

Міністерство освіти і науки України  
Харківський торговельно-економічний коледж  
Київського національного торговельно-економічного університету



# ЗБІРНИК тез доповідей

Міжнародної  
науково-практичної Інтернет-конференції  
«Особливості організації роботи закладів  
туристичної та готельно-ресторанної індустрії в  
умовах пандемії»

(Перший етап: 17 березня 2021 р., Харків, ХТЕК КНТЕУ, Україна)

2021

УДК 338.48:640.41

Р 15

**Особливості організації роботи закладів туристичної та готельно-ресторанної індустрії в умовах пандемії: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (Харків, 17 березня 2021 р.) / За загальною редакцією Л.О. Радченко. – Харків: Інтернет-видання ХТЕК КНТЕУ, 2021. – 188 с.**

У збірнику тез доповідей учасників Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції її авторами **розглянуто** та **виокремлено** важливі ідеї, підходи, досвід, практичні досягнення і проблеми сьогодення, що стосуються організації роботи закладів туристичної та готельно-ресторанної індустрії в умовах пандемії. **Обговорено** питання руйнівних наслідків загальносвітового карантину, який відчули на собі усі суб'єкти туристичної й готельно-ресторанної сфери. **Висловлено** свої думки і погляди щодо виживання бізнесу в період пандемії, недопущення банкрутства закладів туризму й гостинності. **Визначено** й **запропоновано** шляхи, перспективні напрями, механізми подолання і виходу з кризи закладів туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Інтернет-видання розраховане на науковців, викладачів, аспірантів, фахівців-практиків.

*Тези друкуються в авторській редакції українською, російською, англійською, французькою, турецькою мовами.*

*Автори несуть повну відповідальність за зміст і достовірність наданих до збірника тез доповідей*

уклад, розклад і культура життя, можливість участі в сільськогосподарських роботах і садівництві, догляд за тваринами, участь у зборі дарів природи (ягід і грибів) і, зрозуміло, що дуже часто є вирішальним при виборі сільської садиби як місця проведення відпустки, значно дешевший відпочинок у порівнянні з готелями та великими туристично-відпочинковими комплексами.

Для розвитку етнічного туризму недостатньо тільки природних ресурсів, також потрібно мати можливість прилучення до культури і звичаїв, прийняття участі у місцевих святах і розвагах.

Отже, етнічний туризм є одним із перспективних видів туризму в Харківській області. Розвиток етнічного туризму стає новим цікавим напрямком діяльності, попит на етнічні тури, які можуть здійснюватись у рідні місця для туристів або з метою ознайомлення з культурою певного краю, постійно зростає. Зі свого боку туристичні фірми розробляють нові краєзнавчі маршрути, для того, щоб зацікавити шанувальників саме етнічного туризму. Для залучення іноземних туристів проводяться фестивалі або різні святкові заходи.

В Харківській області етнотуризм є новим і ще не до кінця освоєним, але попри те, набуває популярності й в майбутньому може стати одним з найпопулярніших видів туристичної діяльності, як серед молоді, так і серед людей третього віку.

Етнотуризм в селищі Черемушне в Харківській області вже приваблює багато туристів через свою цікавість та неповторність. Це яскравий прикладом використання рекреаційного потенціалу Харківщини, особливо в такі складні часи як зараз.

## **ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СПІЛКУВАННЯ З КЛІЄНТОМ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ**

**Тихонович В.М.** – кандидат педагогічних наук, професор,  
спеціаліст вищої категорії, викладач-методист, викладач  
циклової комісії туризму та соціально-гуманітарних дисциплін  
*Харківський торговельно-економічний коледж КНТЕУ*

Сучасна ситуація, спричинена розповсюдженням коронавірусу COVID-19 створила у суспільстві безліч проблем, що потребують негайного вирішення. Серед основних – вимушена переорієнтація професійної діяльності в багатьох сферах зайнятості населення.

Карантинні заходи, впроваджувані країнами світу, вплинули на їхній економічний розвиток. Особливо страждає готельно-ресторанна індустрія та індустрія туризму. За даними Всесвітньої ради подорожей та туризму, туризм щороку приносить глобальній економіці 8,8 млрд доларів, що становить близько 10,4% світового ВВП [1]. З огляду на те, що кожний десятий працівник світу зайнятий у сфері туризму [1], виникає нагальна потреба вирішення питання про шляхи виходу з кризової ситуації, що склалася в галузі.

Ліберальне ставлення до питання перетину меж багатьох країн створило в останні десятиріччя сприятливі умови для розвитку міжнародного туризму. Закриті кордони під час пандемії стали потрясінням для людей, стилем життя яких було подорожування. Падіння галузі немає прецедентів за останні сто років [1]. Великого значення має вибір шляху подолання цього потрясіння.

