урядами зарубіжних країн для підтримки туристичного сектора під час пандемії коронавірусу, вдалося підвищити рівень діяльності туристичної галузі, поступово поживати розвиток туристичного, готельного та ресторанного бізнесу, відновити міжнародне транспортне сполучення, роботи закладів розваг та відпочинку. Деякі із країн, такі як Албанія, Сербія, Таджикистан і інші, досягли значного зростання надходжень від міжнародного туризму, навіть перевищуючи показники до початку пандемії.

Аналіз досліджень обсягів податкових надходжень від туристичної галузі України по областях за I півріччя 2021-2024 роки демонструє, що повномасштабна війна на території України, яка досі продовжується негативно впливає на розвиток як міжнародного туризму у світі так і внутрішнього туризму в країні. Аналіз податкових надходжень від туристичної галузі до бюджету казни України за період з 2021 року по 2024 рік показую тенденцію до зниження даного показника за останні роки порівняно з 2021 і 2022 роками. До основних наслідками військової кризи в Україні для туристичного бізнесу слід віднести: низький рівень безпеки туристів, великі пошкодження туристичної інфраструктури, скорочення фінансування туристичних програм, зниження привабливості України серед туристів.

У третьому розділі **«Розробка стратегій антикризового управління туристичним бізнесом»** мною розроблена антикризова програми розвитку туристичної галузі Одеської області. Досліджено Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року, яку було ухвалено у березні 2022 року та яка спрямована на підтримку туристичного бізнесу в Україні. Зазначені цілі в цій стратегії щодо

збільшення кількості туристів, створення нових робочих місць, збільшення доходу та створення позитивного іміджу країни виглядають амбітними та реалістичними. Інфраструктурні та маркетингові заходи, передбачені стратегією, сприятимуть в саме кращий спосіб досягненню поставлених цілей у розвитку туризму в Україні.

Розвиток цифрових технологій у туризмі, такий як штучний інтелект та віртуальна реальність, грають важливу роль у покращенні сервісу та популяризації туристичних місць. Туристичний бізнес в Україні широко використовує цифрові технології для покращення якості надання сервісних послуг та забезпечення безпеки персональних даних туристів під час бронювання подорожей. Впровадження цифрових технологій, таких як цифрова технологія Amadeus і інші нові платформи, допомагає туристичним агенціям планувати стратегії продажу та маркетингу, бронювати послуги швидко і ефективно. Індивідуальний підхід до надання послуг також стає важливим напрямком у туристичному бізнесі. Туристичні компанії, як от «Арістея тур», дотримуються політики індивідуального підходу до кожного клієнта, пропонуючи персоналізовані тури з урахуванням потреб та побажань кожного туриста. Організація бюджетного туризму також є важливим напрямком антикризового менеджменту у туристичному бізнесі. Туристи можуть самостійно знаходити та планувати бюджетний відпочинок за допомогою онлайн платформ, таких як Booking, забезпечуючи собі зручну та економічну поїздку.

Функціонування нових туристичних трендів свідчить про постійні зміни в уподобаннях та попиті туристів. Різноманітність напрямків від пригодницького до спокійного туризму вказує на готовність подорожуючих досліджувати різноманітні аспекти світу. Важливою тенденцією є поглиблення культурного та гастрономічного туризму, а також зростання інтересу до сталих практик у галузі туризму. Розвиток нових напрямків, внутрішніх та екологічно освічених подорожей, меморіального, психологічного, індустріального та філантуризма туризму свідчать про важливість відкриття та збагачення туристичного досвіду, а також про потенціал галузі.

ВИСНОВКИ

У ході проведення дослідження діяльності туристичного бізнесу в Україні вдалося виявити кілька основних проблем, що ставлять під загрозу розвиток галузі. Зокрема, складна економічна та політична ситуація, пандемія Covid-19 та військові дії на території країни запровадили серйозні виклики перед індустрією гостинності та туризму.

На тлі подій останніх років, включаючи військові дії та пандемію COVID-19, галузь туризму шукала шляхи адаптації та розвитку нових напрямків, таких як бізнес-туризм, велнес-туризм та зелений туризм. Додаткове стимулювання галузі було забезпечено за допомогою спеціальних програм підтримки, маркетингових кампаній та впровадженням віртуального туризму. Усі ці заходи спрямовані на

забезпечення стабільності та подальшого успішного розвитку туристичної галузі в Україні, враховуючи складні умови та ризики, що існують на ринку.

