

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ПСИХОЛОГІЧНОГО СУПРОВОДУ ОСОБИСТОСТІ

УДК 378:662

DOI: 10.31558/2786-8745.2023.1(2).8

АКТИВНІ МЕТОДИ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

Вікторія Худавердієва

Анотація. у статті представлені основні психологічні методи та засоби психолого-педагогічної підтримки процесу адаптації та особистісного розвитку при підготовці менеджерів у туристській сфері, дана психологічна характеристика професії, описані компетенції менеджера у сфері туризму. Актуальність цієї теми обумовлена необхідністю розвитку конкурентних переваг фахівців, необхідні для ефективної професійної діяльності у сфері туризму. у статті висвітлено технологічні та професійно-особистісні вимоги підприємств сфери туризму до професійної діяльності фахівців, визначено її принципи. Виділено активні методи (тренінг, дискусії), які спрямовані на підвищення рівня соціально-психологічної адаптації, зміну неадекватних мотивів та набуття нових форм поведінки. Адаптація сприймається як процес активного особистісного саморозвитку.

Розглянуто основні структурні елементи та засади соціально-психологічного тренінгу, саме завдання на групове згуртування, створені задля формування емоційного настрою працювати у групі серед учасників тренінгу; групові дискусії у рамках тематики заняття; психогімнастичні вправи змістовного плану, спрямованих на встановлення ефективного контакту, з урахуванням вікових та особистісних особливостей учасників тренінгу; вправи на сприйняття та розуміння емоційного стану партнера, розвиток емпатичних тенденцій та сензитивності, вправи на вміння грамотно приймати та передавати інформацію, на вміння ефективно слухати та чути; психогімнастичні вправи, що сприяють підвищенню працездатності під час роботи у групі; психогімнастичні вправи, основною метою яких є формування зворотного різномодального особистісного зв'язку; розігрування та аналіз ситуацій, спрямованих на прояв отриманих навичок у контексті поведінки. Визначані засади тренінгу: принцип творчої активності; принцип дослідницької позиції; принцип партнерського спілкування; принцип акцентування мови почуттів; організація процесу спілкування за принципом «тут і зараз» та ін.

Ключові слова: психологія сервісної діяльності, професійна компетентність, соціально-психологічний тренінг, підготовка конкурентоспроможного фахівця.

Постановка проблеми. Індустрія туризму за останнє десятиліття зазнала глибокої зміни у бік якісного, професійного обслуговування клієнтів з урахуванням нових вимог забезпечення сучасних продажів

туристичних послуг. Успішний розвиток туристичної діяльності визначається якістю професійної підготовки фахівців, здатних витримати конкуренцію на ринках праці в нових економічних умовах. у сучасний

навчально-виховний процес у вищій школі впроваджується безліч різноманітних педагогічних методів та засобів психолого-педагогічної підтримки процесу адаптації та особистісного розвитку студентів. Найбільш ефективною психолого-педагогічною технологією для вирішення даних завдань виступають активні методи соціально-психологічного навчання, групові тренінгові заняття. Активні методи соціально-психологічного навчання отримують все більш широке поширення в сучасній психології та педагогіці. Вони використовуються при навчанні людей різних категорій, при підготовці фахівців у різних галузях діяльності, які потребують навичок ефективного спілкування, при наданні психологічної підтримки людям, які опинилися в нових, складних життєвих умовах.

Тренінг спрямований на підвищення рівня соціально-психологічної адаптації, розширення комунікативного досвіду, на самопізнання, розвиток умінь і навичок взаєморозуміння, співпраці, зміна неадекватних мотивів, установок, домагань, підвищення самооцінки та набуття нових форм поведінки. у тренінгу приділяється увага й не так окремих характеристик особистості, скільки розвитку особистості загалом. у той самий час, тренінгова робота – це набуття емоційного досвіду взаємодії з іншими людьми і з собою. у загальному сенсі психологічний тренінг є метод розвиваючого навчання, пов'язаний з підвищенням соціальної, професійної, комунікативної, особистісної адаптивності. Таким чином, тренінг стає свого роду «метанавчанням» – навчанням тим процесам, які відбуваються в групі в міру її розвитку та зміни, способам пізнання себе та інших людей, стратегіям адаптації до умов, що змінюються, ефективної постановки життєвих цілей і їх успішного досягнення. Метою тренінгових занять є підвищення здатності студентів усвідомлювати ситуацію; заохочення дослід-