Необхідно брати до уваги той факт, що загроза власному здоров'ю людей, економічна нестабільність, невпевненість у завтрашньому дні породжують негативні психічні стани особистості, які відображаються на її вчинках та поведінці. Порушення звичного способу життя, самоорганізації особистості сприяють виникненню дисгармонії розвитку. В таких ситуаціях людина нерідко не дотримується соціальних (а іноді й правових) норм, що є вторинним порівняно з виникненням власне негативних станів.

У професійній діяльності негативні стани особистості виявляються в погіршенні рівня комунікативної культури особистості взагалі та кожного окремого акту спілкування зокрема; прояві конфліктності та агресивності. Як наслідок, порушуються процеси емоційної саморегуляції, підвищується рівень емоційної збудливості, афективності, неврівноваженості тощо. Частіше за інші

негативні психічні стани (астенія, агресія, страх) у дорослих людей в ситуації, що склалася, знаходить прояв тривога і депресія.

В умовах пандемії особливі психологічні вимоги висуваються до представників професій, діяльність яких пов'язана з роботою з людьми, що стосується працівників сфери послуг взагалі та туристичної індустрії зокрема. Природньо, що негативні психічні стани виникають і у фахівців, задіяних у сфері туризму. Вони зумовлюють загальну непродуктивність та знижують ефективність діяльності, деструктивно позначаються на рівні життєдіяльності, міжособистісних взаєминах [2, с. 104]. Професіоналізм виявляється в умінні опановувати свої внутрішні стани, здійснювати самонавіювання, брати участь у спеціальних тренінгах, організація яких сьогодні є звичайною справою.

Головним завданням, з огляду на продуктивність здійснення професійної діяльності, є встановлення контакту з клієнтом, забезпечення комфортних умов проведення його дозвілля. Необхідно турбуватися про знаходження взаєморозуміння і збалансованості у спілкуванні, гармонізацію психологічного стану в умовах психічного напруження в суспільстві. Для працівника це означає пріоритетність таких положень:

- дотримання вимог до фізичного боку комунікації в період карантинних обмежень (надання переваги дистанційному спілкуванню; при особистому спілкуванні – дотримання необхідної дистанції та засобів захисту дихальних шляхів, скорочення часу спілкування (стислість, лаконічність, виразність мовлення); забезпечення провітрювання приміщення, де відбувається спілкування з клієнтом);
- з урахуванням ситуації психічної напруги, викликані пандемією, вияв ввічливості, тактовності, поваги до почуття власної гідності клієнта, дотримання культури спілкування;
- запобігання виникненню конфліктів, вияв терплячості у ставленні до інтересів, турботи та доброзичливості у стосунках;
- повага до права клієнта бути таким, яким він дійсно є [3, с. 218].

Неприпустимим є: байдужість, зверхність, безтактність, нестриманість у висловлюваннях, грубість та пихатість у ставленні до клієнта.

Дослідники проблем комунікативної взаємодії з клієнтами у сфері обслуговування Бегеза Л., Калюжна Є., Пріб Г. виділяють три типи клієнтів, кожний з яких характеризується певними особливостями побудови спілкування: роздратований клієнт, вимогливий клієнт та клієнт-маніпулятор [4, с. 219].

Головним правилом роботи з роздратованим клієнтом є *збереження спокою*: ставитися з належною повагою; не підкорятися своїм емоціям, бо природним є те, що недобррозичлива поведінка клієнта може викликати обурення; не сприймати агресію клієнта як щось особисте. Збереження спокою призводить до зменшення напруги у спілкуванні. Клієнта необхідно не перебиваючи *вислухати*. *Не треба сперечатися*: заперечення не може бути реакцією на докори; поводити себе з клієнтом як з людиною, що потрапила в скрутне становище; виявляти співчуття, демонструвати розуміння; створити ситуацію, за умовами якої клієнт повинен зрозуміти, що проблема не буде вирішена, доки він не заспокоїться. *Говорити спокійним тоном*, не підвищувати голос, у будь-якому випадку не треба намагатися перекричати клієнта, бо він зосередиться на суперечці й не буде сприймати аргументи. Іноді взагалі краще промовчати. *Розуміти і поділяти почуття клієнта*: підтримувати, виявляти розуміння психічного стану тощо. *Виявляти терплячість*: здійснювати індивідуальний підхід до проблеми; бути готовими до того, що це забере певний час, протягом якого необхідно продовжувати спілкування з роздратованим клієнтом [4, с. 219].

