

ТУРИЗМ У ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ: СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Наконешна К.С., здобувачка вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Введення воєнного стану та початок бойових дій на території України створили ряд складних обставин, серед яких особливе значення мали морально-психологічні потрясіння, економічний спад підприємництва та неможливість вести бізнес. Ці чинники призвели до серйозного паралічу значної частини підприємницької діяльності. У цьому контексті початок бойових дій став випробуванням й для українського туристичного бізнесу. Слід відзначити, що досвід функціонування туризму в Україні в умовах тотальної війни був відсутній, що породжує необхідність до негайного дослідження цієї проблеми з метою відновлення діяльності та адаптації до нових умов. Також необхідно вивчати світовий досвід повоєнного розвитку туристичної індустрії.

За словами Т. Захарової [1], світова туристична індустрія вже протягом п'яти років переживає наслідки економічну кризу через пандемію коронавірусу та вжиті проти неї епідеміологічні заходи. У кінці 2021 та на початку 2022 року відзначалося поступове відновлення функціонування туристичного бізнесу у всьому світі. Що стосується України, то зменшення туристичних потоків розпочалося ще у 2014 році з окупації Автономної республіки Крим та частин Донецької і Луганської областей Російською Федерацією. З 2019 року – пандемія вірусу COVID-19, а з початком російського вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року відбулося кардинальне зменшення туристичних потоків, адже велика частина українців виїхала за кордон, тікаючи від жорстокої війни, а деякі туристичні підприємства закрились або почали займатися волонтерською діяльністю. Коли почалася війна, індустрія туризму потрапила у найгіршу ситуацію за історію розвитку туризму в незалежній Україні. Замість розвитку внутрішнього туризму відбулася міграція мільйонів людей всередині держави, а масовий від'їзд громадян України за кордон не мав нічого спільного з туристичними дестинаціями. Фактично з 24 лютого 2022 року в'їзний туристичний потік втрачений на 100 %, діловий туризм заморожений, а місцевий туризм перетворився на рух внутрішньо переміщених осіб, туризм у

* Науковий керівник – Мерчанський В.В., к.е.н., доцент

центральної, східній та південній Україні повністю припинився. Війна спричинила руйнування у туристичному секторі, призвела до знищення фінансових, енергетичних та харчових галузей, спровокувала серйозну інфляцію по всьому світу та повністю припинила туризм у центральній, східній та південній Україні.

За даними дослідження А.Г. Кізіон, Л.А. Гуцал та І.М. Цуркан [2], перспективами розвитку туристичної галузі є розроблення стратегії напрямів і програм, які можуть діяти в умовах воєнного стану. Такі дії держави можливі наразі лише в регіонах, які постраждали менше від війни. Якщо врахувати усі показники й стан певних туристичних інфраструктур, які знаходяться в безпечних місцевостях зараз, то є можливість залучати туристів. Інвестиції повинні бути спрямовані із заходу на південь України. Відповідно до цього, на 2023-2025 роки є розроблені пріоритетні стратегії функціонування туристичної індустрії:

- 1) створення напрямів для розвитку національного туризму, враховуючи міжнародну практику та євроінтеграцію;
- 2) функціонування результативної розгалуженої системи управління туристичної сфери на державному й регіональному рівнях;
- 3) спрямування фінансів й залучення інвестицій до туристичної індустрії завдяки туристичним фондам;
- 4) створення туристичних об'єктів на місцевому рівні, які приносять туристичні податки державі;
- 5) створення маршрутів, які зможуть представити обсяги й масштаби військових дій;
- 6) подача заявки до Всесвітньої туристичної організації;
- 7) подання заявки на проведення Європейської конференції Всесвітньої туристичної організації в Україні;
- 8) розробка концепцій і маршрутів до курортних зон на півдні України;
- 9) створення і впровадження єдиного туристичного реєстру відповідно до змін Закону України «Про туризм»;
- 10) просування туристичних програм;
- 11) створення регіональних програм на місцевих рівнях туризму;
- 12) створення внеску туризму до ВВП країни;
- 13) застосування європейських стандартів до розвитку якості туризму;
- 14) розробка освітніх програм у сфері туристичної сфери;
- 15) розробка конкретних кроків для відновлення туристичної інфраструктури в Україні у післявоєнний час;
- 16) створення системи співпраці держави, органів місцевого самоврядування й бізнесу;
- 17) запуск національної програми підтримки продажу й просування національного туристичного продукту;
- 18) реалізація просування національного туризму на міжнародному рівні;
- 19) створення великої кількості робочих місць;
- 20) розбудова мережі туристично-інформаційних центрів [2].