ницького ставлення до дійсності; створення атмосфери розкнутості та свободи для того, щоб можна було щиро та правдиво виражати свої почуття; зосередження уваги на принципі «тут і тепер» [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження вчених свідчать, що важливою складовою професіоналізму фахівців, у тому числі туристичної сфери діяльності, виступає професійна позиція та професійна самосвідомість спеціаліста [2-5]. З метою розвитку конкурентних переваг фахівців, необхідних для ефективної професійної діяльності в галузі туризму, доцільно використати можливості тренінг-технологій, що організуються на основі системного та практикоорієнтованого підходів і дозволяють придбати реальний досвід «занурення» в діяльність туристичного підприємства в цілому та в роботі конкретних виконавців, зокрема [3].

Отже, підвищення конкурентоспроможності фахівців сфери туризму керівникам туристських підприємств доцільно застосування принципів соціально-психологічного тренінгу. До соціально-психологічного тренінгу відносяться всі різновиди тренінгу, що впливають на якості, уміння та здібності, що виявляються в процесі спілкування. Вперше це поняття застосував М. Форверг, який передбачає, що цей вид тренінгу ґрунтується на постулаті експериментальної психології. Який говорить, що людина засвоює 10% того, що чує, 50% – що бачить, 70% того, що може переказати і 90% – що робить сама. Таким чином, під соціально-психологічним тренінгом (СПТ) мається на увазі тренінг, основною метою якого є підвищення ефективності спілкування, що виступає своєрідною формою взаємодії особистості з іншими людьми [4].

В даний час проведені дослідження показують, що сучасні менеджери сфери туризму не виявляють готовність до ефективної роботи в умовах застосування міжнародних

стандартів, здатність до безперервного професійного зростання, професійної та соціальної мобільності в умовах зовнішнього середовища, що постійно змінюється [5-6].

Мета статті. Вирішення даної суперечності обумовлює науково-теоретичний пошук специфічних особливостей професійної діяльності фахівців сфери туризму, інноваційних напрямів туризму; дослідження розвитку професійно-особистісних якостей спеціалістів у реалізації державної програми розвитку туристичного бізнесу; обґрунтування інноваційних освітніх технологій підготовки компетентних спеціалістів туристичної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. у малому та середньому бізнесі – туризм це одна з успішних галузей. Кількість фірм, котрі займаються туристичною діяльністю в нашій країні рік у рік збільшується. у турбізнесі неможливо працюва-

ти без спеціальної професійної підготовки, тому пропорційно зі зростанням турфірм росте і попит на кваліфікованих менеджерів з туризму. До обов'язків менеджера з туризму входить забезпечення якості та безпеки туристичних послуг, пропонованих фірмою в якій він працює. Так, до ліцензійного реєстру туроператорів України входить понад тисяча компаній. З них на національному рівні працює близько 100 турфірм, а масовими туроператорами можна назвати трохи більше 20 із них. Список надійних туроператорів включає як українські підрозділи міжнародних компаній, так і туристичних операторів із українським капіталом. Рейтинг туристичних операторів України за кількістю туристів, відправлених на відпочинок у 2019-2021 роках, складено на підставі інформації, опублікованої самими операторами у відкритих джерелах (табл. 1).

Таблиця 1

Рейтинг туристичних операторів України за кількістю туристів, відправлених на відпочинок у 2019-2021 роках [7]

Рейтингове місце	Туроператор	2021 рік	2020 рік	2019 рік
1.	ANEX Tour	1123538	511910	821730
2.	JoinUP!	967000	449350	1015475
3.	TUI Ukraine	480029	278538	450000
4.	Coral Travel	н.о.*	н.о.*	305000
5.	TPG	280000	81630	420000
6.	TEZ Tour	260000	н.о.*	305000
7.	Компас	259000	94767	152200
8.	Pegas Touristik	н.о.*	н.о.*	152000
9.	Альф	н.о.*	33610	52000
10.	«Ал'янс»	42197	5678	9207

За даними випуску «Барометра світового туризму» ЮНВТО за березень 2022 року, у січні цього року сектор міжнародного туризму продовжив своє відновлення: результати набагато кращі, ніж на по-

чаток 2021 року. Число міжнародних туристичних прибуттів зросло більш ніж удвічі (на 130 відсотків) порівняно з січнем 2021 року, або на 18 мільйонів прибуттів. Дане зростання числа прибуттів

дорівнює зростанню прибуттів за весь 2021 порівняно з 2020 роком [8].

