

УДК 378.14

Городянська Л. В.,
к.е.н., чл.-кор. АЕН України, доцент,
Київський національний університет
технологій та дизайну, м. Київ, Україна

КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ВІДТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Повномасштабна російсько-українська війна стала шоковим чинником для туристичної індустрії України, суттєво скоротивши її можливості й масштаби. Гостро стало питання пошуку шляхів виживання галузі, відтворення її довоєнної привабливості на зовнішньому й внутрішньому ринках послуг. Туристичний бізнес має свої особливості і ключові фактори успіху, які можуть варіюватися в залежності від конкретного сегмента та ринкових умов.

Метою дослідження є визначення ключових факторів відтворення туристичного бізнесу в Україні в сучасних умовах.

Незважаючи на складні умови воєнного стану та постійні загрози, в туристичному бізнесі важливо забезпечити клієнтам високу якість обслуговування через надання якісних послуг, комунікацій з клієнтами, швидкість реагування на запити та рівень комфорту під час подорожі [1, с. 151].

Іншим важливим фактором успіху туристичного бізнесу є ефективна маркетингова стратегія, яка орієнтована на цільову аудиторію та використовує різноманітні канали комунікації. Тут доцільно ще мати чітко визначену унікальну пропозицію, яка приверне більше клієнтів.

В сучасних умовах чільне місце серед факторів успішного відтворення туристичного бізнесу в Україні займає впровадження й використання технологічних інновацій [2]. Завдяки їм туристичні компанії можуть надавати підтримку клієнтам через онлайн-чати, електронну пошту та соціальні мережі, що підвищує рівень задоволеності клієнтів, оскільки реагування на їх запити відбувається у реальному часі у форматі 24/7. Онлайн-продажі дозволяють підприємствам пропонувати та продавати додаткові послуги, такі як екскурсії,

страхування, трансфери та інші допоміжні сервіси. Використання новітніх інформаційних технологій допомагає туристичним підприємствам автоматизувати та оптимізувати багато операційних процесів, що зменшує витрати та підвищує ефективність. Загалом, новітні технології та онлайн-продажі перетворюють туристичний бізнес, роблять його більш доступним і зручним для туристів, а також допомагають підприємствам залучати й обслуговувати більше клієнтів, оптимізувати операції та підвищувати рівень конкурентоспроможності.

Використання сучасних інформаційних технологій з метою комунікації, бронювання, маркетингу і забезпечення безпеки туристів є важливим аспектом в сучасних умовах. Інтернет-платформи, сайти, соціальні мережі та мобільні додатки суттєво полегшують взаємодію суб'єктів туристичного бізнесу із клієнтами. Усе це, а також інтерактивні платформи і сервіси полегшують пошук різноманітних послуг і дозволяють швидко та зручно бронювати готелі, авіаквитки, тури, оренду автомобілів та інші послуги. Це спрощує процес планування подорожі і забезпечує зручність для клієнтів. Онлайн-продажі розширюють цільову аудиторію туристичних підприємств на міжнародному рівні. Туристи можуть самостійно бронювати послуги з будь-якої точки світу, що допомагає привернути клієнтів з різних країн.

Підвищення якості послуг у сфері гостинності, які безпосередньо залежать від рівня відновлення людського потенціалу та професійної підготовки кадрів в умовах воєнного стану [3, с. 99-103], відіграють важливу роль у розвитку туристичного бізнесу і можуть призвести до численних позитивних результатів. Висока якість послуг і гостинність персоналу суттєво впливають на задоволеність клієнтів. Додаткові навички персоналу, такі як знання іноземних мов і навички міжкультурного спілкування, сприяють розвитку міжнародного туризму та привертають увагу більшого числа іноземних туристів. Професійна підготовка кадрів може сприяти розвитку інновацій та креативних підходів до надання туристичних послуг шляхом використання нових форм реклами, розробки екскурсійних маршрутів та інших

ідей для покращення якості та різноманіття дозвілля туристів. Суб'єкти підприємницької діяльності, які інвестують у навчання та професійну підготовку власного персоналу, забезпечують підвищення конкурентоспроможності на ринку туризму.

Окрім зазначеного, до ключових факторів успіху слід віднести партнерство з місцевими готелями, ресторанами, транспортними компаніями та іншими постачальниками послуг, що може допомогти підвищити якість послуг та забезпечити доступ до ексклюзивних пропозицій для клієнтів. Туристичний бізнес повинен бути готовий до різних ризиків, таких як зміни в політиці, природні катастрофи, економічні кризи, військова агресія. Ефективне управління ризиками може допомогти зменшити негативний вплив таких подій на бізнес. Гнучкість у реагуванні на зміни у попиті споживачів та адаптація до нових тенденцій у міжнародному туризмі можуть допомогти вітчизняному бізнесу залишатися конкурентоспроможним.

Отже, висока якість послуг і гостинність персоналу, маркетингова стратегія, яка орієнтована на цільову аудиторію, використання широкого спектру сучасних ІТ, професійна підготовка кадрів, партнерство з місцевими організаціями, управління ризиками, гнучкість і адаптивність є ключовими факторами відтворення туристичного бізнесу в Україні в сучасних умовах.

Література

1. Теоретико-методологічні аспекти визначення якості послуг у туристичному бізнесі / Г. М. Пилипенко та ін. *Economics of Enterprise*. 2023. № 1 (81). С. 150-156. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/81.150>
2. Джинджоян В. В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. *Ефективна економіка*. 2021. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8951> (дата звернення: 11.04.2024).
3. [Городянська Л. В. Структура відтворення інтелектуального потенціалу людини: інноваційний аспект. *Освітня аналітика України : науково-практичний журнал*. Київ : ДНУ «Інститут освітньої аналітики». 2022. Вип. 2 \(18\). С. 99-111. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24921>.](https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24921)