

## РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

### СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

### SOCIO-ECONOMIC FACTORS OF DOMESTIC TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE

Розвиток внутрішнього туризму в Україні має дотримуватися низки необхідних умов, проте саме ці умови є стримувальними факторами. Стаття присвячена дослідженню механізмів та чинників стабілізації туристичної індустрії України в період світової економічної кризи, спричиненої пандемією коронавірусу. Розглянуто інструменти державної підтримки просування туристичного національного продукту й антикризову стратегію і тактику самих суб'єктів туристичного ринку. У статті розглядається важливість внутрішнього туризму для соціально-економічної системи країни та її регіонів. Досліджено стан та перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні. Проаналізовано механізм управління і координації розвитку внутрішнього туризму на державному рівні, зарубіжні аналоги щодо подальшого посилення розвитку внутрішнього туризму як стратегічно важливого напрямку державної політики у сфері туристичної індустрії. Наведені дієві способи підтримки і стимулювання розвитку внутрішнього туризму в Україні.

**Ключові слова:** туристична індустрія, світова економічна криза, пандемія коронавірусу, антикризова стратегія, державні механізми, чинники стабілізації, готельний сектор.

*Развитие внутреннего туризма в Украине должно придерживаться ряда необходимых*

условий, но именно эти условия являются сдерживающими факторами. Статья посвящена исследованию механизмов и факторов стабилизации туристической индустрии Украины в период мирового экономического кризиса, вызванного пандемией коронавируса. Рассмотрены инструменты государственной поддержки продвижения туристического национального продукта и антикризисная стратегия и тактика самих субъектов туристического рынка. В статье рассматривается важность туризма для социально-экономической системы страны и ее регионов. Исследовано состояние и перспективы развития туризма в Украине. Проанализирован механизм управления и координации развития туризма на государственном уровне, зарубежные аналоги по дальнейшему усилению развития внутреннего туризма как стратегически важного направления государственной политики в области туристической индустрии. Представлены действенные способы поддержки и стимулирования развития внутреннего туризма в Украине.

**Ключевые слова:** туристическая индустрия, мировой экономической кризис, пандемия коронавируса, антикризисная стратегия, государственные механизмы, факторы стабилизации, гостиничный сектор.

УДК 332.142.4

DOI <https://doi.org/10.32843/bses.52-23>

**Кацемір Я.В.**

к.е.н., старший викладач кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

**Katsemir Yana**

State Institution of Higher Education "Kherson State Agrarian University"

*The development of domestic tourism in Ukraine must adhere to a number of necessary conditions, however, it is these very conditions that are constraining factors. The discussion of current problems and the development of conceptual proposals for the subsequent improvement of state policy in the tourism sector is especially relevant in the context of an aggravation of the economic crisis. Overcoming the crisis requires an in-depth structural adjustment of the foundations of the global economy and a change in the technological structure of a globalized society, since the development of the service sector, including tourism, is coming to the fore. In countries with a transformational economy, to which Ukraine belongs, the global economic crisis poses serious threats to the tourism industries, which is due to the lower competitiveness of national enterprises, lack of market mechanisms and imperfect state tourism policies. Counteraction to the global market element in Ukraine is possible through the realization of its tourism potential, maintaining the competitiveness of Ukrainian tourism and its tourism product both in foreign and domestic markets through the mechanism of long-term cooperation between business and the state. The article is devoted to the study of the mechanisms and factors of stabilization of the tourism industry of Ukraine during the global economic crisis caused by the coronavirus pandemic. The instruments of state support for the promotion of the tourism national product and the anti-crisis strategy and tactics of the tourism market entities themselves are considered. The article discusses the importance of tourism for the socio-economic system of the country and its regions. The state and prospects of tourism development in Ukraine are investigated. The mechanism of management and coordination of tourism development at the state level, foreign analogues to further strengthen the development of domestic tourism, as a strategically important area of state policy in the field of tourism industry, are analyzed. Presented are effective ways to support and stimulate the development of domestic tourism in Ukraine.*

**Key words:** tourism industry, world economic crisis, coronavirus pandemic, anti-crisis strategy, state mechanisms, stabilization factors, hotel sector.