У січні 2022 року у всіх регіонах світу спостерігалось значне піднесення, проте варто зазначити, що це порівняно з низькими рівнями початку 2021 року. Найвищих результатів було досягнуто в Європі та Америці, оскільки в обох регіонах були скасовані суворіші обмежувальні заходи щодо поїздок. Після безпрецедентного спаду, що спостерігався у 2020 та 2021 роках, очікується, що у 2022 році міжнародний туризм продовжить поступове відновлення, оскільки у дедалі більшій кількості напрямків пом'якшуються чи скасовуються обмеження на поїздки та відзначається реалізація відкладеного попиту. Станом на 7 квітня обмеження, пов'язані з COVID-19, були відсутні у 26 напрямках. Водночас подальше відновлення туризму у 2022 році стикається із серйозними ризиками. Військовий конфлікт на Україні, поряд зі складною економічною обстановкою, що включає високі ціни на енергоносії та зростаючу інфляцію, можуть порушити і без того повільний і нерівномірний процес відновлення [9]. Цей конфлікт може перешкоджати поновленню впевненості у міжнародних поїздках. Особливо сильним може бути вплив на напрямний ринок США і напрямки, що нещодавно відкрилися, Азії, які, як правило, характеризуються меншою схильністю до ризику, і це в перш за все може торкнутися поїздки до Європи. у перші тижні березня відзначається скорочення загальної кількості бронювань та пошукових запитів про подорожі [9].

Туроператор об'єднує кілька туристичних послуг у комплексний продукт (туристичний пакет, тур) та продає сформовані тури туристам (безпосередньо або через турагентства). Багатопрофільний туроператор масового туризму організують тури одразу до кількох (або навіть кількох десятків) популярних країн. За найбільш популярними

напрямами, масові туроператори є замовниками довгих ланцюжків чартерних рейсів або покупцями великих блоків на місцях на регулярних авіаперельотах. Нішевий туроператор орієнтований одне чи кілька напрямів чи видів відпочинку. Наприклад, він може спеціалізуватися на Балканських країнах або відпочинку на островах, ВІП-відпочинку, організації турів, бізнес-турів, медичному туризмі і т.д. у своїй ніші такі туроператори є справжніми експертами та надають високу якість сервісу.

Студенти напряму «Туризм» вивчають широкий спектр дисциплін, покликаних підготувати випускника до діяльності з організації комплексного туристичного обслуговування у різноманітних секторах туристичної індустрії. Бакалаври вивчають історію, світову культурну спадщину, потреби людини та туристичне проектування, менеджмент і маркетинг, дві іноземні мови, проходять музейно-екскурсієвничку, спеціалізовану та туристичну практики. Професійна діяльність випускників даного напряму пов'язана з розробкою та реалізацією туристичного продукту. Вони підготовлені до проектування програм турів, турпакетів, екскурсійних програм з використанням інформаційних та комунікативних технологій; до організації процесу обслуговування туристів, розподілу функцій та організації роботи виконавців в організаціях туристичної індустрії; до дослідження та моніторингу ринку туристичних послуг [3].

Студенти, які готують себе до роботи в сфері соціально-культурного сервісу і туризму, повинні бути в душі психологами, оскільки успішність їхньої діяльності залежить саме від того, наскільки вони зможуть врахувати та передбачити потреби та бажання клієнтів, причому не лише висловлені, а й не озвучені чи навіть ще не усвідомлені. Виконуючи свою роботу, спеціаліст має справу як із співробітниками своєї фірми, так і з багатьма спеціалістами-суміжниками: праців-

никами інших агентств, готелів, компаній, транспортних фірм тощо. Все це не просто різні люди, але часто представники різних країн та культур, з різними традиціями ділової поведінки та спілкування. Значить, щоб вести успішно відносини з клієнтами, треба знати їх психологічні особливості.

