

синтезі пізнаного та осмисленого наукою, у єдності всієї багатоманітності функцій і структур, зв'язків, які разом утворюють велику систему «людина + харчування + дозвілля = життєдіяльність».

Резюмуючи вищенаведене, у професійній підготовці фахівців в ресторанному господарстві заклади вищої освіти повинні ставити за мету забезпечити якісно новий рівень підготовки на основі компетентного підходу; підготувати фахівців новітньої формації, здатних задовольнити потреби вітчизняного та іноземного споживача.

## **ТУРИЗМ В УМОВАХ ВІЙНИ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ**

**С.М. Калініченко**, канд. екон. наук, доц.

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

**Т.В. Колеснік**, д-р юрид. наук, проф.

Донецький державний університет  
внутрішніх справ, м. Донецьк, Україна

Запровадження в Україні воєнного стану безумовно вплинуло на всі сфери життя українського суспільства. Осторонь не залишилися і туристична сфера. До 24 лютого 2022 року ми думали, що Covid-19 – це найгірше, що трапилося з туристичною галуззю. Та сьогодні у порівнянні з наслідками війни ці проблеми здаються менш суттєвими. Втрати українського туристичного сектору за цей період вже сягнули сотень мільйонів гривень [1]. Слід констатувати що негативні тенденції вплинули на всі сфери туризму, деякі з них призупинили існування, а певні види змушені були пристосовуватися до змін.

Діловий туризм – відбулася повна зупинка. Через рік після останнього пострілу – мабуть, досить влучне пояснення, коли в Україні почне відроджуватись в'їзний туризм, а разом із ним – діловий сегмент у вигляді великих конференцій, тренінгів, семінарів тощо. Адже ці два напрямки тісно пов'язані між собою. І вони обидва дуже проблематичні без авіасполучення.

Наразі ж маємо фактично повну зупинку ділового туризму – від 24 лютого нинішнього року ні для локального бізнесу, ні тим паче для іноземних учасників проведення чогось суттєвого в Україні не на часі й надто небезпечно.

В даному контексті не варто забувати про Covid-19, який непогано так навчив нас організовувати бізнесові заходи онлайн без відчутної втрати їх якості та результативності. Хіба що «страждали» дружня кава в перервах між доповідями та селфі для соцмереж.

Не варто забувати й про той факт, що близько 10% ще недавно українського бізнесу вже повністю перенесли свої офіси/виробничі потужності за кордон. І ця тенденція поки не збавляє обертів. Так, можна зрозуміти власників, які прагнуть забезпечити стабільність своїм компаніям та працівникам. Чи повернуться вони до України після війни – питання досить риторичне. І стосовно бізнесу, і стосовно співробітників. Але це – втрата частини активної бізнес-спільноти.

Загалом відродження ділового туризму, швидше за все, почнеться не з класичних бізнесових заходів, а якраз із великих подій, ініційованих країнами-партнерами України по її відбудові після війни. Саме такі події, певно, стануть драйверами перезапуску індустрії ділового туризму. А далі вони мають перезапустити інвестиції, знову і ще в більшій кількості привернути до нас інвесторів у всі сфери економіки.

В'їзний туризм. За рік ми будемо у топ-5 країн світу для відвідування. Було б неправильно стверджувати, що після початку війни іноземці зовсім перестали до нас їхати. Як і неправильно називати їх туристами, будь-то класичними чи діловими. Здебільшого мова йде про дипломатичний корпус, журналістів, миротворців та благодійні організації, волонтерів.

Що ж стосується в'їзного туристичного трафіку – його не буде, допоки триватиме війна. Питання безпеки для туриста з будь-якої країни – «номер один» упродовж всієї подорожі. Навіть принциповіше, аніж наявність повітряного сполучення.

Так, бум на подорожі до України ще попереду. Він неодмінно станеться, Україна буде у топ-5 країн світу для відвідування. Через рік після війни, коли буде відкрите небо, принаймні номінально безпечно.

Внутрішній туризм. Мандрівників замінили внутрішньо переміщені. Тут маємо не таку однозначну ситуацію: начебто не все так по нулях, як з іноземними туристами, але й не все так просто.

Слід зауважити, туризм в класичному його розумінні – сьогодні майже на паузі. Навіть у локаціях, де готелі заповнені. Бо ж не треба плутати туриста і тимчасово переміщених осіб. Які виїхали вимушено, часто – втративши домівки, рятуючи себе та родини. Та й навіть родини, які повезли діток на пару тижнів якомога далі від сирен і ночівлі в коридорі чи сховищі – хіба то туристи? Так, ці люди живуть у готелях, харчуються в ресторанах, платять здебільшого туристичний збір. І підтримують готельну сферу, інколи дозволяють власникам заробляти за весняний сезон більше, аніж за увесь попередній рік.

