

**Гулаєнко В. О.**  
Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, Україна  
*Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри*  
*туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*  
**Нєчева Н. В.**

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Умови війни різко змінили ситуацію на ринку туристичного бізнесу, перетворивши стратегічний етап розвитку на можливість просто зберегти підприємство, що є досить складною задачею в умовах військових дій. Але збереження туристичного бізнесу є необхідним не тільки для економічної підтримки країни, але й для майбутнього відновлення туристичної галузі, яка стане однією з найважливіших галузей після завершення війни. З огляду на ситуацію, орієнтуватися виключно на внутрішній ринок зараз є нереально. Для досягнення повного завантаження бізнесу дуже важливо виходити на нові ринки. Запуск роботи в інших країнах може стати кроком у цьому напрямку, але необхідно бути готовим до зустрічі з певними викликами та підводними каменями.

Важливо розуміти, що запуск бізнесу в інших країнах потребує не тільки фінансових вкладень, а й знань та досвіду з міжнародної торгівлі та законодавства інших країн. До того ж, необхідно враховувати культурні та мовні різниці, що можуть вплинути на успішність бізнесу. Відсутність досвіду в міжнародному бізнесі може призвести до втрати часу, грошей та репутації. Проте, запуск бізнесу в інших країнах може стати чудовою можливістю для підприємців, які прагнуть розширити свої горизонти та знайти нові ринки збуту. Важливо ретельно досліджувати ринки, аналізувати конкурентів та зрозуміти особливості кожної країни, щоб ефективно реалізувати свій бізнес та досягти успіху.

Розвиток бізнесу на нових ринках - це складний та багатоетапний процес, що потребує великої кількості підготовчої роботи та аналізу. Для того, щоб здійснити успішне виведення бізнесу за межі рідної країни, необхідно провести ретельне дослідження нового ринку, визначити попит на послуги або продукти, аналізувати конкурентів, вивчати юридичні аспекти організації та ведення бізнесу, а також отримати необхідні дозволи та ліцензії на проведення діяльності.

Крім того, важливо мати на увазі, що запуск бізнесу в іншій країні може знадобитися додаткові ресурси та робочу силу, що також повинні бути враховані в процесі планування. Необхідно мати відповідну структуру та систему управління, яка зможе ефективно працювати в різних країнах та забезпечити успішну роботу бізнесу. Усі ці аспекти потребують уважного аналізу та планування, щоб зменшити ризики та максимально ефективно використати можливості запуску бізнесу в інших країнах. При цьому важливо мати на увазі, що це не швидкий шлях до успіху, а складний та вимогливий процес, який потребує багато часу та зусиль.

Зокрема, через війну, що відбувається в Україні, доведеться здійснювати додаткові зусилля, щоб переконати партнерів та клієнтів в тому, що компанія є надійним та стабільним бізнесом, який будується на принципах довгострокової співпраці. Важливо показати, що компанія не є тимчасовим явищем і не є "компанією-одноденкою", а забезпечуємо нашим партнерам та клієнтам стабільність та надійність у веденні бізнесу. Щоб отримати довіру, необхідно продемонструвати свою компетентність, високу якість туристичних послуг, побудувати стійку репутацію, яку можна підтвердити рекомендаціями та відгуками клієнтів. Також важливо забезпечити прозорість та відкритість у відносинах з клієнтами та партнерами, щоб вони були впевнені в доброчесності та прозорості в управлінні бізнесом.

Отже, хоча отримання довіри може бути складним процесом, зробити це можливо, якщо працювати над репутацією та стабільністю, демонструвати компетентність та відкритість у співпраці з клієнтами та партнерами. Крім того,

важливо зрозуміти потреби та очікування клієнтів та партнерів, і надавати їм якісний сервіс та підтримку на високому рівні. Це допоможе забезпечити позитивний досвід співпраці та зберегти довіру клієнтів та партнерів на довгі роки вперед.

Зокрема, можна використовувати різноманітні маркетингові та PR-інструменти, щоб просунути туристичне підприємство та залучити увагу потенційних клієнтів та партнерів. Наприклад, це може бути проведення рекламних кампаній, участь у виставках та конференціях, організація заходів та акцій, спонсорська діяльність тощо. Також можливо використовувати різноманітні соціальні мережі та медіа-канали для залучення уваги та комунікації зі своїми клієнтами та партнерами. Це допоможе стати більш доступними та прозорими, а також дозволить взаємодіяти зі своїми клієнтами та партнерами в режимі реального часу.

При плануванні запуску продажів турів на новому ринку за кордоном, необхідно працювати над забезпеченням додаткових фінансових гарантій для туристів, щоб зменшити їх сумніви щодо здатності туристичної фірми виконувати свої обов'язки. Незважаючи на поточні виклики та перешкоди, необхідно пам'ятати про підтримку та сприяння всього світу зусиллям українців зберегти стабільність в країні. Такі питання не можна ігнорувати, оскільки це допоможе нашій країні стати сильнішою і забезпечити туристичному бізнесу стійкість та успіх у майбутньому.

### **Список використаних джерел:**

1. Як туріндустрія намагається працювати під час війни. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3586986-ak-turindustria-namagaetsa-pracuvati-pid-cas-vijni.html> (дата звернення: 02.03.2023).
2. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436>.