Навчальні дисципліни з психологічного циклу на різних стадіях навчання забезпечують підготовку фахівців, які: можуть застосовувати свої знання та вміння, демонструючи професійний підхід до роботи; мають здатність збирати та інтерпретувати відповідні дані; здатні донести інформацію, ідеї, проблеми та рішення до фахівців та нефіхівців; мають навички навчання, що дозволяють продовжити навчання з великим ступенем самостійності [4].

Сучасна сфера сервісу – це швидкозростаюча частина світового господарства. у світовій економіці сфера сервісу є головним чинником підвищення рівня та якості життя. Мета сервісної діяльності – «перевести людину з одного стану в інший», тобто забезпечити стан психологічного комфорту. Відповідно, під час підготовки менеджерів у сфері туризму, студенти вивчають блок психологічних дисциплін, які сприяють розвитку комунікативної компетентності, вмінню співробітника виявляти потреби та можливості клієнта, вмінню працівника сервісу зрозуміти індивідуально-психологічні особливості клієнта, розпізнати його актуальний стан та обрати оптимальне тактику спілкування із ним.

Введення нових стандартів у вищій школі зумовило необхідність не лише нових підходів до підготовки фахівців, до викладання дисциплін, які є у вищі, а й створення нових дисциплін, що дозволяють формувати загальнокультурні, професійні та особисті компетентності студентів. Виділяють технологічні та професійно-особистісні вимоги до процесу професійної діяльності фахівців в умовах

вільного туристичного ринку. Технологічні вимоги відображають поведінкові аспекти професії, передбачають знання та володіння необхідними прийомами та процедурами дії у типових та нестандартних ситуаціях, що виникають у професійній діяльності. Професійно-особистісні вимоги передбачають високий рівень розвитку якісних характеристик, що забезпечують соціально-цільову спрямованість надання туристичних послуг з урахуванням специфіки цільової аудиторії [5].

Серед важливих якостей, які забезпечують успішну діяльність професіонала у галузі туризму, роботодавцями було визначено: клієнтоорієнтованість; комунікабельність; відповідальність; професійна культура та мобільність; вміння утримувати у пам'яті великий обсяг інформації та правильно її використовувати у разі потреби; вміння працювати зі спеціалізованими комп'ютерними програмами та ін [9].

На старших курсах групова взаємодія у поєднанні з активними формами навчання (ігри, дискусії, психогімнастика тощо) має значно більший вплив на особистість, ніж традиційне навчання у формі лекцій та семінарів. Група має більший потенціал впливу, ніж окремий індивід. Це з наступними особливостями групового взаємодії. По-перше, група є свого роду «моделлю» життя, «суспільством у мініатюрі», де проявляються різні особливості поведінки та міжособистісних відносин. По-друге, саме тренінгова група, для успішної роботи якої є обов'язковою атмосфера взаємоприйняття, довіри, дає людині можливість відчувати себе в психологічній безпеці, а отже, бути відкритим новому досвіду.

Соціально-психологічний тренінг має на увазі: виконання завдань на групове згуртування, вкладених у формування емоційного настрою працювати у групі серед учасників тренінгу; проведення групових дискусій у рамках тематики заняття; виконання пси-

хогімнастичних вправ змістовного плану, спрямованих на встановлення ефективного контакту з урахуванням вікових та особистісних особливостей учасників тренінгу; виконання вправ на сприйняття та розуміння емоційного стану партнера, розвиток емпатичних тенденцій та сензитивності, вправи на вміння грамотно приймати та передавати інформацію, на вміння ефективно слухати та чути; виконання психогімнастичних вправ, що сприяють підвищенню працездатності під час роботи у групі, протягом усього дня проведення тренінгу, а також зняття напруги та активізації уваги; виконання психогімнастичних вправ, основною метою є формування зворотного різномодального особистісного зв'язку; розігрування та аналіз ситуацій, спрямованих на прояв набутих навичок у контексті поведінки [6]. Основною метою проведення соціально-психологічного тренінгу серед майбутніх спеціалістів туристичного підприємства є підготовка їх до організації ефективної взаємодії із клієнтами туристичної організації.

