

Костянтин ПРАНОВИЧ
ЗВО спеціальності 051 Професійна освіта,
Миколаївський національний аграрний університет
м.Миколаїв, Україна

ПРОБЛЕМИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ЧЕРЕЗ ВІЙНУ

Виклики з якими стикається вітчизняний туризм під час війни численні. Один з них це звичайно, безпека [1]. В Україні є багато туристичних місць, які дуже популярні серед відвідувачів, але тепер вони знаходяться поблизу військових об'єктів чи небезпечних зон. Це помітно скорочує туристичний потік у таких регіонах.

Туризм в Україні під час війни зазнав значних втрат, і відновлення до колишнього рівня, безумовно, вимагатиме чимало часу та зусиль. Через непросту ситуацію, у деяких регіонах туризм, бізнес втрачає прибуток, що може призвести навіть до його закриття. Причини: страх перед можливою загрозою; економічна нестабільність; відтоки персоналу [2]. Співробітники туристичних фірм шукають роботу в безпечніших областях або з кордоном.

Війна це справжній виклик. Однак, навіть зараз є кілька стратегій та підходів, які будуть сприяти розвитку туризму в Україні. Розглянемо такі стратегії.

Безпека - активне інформування про безпечні регіони та маршрути [3], відновлення довіри. Віртуальний туризм в Україні - онлайн турне, віртуальні екскурсії можуть стати непоганою альтернативою для тих, хто поки що не готовий відвідувати країну особисто. PR та маркетинг - привернути увагу до нашої держави як до туристичного спрямування можуть розповіді про унікальність та красу України. Підтримка місцевого бізнесу - активізація взаємодії між локальними підприємцями, готелями, ресторанами, яке сприятиме створенню нових цікавих пропозицій для туристів.

Загалом туристична галузь України потребує гнучкості, креативності та співпраці всіх учасників цього ринку для забезпечення його стабільності та розвитку. Спеціальні пропозиції та знижки - ще один безперечний стимул. Для

успішного розвитку туристичного бізнесу важливо розуміти логістичні маршрути потоків туристів. І ключовою для розуміння тенденцій є геоаналітика. Вона демонструє найсвіжіші дані, активні зони вихідних та відпусток, регіони де зростає туризм. Розуміння цих тенденцій допомагає туристичному бізнесу адаптувати свої пропозиції, рекламні кампанії та стратегії розвитку.

Отже, сьогодні, як ніколи туризм потребує відповідності та змін на користь інтересів клієнтів. При цьому розвиток туризму в Україні потребує спільних зусиль від уряду, бізнесу та громадськості.

Список використаних джерел:

1. Михалко Д. С. Інноваційні технології та ідеї: вплив на підприємства індустрії готельно-ресторанного бізнесу. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі : тези доповідей міжнар. наук.-практ. конф., (м. Харків, 5 листопада 2024 р.) / Державний біотехнологічний ун-т. Харків, 2024. С. 72-74. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/19035>.

2. Корнієнко Ю. О. Як переселенці можуть змінити туристичний імідж України. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики : матеріали III міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 1 квітня 2024 р.). Харків : Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2024. С. 49-51. <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/17470>.

3. Іваненко В. С., Курепін В. М. Реалізація заходів цивільного захисту у реформах місцевого самоврядування // Екологічні та соціальні аспекти розвитку економіки в умовах євроінтеграції : матеріали X всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Миколаїв, 25-27 жовтня 2023 року). Миколаїв: МНАУ, 2023. С. 265-268. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15758>.