**Постановка проблеми.** Загальновідомо, що Україна має величезний природно-культурний потенціал для розвитку туризму і гостинності. Північні регіони країни, зокрема південь України, розглядають туризм як перспективний напрям економічної діяльності, здатний стимулювати інші сфери і забезпечити сталий регіональний розвиток. Але, незважаючи на позитивну тенденцію розвитку туризму, розвиток внутрішнього туризму в пострадянський період не можна вважати успіш-

ним. Основними перешкодами, що перешкоджають розвитку внутрішнього туризму в Україні, виступають переважно чинники управлінського, економічного, екологічного, соціального та культурного характеру. Запровадження змін у цих сферах та вдосконалення державної підтримки туризму є досить важливими для успішного розвитку внутрішнього туризму в Україні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання розвитку туристичної індустрії розгля-

далися в роботах таких українських учених, як Л.Г. Агафонова і Т.А. Городня, які сформулювали основні соціально-економічні проблеми розвитку туризму в Україні та стратегію розвитку туристичної індустрії України; Р. Балашова, І.М. Школа, Л.П. Дядечко, В.Ф. Кифяк, які розробили принципи розвитку туристичної індустрії в ринковій економіці. Водночас питання про особливості функціонування ринку туристичних послуг у період світової кризи вимагають більш детального розгляду.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є аналіз шляхів мінімізації наслідків світової економічної кризи й ефективних антикризових заходів у туристичній галузі України через механізм розвитку внутрішнього туризму.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Туризм є важливою частиною доходів державного бюджету в багатьох країнах. Деякі країни отримують менше, інші – більше. У деяких країнах туризм є основним джерелом доходу.

У зв'язку з карантинними обмеженнями, пов'язаними з коронавірусом, кордони більшості країн нині закриті. Сам туризм, по суті, перебуває у фазі очікування величезних втрат у цій сфері, а отже, проблем із поповненням державних бюджетів, що тільки створить проблеми для уряду під час кризи.

З огляду на все це, країни замислюються над тим, як рухатися далі у сфері туризму.

У зв'язку з пандемією коронавірусу, що охопила майже всі країни світу, Іспанія докорінно змінила плани у сфері туризму. Не планується приймати туристів до початку 2021 року. Це передбачає підготовлений урядом план поетапного відновлення призупиненої через пандемію економічної діяльності. За деякими джерелами, цього року іспанці та економіка країни можуть розраховувати тільки на внутрішній туризм.

В Італії також у 2020 році розраховують на внутрішній туризм. За інформацією ItalianTimes, є ймовірність часткової компенсації відпустки з метою стимулювання програми просування внутрішнього туризму. Поки йдеться про 350–500 євро. Для іноземних туристів ситуація схожа на ситуацію в Іспанії. Передбачається, що кордони відкриються для туристів лише восени.

У Німеччині було підготовлено план відновлення авіаперевезень. За даними DW, у плані є 20 пунктів, які, якщо вони будуть затверджені, означатимуть нову реальність для мандрівників. Однією з основних запропонованих змін є обов'язкове носіння захисних масок для обличчя, принаймні з моменту оголошення про посадку до вильоту. Також пропонується вимагати від пасажирів дотримуватися відстані у чергах перед реєстрацією, місцями реєстрації багажу та місцями очікування вильоту і багажу. Авіакомпаніям та аеропортам потрібно буде переобладнати наявні

простори або звільнити зайві місця, збільшити кількість лічильників реєстрації та відповідно розмітити. Також пропонується невеликим групам пасажирів заходити в різні зони аеропорту та збільшувати кількість автобусів, що доставляють пасажирів на один рейс. Потрібно буде переконатися, що вони не хворі, особливо на Covid-19, під час онлайн-реєстрації перед польотом.

Як відомо, бюджет Туреччини сильно залежить від туристичних доходів. Тому влада зараз намагається розробити механізм, який дасть змогу розмістити туристів. На початку квітня говорили, що туристичний сезон розпочнеться наприкінці травня. Зараз немає конкретики щодо термінів. Як повідомляє «Європейська правда», країна готується приймати туристів до перемоги над коронавірусом. Починати будуть із внутрішнього туризму, а далі – перейдуть до іноземців. Основна ідея – це закрити чиста зона, де ризик коронавірусної інфекції мінімальний. Влада вже починає сертифікацію таких зон. Анталія, як і раніше, вважається базовим регіоном.