Зазначені стратегії можна об'єднати у 8 глобальних стратегій:

1. Розвиток та популяризація національного туризму;
2. Управління та регулювання туристичної сфери;
3. Фінансування та інвестиції у туризм;
4. Розвиток туристичної інфраструктури;
5. Регіональний розвиток туризму;
6. Підвищення якості та стандартизація;
7. Розвиток людських ресурсів;
8. Маркетинг та просування національного туризму.

Необхідно зазначити, що майбутня стратегія розвитку туристичної галузі має бути вбудована у відповідну стратегію відновлення економіки України у післявоєнний період, як галузь яка є важливим суб'єктом соціально-економічного перетворення [3]. Стратегії відновлення туристичної галузі має враховувати поточний стан інфраструктури та туристичних об'єктів, що постраждали під час війни. Тут ситуація ускладнюється тим, що кожного дня відмічається руйнація туристичної інфраструктури, а отже масштаби трагедії тільки зростають. Також слід приділити більше увагу питанням безпеки мандрівників та відновленню іміджу України як привабливої туристичної дестинації на міжнародній арені. Ефективна стратегія розвитку туризму сприятиме відродженню економіки та культурного життя країни.

У рамках відбудови туристичної галузі України варто запозичити досвід інших країн, які справді відновили туризм після криз, зокрема військових конфліктів. Повоєнне відновлення українського туризму має спиратися на підтримку національних та міжнародних організацій шляхом розробки та реалізації різноманітних планів та проєктів. Необхідно розробити та сформулювати стратегії відновлення постраждалих територій шляхом спеціальних економічних зон та науково-промислових парків. Багато країн готові допомогти відновленню інвестиціями, а можливість залучити міжнародних експертів до національних проєктів значною мірою допоможе прискорити успіх цих зусиль.

Література:

1. Захарова Т. Напрямки розвитку туристичного бізнесу України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 49. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-6>
2. Кізюн А.Г., Гуцал Л.А., Цуркан І.М. Аналіз розвитку індустрії туризму в Україні в умовах російсько-української війни. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. № 8. С. 79-87. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-11>

3. Мерчанський В.В., Худавердієва В.А. Про необхідність державної підтримки туристичної індустрії у повоєнний період. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства*. Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 25 листопада 2022 р., м. Запоріжжя. [Електронний ресурс] / Електрон. дані. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 271-273.

ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Пономаренко Т.В., Богданюк О.І., здобувачі вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

В умовах жорсткої конкуренції в туристичному бізнесі актуальним постає питання просування туристичного продукту як на внутрішньому, так й на міжнародному ринках. Д.В. Грибова відмічає, що для створення і впровадження нового туристичного продукту туроператору недостатньо створити якісний тур з прийнятною ціною. Формування продукту і його вихід на ринок необхідно ретельно спланувати та організувати. Цей складний процес вимагає від фахівців, що працюють в туризмі, професіоналізму глибоких знань туристичних ресурсів, організаційно-правових особливостей подорожей, психології та мотивацій споживача. Створення туристичного продукту зазвичай починається з виникнення ідеї та прийняття рішення про розробку туру і завершується процесом просування його на ринку з наступними продажами [1].

Практика показує, що в процесі розробки стратегії просування турпродукту українського туристичного продукту необхідно здійснювати діагностику зовнішнього середовища функціонування індустрії туризму, яка дозволить виявити фактори, що позитивно або негативно впливають на перспективи вітчизняного турпродукту на міжнародних ринках.

Попит на вітчизняний туристичний продукт залежить від динаміки в'їзду іноземних туристів, яка своєю чергою формується під впливом економічних, політичних та інших подій. Прикладом негативного впливу на просування туристичного продукту на міжнародному ринку є військові дії.

* Науковий керівник – Мерчанський В.В., к.е.н., доцент