

УДК 658.11(338.48-6:355)

Головко В.О.¹, Траченко Л.А.²

¹ студентка, Одеський національний морський університет, м. Одеса

² д-р. екон. наук, професор, Одеський національний морський університет, м. Одеса

АДАПТАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ДО УМОВ ВОЄННОГО СТАНУ: КЛЮЧОВІ СТРАТЕГІЇ ВИЖИВАННЯ

Туристичний бізнес в Україні та світі зіткнувся з великою кількістю викликів, починаючи з кризи, викликані пандемією COVID-19 і руйнівним характером воєнних дій, внаслідок вторгнення РФ на територію України. Це призвело до масштабних перерв у роботі туристичних підприємств, різкого падіння доходів і змусило заклади радикально змінити операційні моделі. Проте, історія доводить, що кризи часто стають каталізатором інновацій. Пандемія змусила підприємства туристичної сфери швидко адаптуватися, впроваджуючи безконтактні технології, цифрове бронювання та віртуальні послуги. Ці кроки не лише допомогли вижити, а й підвищили ефективність та якість обслуговування в туризмі.

В умовах війни українська туристична галузь демонструє незламну стійкість. Зараз вимагається не просто адаптація до змінених ринкових умов, а й інтеграція нових безпекових реалій у планування подорожей та послуг. Зниження доходності населення та фізичні загрози вимагають глибокої переоцінки туристичних продуктів і маршрутів, подальшої цифровізації та розробки стратегій, які забезпечать гнучкість і стійкість у довгостроковій перспективі. Ці зусилля трансформують виклики у нові можливості, зокрема

для розвитку внутрішнього та військового туризму [1].

Визначальними факторами незламної стійкості української туристичної галузі стали комплексна адаптація до геополітичної нестабільності та прискорення цифрової трансформації. Диверсифікація туристичних продуктів та фокус на безпеці є ключовими стратегіями, що реалізується через розвиток внутрішнього туризму, формування безпечних маршрутів та інтеграцію принципів соціальної відповідальності. Це вимагає глибокої переоцінки традиційних бізнес-моделей та туристичних продуктів для забезпечення гнучкості та довгострокової стійкості.

Стратегії виживання і збереження конкурентних позицій також включають масштабну цифровізацію та застосування штучного інтелекту (AI). Ця інтеграція забезпечує персоналізацію пропозицій та підвищує операційну ефективність. Разом з тим, використання чат-ботів оптимізує комунікацію і ціноутворення.

Варто наголосити, що критичне значення має фінансова стійкість та використання сучасних технологій, зокрема віртуальної (VR) і доповненої (AR) реальності. Принаймні VR/AR створює можливості для унікальної презентації послуг (віртуальні тури) та формування довіри клієнтів. Щодо фінансової стійкості, то вона вимагає розробки комплексних систем управління ризиками та пошуку інноваційних джерел фінансування. Баланс між безпекою та конкурентоспроможністю у турбулентному середовищі забезпечується здатністю до швидкої реакції та впровадженням адаптивних стратегій туристичними підприємствами [2].

Важливо зосередити увагу на тому, що несистемні дії багатьох підприємств сфери туризму під час воєнного стану призвели до значних втрат ресурсів і персоналу, що доводить необхідність системної адаптації для виживання та ефективного розвитку. Посилення безпеки через облаштування оснащених укриттів та обов'язкове оповіщення про тривоги та перехід до »softy-сервісу» з розширенням безоплатних додаткових послуг та коригуванням графіків роботи дозволить оптимізувати діяльність туристичних

підприємств.

Критично важливим є зниження собівартості готельних послуг як важливої складової туристичного продукту шляхом раціонального використання та економії енергії, матеріалів. Управління персоналом має фокусуватись на багатофункціональності для оптимізації штату, а маркетинг – на активному залученні клієнтів замість пасивного очікування [3].

Отже, туристичний бізнес в Україні виявився стійким перед безпрецедентними викликами пандемії та воєнного стану, що вимагає радикальної системної трансформації. Галузь успішно переорієнтовується на пріоритети безпеки та розвиток внутрішнього туризму, здатністю до гнучких, інноваційних змін у сервісі, економічній оптимізації та багатофункціональності персоналу.

Список використаних джерел:

1. Коваль О. Д., Катюха Д. А. Стратегії адаптації готельно-ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення в Україні. *Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми*. 2025. № 1. С. 72–78.

2. Олійник І. В. Стратегічний розвиток і конкурентоспроможність туристичного бізнесу в умовах військового стану: ризики, пріоритети та інноваційні підходи. *Агросвіт*. 2025. №4. С. 98–107.

3. Жадан Т. А., Жадан Ю. В. Шляхи адаптації туристичного готельного бізнесу до умов війни. *Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти* : тези доп. 2-ї Міжнар. наук.-практ. конф. (17-18 травня 2023 р.), Київ: НУБіП України. 2023. С. 29-31. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/729d1004-da4e-4799-83db-f633fdef579c/content?trackerId=db943e36953f9c9d> (дата звернення: 15.10.2025).