

комунікації - це допомагає уникнути публічних суперечок і демонструє готовність вирішити питання.

- подяка за відгуки - відповідати на позитивні відгуки слід з вдячністю - це вказує на те, що цінується кожний клієнт і його думка, а також зміцнить лояльність клієнтів.

Індустрія гостинності часто має справу з особистими даними клієнтів, такими як інформація про бронювання, контактні дані та платіжні реквізити. Забезпечення безпеки в онлайн-просторі є пріоритетом. Ніколи не можна розголошувати особисті або фінансові дані клієнтів в онлайн-комунікаціях, навіть у приватних повідомленнях. Варто використовувати безпечні платформи для онлайн-бронювання.

Успішна робота в соціальних мережах вимагає не лише ефективної взаємодії з клієнтами, але й грамотного просування послуг. Важливо створювати публікації, які будуть приваблювати клієнтів та викликати бажання скористатися послугами закладів гостинності. Це можуть бути професійні фотографії готелю, відео з подорожей або огляди спеціальних пропозицій. Контент повинен бути зрозумілим та доступним. Необхідно чітко вказувати умови акцій, знижок або спеціальних пропозицій, щоб уникнути непорозумінь. Також рекомендовано використовувати інтерактивні формати, такі як опитування, конкурси або прямі ефіри, щоб активізувати клієнтську аудиторію та залучити нових відвідувачів.

Підсумовуючи, варто зазначити, що ввічлива, професійна і відповідальна комунікація сприяє підвищенню довіри клієнтів і зміцненню бренду, а ефективне використання онлайн-платформ допомагає бізнесу залишатися конкурентоспроможним у швидкозмінному світі сучасних технологій.

Список літератури

1. Андрійченко Ж.О., Близнюк Т.П., Майстренко О.В. Digital етикет та комунікації: тенденції та вимоги сьогодення. *Економіка та суспільство*. Випуск 34. 2021. Режим доступу - <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/983/941>

УДК 338.48:332

Тебенко В. М.

к.е.н., доцент,

кафедри економіки і бізнесу,

Таврійській державний агротехнологічний

університет ім. Дмитра Моторного

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ЗБИТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ: АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ТА ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ

Однією з важливих сфер підприємницької діяльності є туристичне підприємництво. Останні роки стали важкими для туристичної галузі України через обмеження, пов'язані із закриттям кордонів, карантинні заходи, обмеження на подорожі та воєнний стан, що серйозно вплинули на внутрішній і міжнародний туризм. Ці виклики потребують адаптації галузі до нових умов для її подальшого розвитку [1].

На рисунку 1 наведена інформація про вартість реалізованих турпакетів фізичними та юридичними особами в розрізі регіонів.. Близько 50% від загальної вартості проданих туристичних пакетів в Україні припадає на чотири області: Дніпропетровську, Львівську, Київську та Харківську (47%) [2].



Рис 1. Вартість реалізованих турпакетів фізичними та юридичними особами в розрізі регіонів, тис. грн. [3]

Київ є як лідером за кількістю, так і за вартістю реалізованих туристичних пакетів, що свідчить про його ключову роль у туристичному бізнесі.

На рисунку 2 представлена динаміка частки збиткових підприємств за різними видами економічної діяльності. Аналізуючи дані щодо частки туристичних агентств і операторів, які зазнали збитків у регіонах України за період 2014-2022 років, можна виокремити кілька важливих тенденцій. В цілому по Україні частка збиткових підприємств коливалася від 23% до 44%, причому пікові значення спостерігались у 2020 році (38,9%) та 2022 році (43,6%). Це можна пояснити пандемією COVID-19 та економічною нестабільністю, пов'язаною з воєнним станом. Найнижчий показник збитковості був у 2021 році - 23,3%, що, ймовірно, пов'язано з частковим відновленням туристичної галузі після карантинних обмежень. Серед представлених видів діяльності найбільш постраждала сфера готельного бізнесу.