Для успішного функціонування у туристичній галузі необхідно постійно адаптуватися до змін та впроваджувати нові технології. Цифровізація туристичних послуг, зокрема за допомогою штучного інтелекту та чат-ботів, може значно полегшити взаємодію з клієнтами та забезпечити безпечний та персоналізований відпочинок.

Пандемія коронавірусу в 2020 році суттєво вразила світовий туристичний сектор, призвівши до зменшення обсягів діяльності на 25% і до втрат приблизно 1,5 млрд доларів у туристичному бізнесі. Кількість міжнародних туристів зменшилась на 20-30%, що призвело до втрат у розмірі 300-450 млрд. доларів. Згідно з даними Державної прикордонної служби України, кількість іноземців, що відвідали Україну з туристичною метою у 2020 році, суттєво зменшилась порівняно з попереднім роком унаслідок пандемії. Варто зауважити, що галузь туризму проявила стійкість у минулих кризових ситуаціях та виявила здатність до відновлення, зокрема завдяки міжнародному співробітництву. Однак пандемія COVID-19 суттєво пошкодила туристичну індустрію світової економіки та український туристичний бізнес.

На сьогоднішній день ефективне та безперебійне функціонування підприємств туристичного бізнесу неможливе без досвідченого управління ризиками. Стратегія антикризового управління відповідає питанням про те, яким чином компанії можуть досягти стабільності у нестабільних умовах, зберегти або зміцнити своє становище та вийти з кризового стану. На сучасному етапі розвитку підприємств туристичного бізнесу, особливо в умовах війни, використання антикризових стратегій відіграє надзвичайно важливу роль. Запобігання кризі, очікування її зрілості, протидія кризовим явищам, стабілізація ситуації та інші стратегії допомагають підприємствам ефективно протистояти складнощам. Важливо зробити правильний вибір стратегії, що сприятиме підвищенню ефективності та результативності діяльності туристичних підприємств. Ретельне планування та вчасна реалізація антикризових заходів дозволять підприємствам вийти з кризової ситуації завдяки використанню їх потенціалу для перебудови системи. Успішні приклади, такі як ініціатива "Донат-тур", показують, що креативні та рішучі заходи можуть сприяти не лише вирішенню кризових ситуацій, але й розвитку туристичної галузі в цілому. Тим самим, важливою є гнучкість та інноваційний підхід підприємств до управління в умовах складних викликів, щоб забезпечити найбільш ефективний розвиток та виживання на ринку.

З аналізу зарубіжного досвіду стратегічного управління в сфері туризму, проведеного українськими вченими Задою В. О. та Чаркіною Т. Ю., можна зробити висновок, що успішні корпоративні стратегії в туристичній індустрії зарубіжних компаній, таких як Ryanair, Marriott International та Airbnb, показують важливі аспекти стратегічного управління в цій галузі. Зазначені приклади демонструють успішні стратегії, що базуються на конкурентній стратегії, фокусуванні на клієнтах,

розвитку нових ринків та продуктів, а також використанні технологічних інновацій. Надзвичайно важливою є здатність компаній адаптуватись до змін у галузі та задовольняти потреби сучасних туристів.

Загальна статистика прибуття міжнародних туристів показує динаміку змін у кількості туристів у різних регіонах у період з 2019 по 2023 роки. Спостерігається значне зменшення кількості туристів у 2020 та 2021 роках через пандемію COVID-19, з найбільшим спадом в регіоні Азії та Тихого океану. Проте з 2022 року почався поступовий ріст кількості туристів у всіх регіонах. Це досягнення було можливим завдяки впровадженню заходів державами для відновлення туризму, таких як зняття обмежень на подорожі, впровадження медичних протоколів для безпечної подорожі, стимулювання попиту на безпечні сервіси та інвестиції в безпеку туризму. Такі заходи сприяли відновленню впевненості мандрівників та зростанню попиту на туристичні послуги, що свідчить про поступове відновлення галузі туризму після важких років пандемії. В результаті введення спеціальних заходів урядами зарубіжних країн для підтримки туристичного сектора під час пандемії коронавірусу, вдалося підвищити рівень діяльності туристичної галузі, поступово поживавити розвиток туристичного, готельного та ресторанного бізнесу, відновити міжнародне транспортне сполучення, роботи закладів розваг та відпочинку. Деякі із країн, такі як Албанія, Сербія, Таджикистан і інші, досягли значного зростання надходжень від міжнародного туризму, навіть перевищуючи показники до початку пандемії.