Для реалізації цієї мети необхідно вирішити такі завдання: розвинути вміння та навички ефективного спілкування у співробітників туристичного підприємства; розвинути вміння «ненасильницької комунікації» чи спілкування без примусу; розвинути навички впевнено-гідної поведінки у процесі надання туристичних послуг; розвинути творчий потенціал співробітника туристичного підприємства; сформувати навички проектування професійної діяльності [11].

Саме в процесі групової взаємодії людина ідентифікує себе з іншими, використовує емоційний зв'язок з учасниками для оцінки почуттів, поведінкових проявів як своїх, так і інших людей. у процесі такої взаємодії відбувається прийняття цінностей і потреб інших, змінюються Я-концепція, домагання, установки, поведінка. Група стає «експериментальним майданчиком» для апробації нових

форм поведінки, самопрезентації, спілкування, дає учасникам можливість моделювання реальних життєвих та професійних ситуацій, умов та проблем, спонукає активність, інтерес та ігрову мотивацію, що посилює психологічний вплив групи на особистість. Таким чином, при комплексному використанні сучасних активних методів соціально-психологічного навчання, таких як: тренінг, семінари, консалтинг, коучінг – досягається максимальний ефект впливу на формування адекватних високих домагань, розкриття прихованих адаптивних можливостей студента.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Аналізуючи можливості застосування тренінгових технологій у процесі професійної діяльності фахівців сфери туристичного бізнесу, можна констатувати, що тренінгові технології скорочують період адаптації молодих спеціалістів для підприємства сфери туризму; удосконалюють професійні компетенції фахівців сфери туризму, сприяючи розвитку умінь організовувати рекламу та презентації основних напрямів діяльності, брати активну участь у проведенні «круглих столів», виставок, науково-практичних конференцій. Важливими результатами стають формування морально-гуманістичних цінностей співробітників, розвиток культури професійної діяльності та становлення фахівця як творчої особистості, здатної приймати відповідальні рішення у ситуаціях морального вибору, володіти культурними способами побудови відносин, що багато в чому визначає якість конкурентоспроможної особистості.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Лукашевич О.М. Психологія туризму. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму. Монографія. К.: ВЦ «Академія», 2013.
2. Fu X., Kirillova K., Lehto X.Y. Travel and