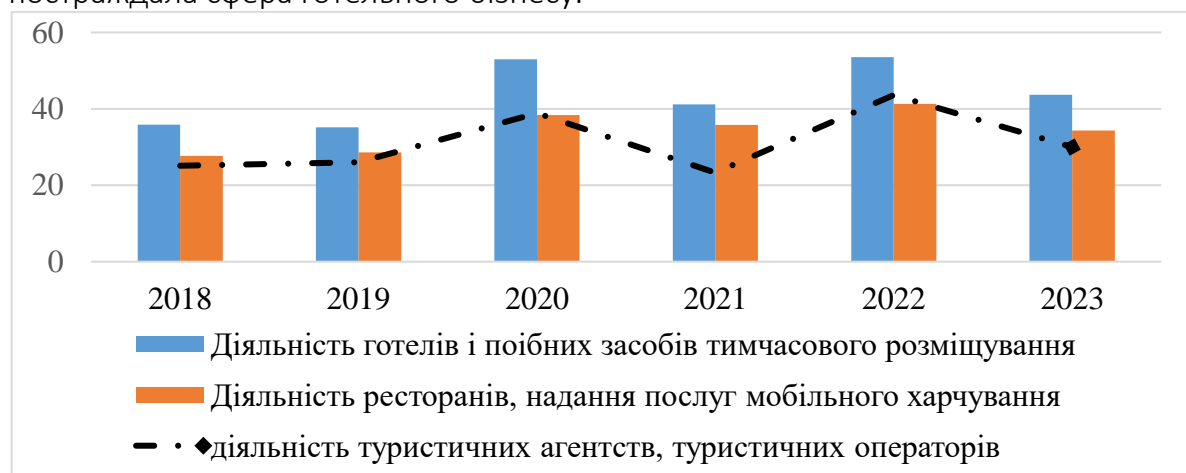


Рис. 2. Питома вага збиткових підприємств, за видами економічної діяльності [4]

Аналізуючи рівень збитковості в регіональному розрізі, можна зробити наступні висновки:

1. Регіони значно відрізняються за часткою збиткових підприємств, що свідчить про різні економічні умови та рівень розвитку туристичної галузі в кожному з них. Київська область та м. Київ демонструють стабільну збитковість у межах 24-44%, з піковими значеннями у 2020 та 2022 роках.

2. Пандемічний спад (2020 рік). Більшість регіонів продемонстрували збільшення частки збиткових підприємств у 2020 році. Наприклад, Чернівецька область (40,0%), Одеська область (44,0%), м. Київ (40,3%) суттєво зросли у цей період через карантинні обмеження.

3. Погіршення ситуації у 2022 році. Майже у всіх регіонах частка збиткових підприємств у 2022 році різко зросла, що пов'язано з впливом війни. Зокрема, Волинська область (64,7%), Рівненська область (60%), Харківська область (48,5%) та м. Київ (44,6%).

Проведений аналіз демонструє необхідність адаптації туристичної галузі до сучасних викликів та впровадження заходів підтримки для зменшення збитковості підприємств. Для того, щоб вітчизняна індустрія туризму якнайшвидше відновилася та набула сталого розвитку, необхідні зусилля як з боку держави, так і підприємницьких структур. В повоєнному періоді тільки нестандартні системні інноваційні рішення можуть сприяти успішній відбудові індустрії туризму.

Список літератури

1. Тебенко В.М., Завадських Г.М., Лисак О.І. Інноваційні складові відновлення сфери туризму. *Науково-виробничий журнал “Бізнес-навігатор”*, 2022. №3(70). С. 70-75.

2. Тебенко В.М. Розвиток туристичного підприємництва в Україні. *Сучасні виклики та перспективи розвитку економіки і бізнесу*: зб. тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції (6 грудня 2023 року, м. Запоріжжя). Запоріжжя: ТДАТУ, 2023. С. 93-96.

3. Туристична діяльність в Україні у 2020 році. Статистична інформація. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm

4. Питома вага підприємств, які отримали збиток, у загальній кількості підприємств, за видами економічної діяльності у розрізі регіонів (2014–2022 URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Демко В., Свиноус І. Потенціал міжнародного співробітництва України в геоeкономічному просторі туристичної галузі. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2023. №2(48). С.38–50