Насупроти цьому, Україна стикалася зі складнощами у туристичному бізнесі через пандемію, що призвело до падіння турпотоків, збільшення безробіття та інших викликів. Однак, завдяки внутрішньому туризму та іншим факторам, Україна мала менші втрати порівняно з іншими країнами.

Аналіз даних податкових надходжень від туристичної галузі в Україні за період з 2021 по 2024 рік показує різну динаміку у різних областях. Загалом, з аналізу динаміки обсягів сплати податків туристичними підприємствами до бюджетів різних областей видно, що цей показник виявляє коливання як у позитивному, так і у негативному напрямку протягом вказаних років. З ряду областей відзначається позитивна тенденція у зростанні податкових надходжень від туристичної галузі, таких як Закарпатська область та Житомирська область. Однак, існують області, де спостерігається зниження обсягів сплати податків від туристичних компаній, як у Івано-Франківській та Запорізькій областях. Також, важливо враховувати вплив подій національного та регіонального масштабу, наприклад, військових дій, на обсяги податкових надходжень у деяких регіонах, як у Донецькій області. Така динаміка свідчить про складні ситуації та виклики, з якими стикаються туристичні підприємства та бюджети різних областей, та необхідність адекватних стратегій в управлінні та підтримці цієї галузі в контексті загальнонаціонального розвитку.

Аналіз фінансування програми розвитку туристичної галузі в м. Одесі на 2021-2023 роки показує, що обсяги виділених коштів на розвиток туристичної

сфери значно скоротилися у 2023 році порівняно з попередніми роками. Це призвело до того, що лише половина планованих видатків утримується. Наприклад, у 2023 році виділено значно менше коштів на розвиток туризму порівняно з попередніми роками, що свідчить про скорочення фінансування через різні причини, у тому числі військові дії, небезпеку для життя туристів та проблеми з логістикою. Таким чином, аналіз даних вказує на нестабільність і скорочення фінансування програм розвитку туристичної галузі у м. Одесі, що може вплинути на подальший розвиток туристичної індустрії в регіоні.

З історичного досвіду Грузії та Ізраїлю видно, що розвиток туризму може бути успішним навіть у складних умовах, які включають конфлікти та терористичні загрози. Впровадження ефективних стратегій, таких як лібералізація податкової політики, інфраструктурні та кадрові заходи, може сприяти стабільному зростанню туристичної галузі. Країни Європейського Союзу також застосовують політику зниження ПДВ на туристичні послуги для стимулювання розвитку галузі.

На сьогоднішній день існує різноманіття видів туризму, і це свідчить про постійний розвиток галузі. Сучасні туристичні підприємства не зупиняються на існуючих форматах, а вивчають ринок для впровадження інновацій. Нові тренди, такі як Workation, Flexcation, Bleisure, соло-туризм, міні-подорожі та Wellness-туризм, відображають потреби сучасних мандрівників в гнучкості, комфорті, здоров'ї та індивідуальному підході.

Аналіз SWOT показав, що є потенціал для розвитку внутрішнього туризму, інноваційних технологій та нових видів туризму. Однак, існують серйозні виклики, такі як війна, банкрутство підприємств, безпека та руйнування об'єктів. Наявні можливості для відновлення та розвитку, але також існують загрози, такі як відсутність безпеки для туристів та негативне сприйняття у світі. Український туризм продовжує активно розвиватися навіть у складних умовах воєнного стану. Незважаючи на це, українці виявляють незламність і прагнуть мандрівок як способу підняття свого морально-психологічного стану. Поява нових напрямків туризму, таких як меморіальний, психологічний, індустріальний та філантуризм, свідчить про потенціал галузі. Розвиток внутрішнього туризму та привабливість безпечних областей, які зазначені, сприяють розширенню можливостей для подорожей по Україні та розвитку туристичного бізнесу. Туризм пам'яті в Україні, який орієнтується на відвідування місць пам'яті, пов'язаних з військовою агресією Росії, може стати одним із найпопулярніших видів туризму у майбутньому після перемоги України в російсько-українській війні. Проекти, такі як "Маршрути пам'яті", розроблені з метою вшанування пам'яті героїзму українського народу та поширення свідомості про трагічні події в історії країни, вже активно реалізуються через співробітництво державних та місцевих органів. Цей вид туризму може викликати інтерес іноземних туристів, принести велику користь для розвитку туристичної галузі та культурного обміну, а також сприяти патріотичному вихованню та збереженню історичної пам'яті України.