- Life: a Developmental Perspective on Tourism Consumption over the Life Course. *Tourism Management*. 2022. Vol.89.
3. Kodom-Wiredu J.K., Coetzer A., Redmond J., Sharafizad J. Informal Learning Research in Hospitality and Tourism: a Systematic Literature Review. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2022. Vol.52. Pp.13-28.
4. Hiebsch, H. & Vorweg, M. Sozialpsychologie. Berlin: Deutscher Verlag der Wissenschaften.1979.
5. Li Y., Chun Z., Shujie F. Can Beauty Save Service Failures? The Role of Recovery Employees' Physical Attractiveness in the Tourism Industry. *Journal of Business Research*. 2022. Vol.141. Pp.100-110.
6. Lindsay-Smith G., Pyke J., Gamage A. et al. Tourism Operator Mental Health and Its Relationship with SME Organisational Resilience during Disasters. *Tourism Management Perspectives*. 2002. Vol.42.
7. Туроператори України. URL: <https://pilgrim.ua>.
8. Современные тенденции международного туризма. CE/116/3(a). URL: www.unwto.org.
9. Барометр світового туризму ЮНВТО. URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-3/220325_impact_russia_ukraine.
10. Florom-Smith A.L., Klingenberg J., DiBiase C. Commercial Space Tourism: an Integrative Review of Spaceflight Participant *Psychological Assessment and Training*. REACH. 2022. Vol. 25-26.
11. Waryszak Z.R. The Importance of Psychology in Educating Future Hospitality and Tourism Managers. *International Journal of Hospitality Management*. 1990. Vol.9. P. 9-14.
12. Fu, X., Kirillova, K., Lehto, X.Y. Travel and Life: a Developmental Perspective on Tourism Consumption over the Life Course. *Tourism Management*. 2022. Vol.89.
13. Kodom-Wiredu, J.K., Coetzer, A., Redmond J., Sharafizad, J. Informal Learning Research in Hospitality and Tourism: a Systematic Literature Review. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2022. Vol.52. Pp.13-28.
14. Hiebsch, H. & Vorweg, M. Sozialpsychologie. Berlin: Deutscher Verlag der Wissenschaften. 1979.
15. Li, Y., Chun, Z., Shujie, F. Can Beauty Save Service Failures? The Role of Recovery Employees' Physical Attractiveness in the Tourism Industry. *Journal of Business Research*. 2022. Vol.141. Pp.100-110.
16. Lindsay-Smith, G., Pyke, J., Gamage, A. et al. Tourism Operator Mental Health and Its Relationship with SME Organisational Resilience during Disasters. *Tourism Management Perspectives*. 2002. Vol.42.
17. Туроператори України [Tour operators of Ukraine]. URL: <https://pilgrim.ua>
18. Sovremennye tendentsyy mezhdunarodnoho turizmu [Modern trends in international tourism]. CE/116/3(a). URL: www.unwto.org
19. Barometr svitovoho turizmu YuNVTO [UNWTO world tourism barometer] URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-0325_impact_russia_ukraine.
20. Florom-Smith A.L., Klingenberg J., DiBiase C. Commercial Space Tourism: an Integrative Review of Spaceflight Participant *Psychological Assessment and Training*. REACH. 2022. Vol.25-26.
21. Waryszak, Z.R. The Importance of Psychology in Educating Future Hospitality and Tourism Managers. *International Journal of Hospitality Management*. 1990. Vol.9. P. 9-14.

REFERENCES

1. Lukashevych O. M. Psykholohiia turizmu. Turyzmolohiia: kontseptual'ni zasady teorii

ACTIVE METHODS OF SOCIO-PSYCHOLOGICAL ADAPTATION AND PROFESSIONAL TRAINING OF MANAGERS IN THE TOURISM FIELD

Viktoriiia Khudaverdiieva

Анотація. *The article presents the main psychological methods and means of psychological-pedagogical support for the process of adaptation and personal development in the training of managers in the field of tourism, the psychological characteristics of the profession are given, and the competencies of managers in the field of tourism are described. The relevance of this topic is due to the need to develop the competitive advantages of specialists, the need for effective professional activity in the field of tourism. The article highlights the technological and professional and personal requirements of tourism enterprises for the professional activity of specialists, and defines its principles. Active methods (training, discussions, role-playing games) aimed at increasing the level of social and psychological adaptation, changing inadequate motives and acquiring new forms of behavior are highlighted. Adaptation is perceived as a process of active personal self-development.*

The main structural elements of social-psychological training, namely group cohesion tasks, created for the formation of an emotional mood to work in a group among training participants, are considered; group discussions within the subject of the lesson; psychogymnastic exercises of a meaningful plan, aimed at establishing effective contact, taking into account the age and personal characteristics of the training participants; exercises on perception and understanding of the partner's emotional state, development of empathic tendencies and sensitivity, exercises on the ability to competently receive and transmit information, on the ability to listen and hear effectively; psychogymnastic exercises that contribute to increasing work capacity during group work; psychogymnastic exercises, the main purpose of which is the formation of a reverse multimodal personal connection; enactment and analysis of situations aimed at demonstrating acquired skills in the context of behavior. The principles of social-psychological training are considered, which include: the principle of creative activity; principle of research position; the principle of partnership communication; the principle of emphasizing the language of feelings; organization of the communication process according to the «here and now» principle; the principle of trust communication; the principle of confidentiality; the principle of personification of statements.

Keywords: *psychology of service activity, professional competence, social-psychological training, training of a competitive specialist.*

Відомості про авторів:

Вікторія Анатоліївна Худавердієва, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму,

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

e-mail: viki75807@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-0100-5079>

Information about authors:

Viktoriiia Khudaverdiieva, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism, State Biotechnological University, Kharkiv, Ukraine