За даними Всесвітньої організації туризму ООН (UNWTO), коронавірус коштуватиме туризму до семи років зростання. І цього року кількість міжнародних туристів зменшиться на 20–30%. Очікуване зниження може призвести до зниження доходів від міжнародного туризму на 300–450 мільярдів доларів [1].

Що стосується України, то уряд ще не підраховував втрати для галузі, але вже зрозуміло, що із закриттям кордонів вони будуть, і в основному впливатимуть на в'їзний і виїзний туризм. Нині обмеження щодо внутрішнього туризму не накладаються, але, звичайно, карантин та заборона масових заходів вплинуть на бізнес. Оскільки кордони нашої країни уряд планує тривалий час не відкривати, то одним зі шляхів розвитку туризму в Україні стане внутрішній туризм. Цей період є найбільш вигідним і придатним для кількісного та якісного покращення внутрішнього туризму.

Практика зарубіжних країн-лідерів індустрії гостинності та туризму свідчить про переваги та можливості розвитку сфери внутрішнього туризму не тільки як галузі, що забезпечує зайнятість населення і поповнення регіональних бюджетів, а й як сфери для підвищення ефективності виробництва, розвитку підприємництва, малого та середнього бізнесу; сфери, що сприяє розвитку інфраструктури регіонів, збільшенню вартості землі, підвищенню якості життя місцевих жителів, задоволенню потреб громадян у активному і повноцінному відпочинку, зміцненню здоров'я, залученню до культурних цінностей.

Японія є однією з найуспішніших країн світу в сфері внутрішнього туризму. За загальної чисельності населення близько 127 млн чоловік щорічний потік внутрішнього туризму становив понад

300 млн (на одного жителя в середньому припадало понад 2 поїздки на рік). Високі досягнення у внутрішньому туризмі пояснюються багатьма причинами. Велике значення мали особливості історичного розвитку країни, довгий період її закритості, коли, не маючи можливості повноцінно спілкуватися із зовнішнім світом, японці навчилися цінувати і насолоджуватися тим, що є у них. Цілорічному розвитку внутрішнього туризму сприяють сприятливі природно-кліматичні умови та наявність різноманітних природних та історико-культурних ресурсів для різних видів рекреаційної діяльності. Серед соціально-економічних чинників слід відзначити відносно високий рівень доходів населення, високий рівень розвитку інфраструктури туризму, особливо транспортної, високий ступінь організації туристських поїздок, різноманітність пропонованих туристських послуг. Створюючи той чи інший туристичний продукт, у Японії насамперед орієнтуються на потреби місцевого населення, а потім – на іноземних туристів.

Деякі аспекти розвитку внутрішнього туризму Японії може перейняти й Україна. Для більш успішного розвитку внутрішнього туризму території повинні рухатися в напрямі від одноманітності туристичного продукту до його сезонної і просторової диференціації і мозаїчності [2, с. 245]

В Україні майже відсутня інформація про природний і культурно-історичний рекреаційний потенціал регіонів і окремих населених пунктів. Місцеві органи влади, ЗМІ, підприємці та місцеве населення повинні разом працювати над створенням позитивного, відмінного від інших місць, іміджу своєї території. Це, безсумнівно, сприяє посиленню інтересу до території і стимулює туристичні поїздки. Можна рекомендувати туристичному бізнесу сфокусуватися на одноденних групових екскурсійних турах, вигідних як туристичному бізнесу, так і приймаючим регіонам або локальним територіям.

Незважаючи на наявний в Україні потенціал, розвиток альтернативних видів туризму поки що перебуває в зародковому стані. Такі види туризму вимагають підтримки регіональних і місцевих органів влади, а вони повинні усвідомлювати, що альтернативні види туризму поряд з економічними вигодами здатні вирішувати соціальні та екологічні проблеми.

Туристична сфера України має цілу низку проблем, що гальмують розвиток туризму, таких як:

- відсутність цілісної системи державного управління туризмом у регіонах;
- недостатність методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави;
- невідповідність більшості туристичних закладів міжнародним стандартам;
- незадовільний стан туристичної, сервісної та інформаційної інфраструктури в зонах автомобільних доріг та міжнародних транспортних коридорів;

- недостатня забезпеченість туристичної галузі висококваліфікованими спеціалістами;
- невідповідність ціни і якості;
- недосконалість бази даних стосовно об'єктів туристичної сфери;
- корумпованість державної влади та місцевих органів влади.