Але навіть для Західної України, умовно безпечнішої частини країни, то лише омана добробуту туристичної сфери. І опубліковані

нещодавно дані щодо надходжень від туристичного збору в бюджет – досить умовний, якщо не сказати наразі хибний показник стану галузі. Бо ж він не показує реальну картину, а дає лише кількісні показники прожитих номеро-ночей.

Про курортний сезон багато не скажеш, окрім того, що війна його на 90% зруйнувала. Значна частина морського узбережжя тимчасово окупована ворогом. А там, де є доступ до моря, є ризик обстрілів та мін.

Вже зараз треба думати про суттєву модернізацію в тому числі й курортних готелів з позиції безпеки. Нова реальність буде диктувати запит від гостей на наявність бомбосховища в закладі гостинності, а вже потім – інших сервісів та опцій. Навіть через тривалий час після війни наявність сховища буде переважати безлімітний WiFi та першу лінію біля моря.

Стосовно міських готелів можна сказати про завантаження більше 20–25%. В середньому – 10–15%, а це не завжди навіть рівень беззбитковості. Найбільше страждають готелі з великим номерним фондом (умовно – 100 і більше номерів). Деякі з них, у тому числі в столиці, зачинились до кращих часів. Дехто намагається вижити й втримати хоча б кістяк персоналу, професійних кадрів. Тож добре, якщо готельний бізнес – не основний у власника, і є чим перекрити витрати.

На ринку чимало пропозицій з оренди чи продажу готельного бізнесу – від міських до курортних закладів. Торг має місце, тож зараз можна досить вигідно інвестувати. Але так само й досить ризиковано.

В цьому контексті було б доречно на момент закінчення війни мати нову Стратегію розвитку туристичної галузі, відбудови інфраструктури у післявоєнний період. Чітко сформульовані стратегічні цілі дозволять отримати інвестиційні надходження та відновити економічну складову. Туризм буде драйвити економіку України та залучати інвестиції.

В цій площині не можна залишити поза увагою й проблеми з кадрових питань. Оскільки відбувається суттєвий відтік кадрів туристичної індустрії за кордон. Як наслідок, кваліфіковані працівники сфери гостинності мають намір працевлаштуватися за кордоном. Сьогодні майже всі вітчизняні заклади гостинності, згідно Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо оптимізації трудових відносин» змушені вжити заходів щодо оптимізації штатних розписів [2]. Як наслідок – велика кількість працівників готелів, ресторанів, туристичних фірм їдуть до інших країн в пошуку роботи. І треба визнати, що попит на наші професійні

кадри є не лише в Європі, а й за океаном. І тут все залежить від того, наскільки довго триватиме війна. Якщо рік і довше – значна частина тих, хто знайшов роботу за кордоном, буде вирішувати: повертатись чи залишатися працювати за кордоном.

Підсумовуючи викладене слід зауважити, що туризм є однією з пріоритетних галузей національної економіки, який розширює платіжний баланс країни та сприяє розвитку певних сфер господарства і виробництва. В умовах воєнного стану є чимало приводів залишатись оптимістами, навіть у туристичній сфері, яка завжди страждає першою.

Український народ незламний, навіть попри війну на західній Україні відкриваються нові готелі; відновлюють свою роботу туристичні агенції; виріс попит на туристичні послуги у безпечних регіонах України – це додає оптимізму та впевненості в майбутнє. Найяскравіші часи – попереду. Безумовно, після нашої перемоги відкладений попит на відпочинок буде ще більше стимулювати туристичну галузь. Тому сьогодні ми маємо підтримувати підтримати туристичний бізнес та не дозволити йому зникнути з інформаційного поля.

#### Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2352-20>.
3. Брич В. Управління ризиками у туристичному бізнесі Наукові записки. 2010. №2. URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/NZTNPU/geogr/2010\\_2/4/002Bri ch.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/NZTNPU/geogr/2010_2/4/002Bri ch.pdf).
4. Школа І.М. Розвиток туристичного бізнесу регіону: монографія Чернівці: Книги XXI, 2007. 291 с. URL: [http://tourlib.net/books\\_ukr/shkola.htm](http://tourlib.net/books_ukr/shkola.htm).
5. Беднарська О.Р., Свірська О.Б. Управління ризиками міжнародної туристичної діяльності. URL: [http://ena.lp.edu.ua/istream/ntb/30358/3/Vis\\_570\\_Menedgment.%203-8.pdf](http://ena.lp.edu.ua/istream/ntb/30358/3/Vis_570_Menedgment.%203-8.pdf).
6. Кожухівська Р.Б. Управління процесами ризик менеджменту на туристичних підприємствах. URL: [https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/2456/1/rizik\\_menedgent%20v%20turismi.pdf](https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/2456/1/rizik_menedgent%20v%20turismi.pdf).