Працюючи з вимогливим клієнтом необхідно дотримуватися таких правил: *клієнт на першому місці, проблема – на другому* (зрозуміти проблему клієнта, заспокоїти його, а вже потім вживати заходів); *не виправдовуватися* (за ради спокою клієнта можна вибачитися, але зробити це природньо); *тримати візуальний контакт*, що є показником вияву інтересу до співрозмовника, який, у свою чергу, зменшить ступінь своєї вимогливості; *тримати долоні*

*відкритими*, що викликає довіру та зменшує опір з боку клієнта, частіше звертатися до клієнта на ім'я; *брати відповідальність на себе*, не зважаючи на те, що проблема створена іншими; *вирішити проблему*: рішення має бути справедливим і задовольняти обидві сторони [4, с. 219].

У роботі з клієнтом-маніпулятором найголовнішим є *не реагувати на провокації*, які маніпулятор буде здійснювати. *Не треба виявляти емоцій*, які бажає викликати клієнт. Розмови з таким клієнтом необхідно будувати лише на основі фактів, почувати себе спокійно. Один із методів маніпуляції будується на тому, що людину виводять із рівноваги і доводять до такого стану, коли вона втрачає контроль над ситуацією. У жодному разі *не можна переходити на особистості*. Науковці радять для того, щоб опанувати свої емоції, зробити паузу і подихати: зробити короткий вдих і довгий видих кілька разів [4, с. 219].

Яким би не був клієнт, які б почуття він не викликав, необхідно уникати применшення його проблем; негативного чи зверхнього ставлення; засуджуючого тону або переходу на особистості; відволікання від розмови; нетактовних висловлювань щодо клієнта.

#### Список використаних джерел:

1. Туризм часів пандемії: що буде з галуззю у 2021 році. *Економічна правда*. URL: <https://bit.ly/395Vw5o> (дата звернення: 12.03.2021).
2. Томчук С. Динаміка негативних психічних станів у молодших школярів та шляхи їх трансформації. *Психологія і суспільство*. 2005. № 3. С. 101–108. URL: <https://bit.ly/3cd4Q9C> (дата звернення: 16.03.2021).
3. Смирнова О.П., Ярошенко Є.В. Етичні правила поведінки фахівця державної служби зайнятості з клієнтами. *Психологія і педагогіка у протидії пандемії COVID-19: Інтернет-посібник / за наук. ред. В.Г. Кременя; координатор інтернет-посібника В.В. Рибалка; колектив авторів*. Київ : ТОВ «Юрка Любченка», 2020. С. 218-221. URL: <https://bit.ly/3ccEFQb> (дата звернення: 12.03.2021).
4. Бегеза Л.Є., Калюжна Є.М., Приб Г.А. Поради для встановлення ефективної комунікації з клієнтами. *Психологія і педагогіка у протидії пандемії COVID-19: Інтернет-посібник / за наук. ред. В.Г. Кременя; координатор інтернет-посібника В.В. Рибалка; колектив авторів*. Київ : ТОВ «Юрка Любченка», 2020. С. 219-221. URL: <https://bit.ly/3ccEFQb> (дата звернення: 12.03.2021).

## СЕКЦІЯ 2

ПІДТРИМКА ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОГО  
КАРАНТИНУ

Support of tourism in the conditions of global quarantine

Le soutien au tourism en cas de la pandémie

Згурська Ю.В. – РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ НА ЛОКАЛЬНОМУ РІВНІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ .....	67
Кобзєва І.О. – КЛЮЧОВІ ПИТАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ У СВІТІ ПАНДЕМІЇ .....	70
Маренич В.М., Дармостук Д.Г. – СПЕЦИФІКА ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ .....	73
Мирошниченко А., Коваль В., Яркіна К. ( <i>Наук. керів. – Тетеріна Т.А., Скіндер Н.В.</i> ) – АНТИКРИЗОВІ ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВИХОДУ УКРАЇНИ НА ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ .....	80
Паламарек К.В. – СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ 2020-2021 рр. ....	84
Радченко Л.О., Рудь В.О. – ВПЛИВ COVID-19 НА РОЗВИТОК СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ОРГАНІЗАЦІЮ РОБОТИ СФЕРИ ТУРИЗМУ. ....	89
Резніков В.В., Соколовська О.О., Данько Н.І. – СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ – ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОДОЛАННЯ КРИЗИ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ .....	93
Романовська О.Л. – НАЦІОНАЛЬНА ПІДТРИМКА ТУРИЗМУ У ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ ТА КРАЇНАХ СХОДУ .....	96
Скіндер Н.В., Торянік І.П. – ЖІНКИ В ТУРИЗМІ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ .....	100
Спічак А., Дворнік С., Горобець Ю. ( <i>Наук. керів. – Тетеріна Т.А., Скіндер Н.В.</i> ) – ЩОДО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПІДВИЩЕНИХ ЕПІДЕМІЧНИХ РИЗИКІВ .....	105
Тетеріна Т.А., Резенкіна Н.О. – ЕТНОТУРИЗМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ .....	110
Тихонович В.М. – ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СПІЛКУВАННЯ З КЛІЄНТОМ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ .....	115