Тому до найважливіших антикризових заходів із розвитку внутрішнього туризму можна віднести [3, с. 221]:

1. Створення ефективного законодавства і сильного органу влади. Ефективне державне управління можливе лише у разі ефективного законодавства, створення чіткої і зрозумілої кожному учаснику туристичного бізнесу нормативно-правової бази, яка сприяла би прибутковій діяльності вітчизняних туристичних фірм, а значить, приводила б до появи нових робочих місць, збільшення податкових надходжень та інших соціальних благ для держави. В Україні лобіюються законопроекти, здатні завдати шкоди галузі. Тоді як уряди інших країн усіма шляхами підтримують туристичний бізнес через його важливість у вирішенні загальнонаціональних завдань і в зв'язку з прибутковістю цієї статті бюджету, наша держава збільшує податковий тиск на суб'єктів туристичної підприємницької діяльності та не виділяє належного фінансування.

2. Розвиток готельного сектору.

Центральне місце у сфері внутрішнього туризму займають готельні підприємства. Саме вони, будучи однією з базових послуг у складі туристичного продукту, можуть вплинути на його конкурентоспроможність, якщо пропонують якісне обслуговування і мають низку відмінних рис.

Зарубіжний досвід показує, що головною метою управління відносинами з клієнтами в індустрії гостинності та туризму на сучасному етапі є налагодження взаємовигідних відносин між клієнтом і готельним підприємством. Важливість таких взаємин визначається тим, що завоювати нового споживача для готелю стає все важче. Процес вивчення потреб клієнтів та швидкого реагування на їх зміни став основою для досягнення високих цілей багатьох успішних готельних корпорацій. Продаж готельної послуги в цьому разі є не закінченням взаємин між продавцем і покупцем, а частіше навіть навпаки – їх початком.

Однією з найбільш сильних тенденцій розвитку управління відносинами з клієнтами є зміщення спрямованості від задоволення потреб усіх споживачів до створення повноцінних взаємин і споживчих мереж, націлених на задоволення кожного конкретного клієнта. Цей процес насамперед орієнтований на довгострокову та взаємовигідну як для готельної компанії, так і для клієнта співпрацю. Подібна взаємодія орієнтована на більш ретельне вивчення клієнтів готельних підприємств, на

надання їм довгострокових цінностей. Критерієм успіху в цьому разі є високий рівень задоволення клієнта протягом тривалого періоду часу.

3. Розвиток внутрішнього туризму, насамперед санаторно-курортного напрямку.

Йдеться про відновлення бренду України як «всесоюзної здравниці» і «всесоюзного піонертабору», а також про формування пакету пропозицій для ринку медичного й оздоровчого туризму, який набуває все більшого значення в кризових умовах як основний мотив подорожі [4, с. 10]. Головна проблема полягає в тому, що з розвалом Радянського Союзу Україні дісталася у спадок близько 3,5 тис. санаторно-курортних підприємств, частина яких виявилася незатребуваною з огляду на різке зменшення кількості споживачів цього виду послуг.

Доречні поради щодо розвитку та вдосконалення внутрішнього туризму надала експерт із розвитку туризму Анна Романова [5]:

1. Нарешті настав час на державному рівні подолати всі слабкі сторони: оновити стандарти обслуговування, скласти зручну та прозору систему категоризації готелів (особливо напередодні легалізації азартних ігор, коли зали та казино дозволять лише в готелях певної «зірки»), створити електронний реєстр усіх суб'єктів туристичної діяльності, організувати забезпечення прозорого фінансового покриття збитків туристів.

2. Податки. Держава обов'язково повинна їх зменшити. Потрібно ввести податкові пільги на житло, внутрішні перевезення та культурну галузь: під час карантину є ризик втратити житло, невеликі транспортні та туристичні компанії. Нагадаю, що Україна – чи не єдина країна в Європі, де не запроваджено зниженого ПДВ для індустрії гостинності, культури та спорту. Нині низка країн запровадили знижені податки та компенсацію втрат у туристичній галузі (Австралія, Великобританія, Італія, Китай). Україні також потрібні економічні зони з особливими умовами для інвесторів у туристичній галузі, як це було у Грузії.