АНОТАЦІЯ

Гура О.Л. «Стратегії антикризового управління туристичним бізнесом»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 242 «Туризм та рекреація», за магістерською програмою «Управління туристичним та курортним бізнесом»

Одеський національний економічний
університет м. Одеса, 2024 рік

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

Об'єкт дослідження – процес забезпечення антикризового управління туристичним бізнесом. Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні аспекти визначення стратегій антикризового управління туристичним бізнесом та можливостей подолання криз туристичними підприємствами в умовах війни.

У роботі визначені основні проблеми розвитку туристичного бізнесу на сьогодні, проаналізовано дефініції понять «криза» та «стратегія антикризового управління підприємством», узагальнено класифікацію причин виникнення криз на підприємствах, а також ризиків у туризмі за поглядами вчених, надано характеристику стратегіям та напрямкам антикризового управління туристичним бізнесом.

Проаналізовано стан розвитку туристичного бізнесу в Україні та світі в умовах пандемії COVID-19 та військових дій. Охарактеризовано досвід країн світу та запроваджених ними заходів щодо виходу з кризового стану туристичної галузі.

Розглянуто поетапність формування антикризового управління туристичними підприємствами. Розкрити сучасні напрями розвитку туристичного бізнесу в Україні та світу. Проведено SWOT-аналіз туристичної галузі України в умовах війни та обґрунтовані сильні й слабкі сторони туристичної галузі України в умовах війни та повоєнного відновлення, виявлені можливі загрози для неї. Визначено, які сучасні види туризму набули особливої популярності протягом останніх років. Запропоновано туризм пам'яті як стратегічний напрямок розвитку туристичного бізнесу в Україні в умовах повоєнного відновлення.

Ключові слова: туристичний бізнес, стратегія антикризового управління підприємством, напрями антикризового управління туристичним бізнесом, туризм пам'яті.

ANNOTATION

Gura O.L. «Strategies of Crisis Management in Tourism Business»

thesis for Master degree in specialty «Tourism and recreation»

under the program «Management of tourist and resort

business», Odessa National Economic University

Odesa, 2024

The qualification work consists of an introduction, three chapters, conclusions, and a list of sources used.

The object of research is the process of ensuring crisis management in tourism business. The subject of research is the theoretical, methodological and practical aspects of determining anti-crisis management strategies for the tourism business and the possibilities of overcoming crises by tourism enterprises during times of war.

The work addresses the main development issues of the tourism business today, analyzes the definitions of "crisis" and "crisis management strategy of an enterprise," summarizes the classification of reasons for crises in enterprises, as well as risks in tourism according to scholars' perspectives, provides a characterization of strategies and directions of crisis management in tourism business.

The state of development of the tourism business in Ukraine and the world during the COVID-19 pandemic and military actions is analyzed. The experience of countries worldwide and the measures they have implemented to recover from the crisis situation in the tourism industry are described.

The step-by-step formation of crisis management in tourism enterprises is considered. Modern trends in the breakdown of the tourism business sector in Ukraine and worldwide are revealed. A SWOT analysis of the tourism industry in Ukraine during wartime conditions is conducted, outlining the strengths and weaknesses of the Ukrainian tourism industry in wartime and post-war recovery conditions, identifying potential threats. The modern types of tourism that have gained particular popularity in recent years are recognized. The tourism of memory is introduced as a strategic direction for the development of the tourism business in Ukraine during post-war recovery.

Keywords: tourism business, enterprise crisis management strategy, directions of crisis management in tourism business, memory tourism.