3. Інфраструктура та комунікація. У багатьох туристичних місцях просто немає зв'язку, навіть у самому центрі столиці він переривається. Карантин повинен підштовхнути модернізацію комунікацій та Інтернету в країні.

4. Навчання. Громади потрібно навчати, як правильно створювати та просувати туристичний продукт. Окремим напрямом є університетська освіта. Навчальні програми потребують оновлення та вдосконалення практики у сфері гостинності в Україні: не лише направляти студентів на практику аніматорів у Туреччину, а заохочувати домашній бізнес залучати молодих людей, створювати для них практичні програми.

**Висновки з проведеного дослідження.** Наслідки світової економічної кризи можна подолати через комплекс ефективних антикризових

заходів у туристичній галузі державного і недержавного секторів економіки. До дієвих механізмів виходу туристичної галузі з кризи належить державна допомога і підтримка на законодавчому та виконавчому рівнях, а також створення вертикалі влади для стратегічного планування та оперативного вирішення питань про підтримку національного туристичного продукту. Фактором виходу туристичної галузі із кризи є реалізація антикризової стратегії і тактики самими суб'єктами туристичного ринку.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Коронавірусне літо 2020-го: Коли країни відкривають кордони для туристів і чи планують вони взагалі їх відкривати? URL: <https://ua.112.ua/golovni-novyni/koronavirusne-lito-2020-ho-koly-krainy-vidkryiut-kordony-dlia-turystiv-i-chy-planuiut-vony-vzahali-ikh-vidkryvaty-534022.html> (дата звернення: 27.04.2020).
2. Попов Л.А. Використання закордонного досвіду для успішного розвитку індустрії туризму і гостинності в країні. *Економічна та соціальна географія*. 2014. № 2 (70). С. 242–255.
3. Кретинина Л.В. Механизмы и факторы стабилизации туристической индустрии Украины в период мирового экономического кризиса. *Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому*. 2009. № 13. С. 212–219.
4. Самаров Е. Туризм: антикризисные рецепты. *Гостиничный и ресторанный бизнес*. 2009. № 1. С. 8–13.
5. П'ять порад, як рятувати український туризм під час пандемії. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/koronavirus-i-turizm-yak-ukrajini-vryatuvati-industriyu-ostanni-novini-50075544.html> (дата звернення: 27.04.2020).

#### REFERENCES:

1. Coronavirusne lito 2020-go: Koli krayini vidkryiut` kordoni dlya turistiv i chi planuyut` voni vzagalі yikh vidkryvati? [Coronavirus Summer 2020: When will countries open borders for tourists and do they plan to open them at all?] Retrieved from <https://ua.112.ua/golovni-novyni/koronavirusne-lito-2020-ho-koly-krainy-vidkryiut-kordony-dlia-turystiv-i-chy-planuiut-vony-vzahali-ikh-vidkryvaty-534022.html> (accessed 27 April 2020).
2. Popov L.A.(2014) Vikoristannya zakordonnogo dosvidu dlya uspishnogo rozvitku industriyi turizmu i gostinnosti v krayini [Using foreign experience for the successful development of the tourism and hospitality industry in the country] *Ekonomiczna ta soczialna geografiya – Economic and social geography*, 2 (70), 242–255.
3. Kretinina L.V.(2009) Mekhanizmy i faktory stabilizacii turisticheskoy industrii Ukrainy v period mirovogo ekonomicheskogo krizisa [Mechanisms and factors of stabilization of Ukraine's tourism industry during the global economic crisis] *Visnik DITB. Seriya: Ekonomika, organizacziya ta upravlinnya pidpriemstvami turistichnoyi industriyi ta turistichnoyi galuzi v cizolomu – DITB*



Newsletter. Series: Economy, Organization and Management of Tourism Industry Enterprises and Tourism Industry as a whole.

4. Samarov E (2009) Turizm: antikrizisnye recepty [Tourism: anti-crisis recipes] Gostinichnyj i restorannyj biznes – Hotel and restaurant business. (in Russian)

5. P'yat` porad, yak ryatuvati ukrayins`kij turizm pid chas pandemiyi [Five tips on how to save Ukrainian tourism during a pandemic] Retrieved from: <https://nv.ua/ukr/opinion/koronavirus-i-turizm-yak-ukrajini-vryatuvati-industriyu-ostanni-novini-50075544.html> (accessed 27 April 2020).