

УДК 332.1:338.48

Куксов Д.Р.¹, Мамотенко Д.Ю.²

¹ студ. гр. МТЕ-120 НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Туристична галузь створює нові робочі місця, сприяє розвитку регіонів і підтримує місцеві спільноти. Отже, для підтримки відновлення та розвитку туристичного сектору в Україні після пандемії та закінчення воєнного стану, необхідне зміцнення співпраці між владою, туристичною галуззю, місцевими громадами та всіма зацікавленими сторонами. Постійні та трансформаційні дії мають бути скеровані на створення цілісного механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору, що підтверджує актуальність даної проблеми.

Важливим питанням в сучасній ситуації є організаційно-економічне забезпечення розвитку туризму. На рисунку 1 показана організаційна структура туристичного сектору, яка пропонує три основні блоки: бізнес, владу та науку. Інституційні важелі (формальні, неформальні, організаційні) логічно вписуються в організаційну структуру туристичного сектору, де вже присутні усі види економічної діяльності, які долучені до виробництва туристичного продукту [1].

Блок бізнесу представлений сектором виробництва туристичного продукту. До нього входять туристичні агентства і туроператори, індустрія розваг (казино, аквапарки тощо), екскурсійні бюро, заклади розміщення (готелі, мотелі, кемпінги, санаторно-курортні заклади, туристичні бази) та харчування (їдальні, кафе, ресторани), підприємства з надання транспортних послуг, заклади з організації дозвілля (екскурсії, походи, музеї, театри), заклади сфери розваг, національні природні парки, заповідники, заказники, ботанічні сади, зоопарки. Також є допоміжний сектор, який включає в себе підприємства, які самі виробляють сувеніри, туристичне спорядження, особливі традиційні для кожного конкретного регіону товари; поліграфічні видавничі підприємства, картографічні фабрики, поліграфічні структури, телерадіокомпанії. Сектор бізнесу є одночасно виробником і продавцем туристичного продукту.

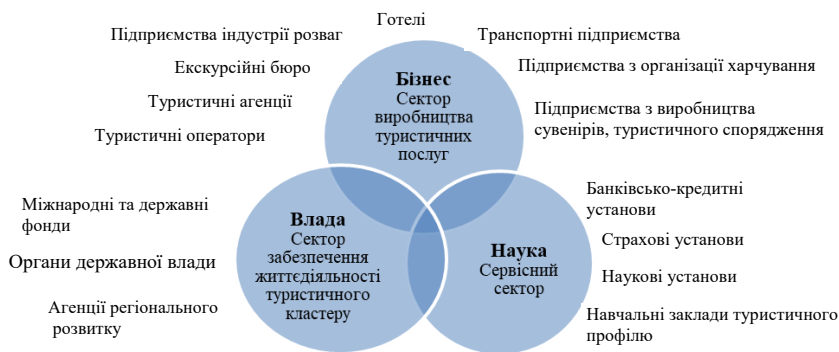


Рисунок 1 – Організаційна структура туристичного сектору

Блок влади формує умови життєздатності туристичного сектору. До його складу входять органи державної влади, агенції регіонального розвитку, міжнародні та державні фонди і програми, маркетинговий, рекламно-інформаційний, логістичний і юридично-аудиторський відділи [1].

Блок науки включає організації, які надають різні види послуг:

фінансові, освітні, посередницькі – це банківсько-кредитні установи та страхові компанії, освітні заклади туристичного спрямування, наукові установи, бізнесові центри, лізингові компанії.

Аналізуючи найновіший досвід України та інших країн (США, Японія, Італія, Австралія, Китай, Таїланд та ін.) щодо подолання наслідків кризових явищ у функціонуванні туристичної сфери, можна виокремити чотири основні механізми забезпечення розвитку туристичного бізнесу в кризових умовах – співпраця, інновації, державна підтримка і диверсифікація [2].

Співпраця між різними стейкхолдерами в індустрії туризму, включаючи уряди, бізнес-мережі та неурядові організації, може бути потужним механізмом для забезпечення розвитку індустрії туризму в умовах кризи. Така співпраця може допомогти створити скоординовану відповідь на кризові виклики та полегшити обмін ресурсами й знаннями. В умовах пандемії та війни в Україні саме співпраця між органами влади, місцевого самоврядування та туристичним бізнесом дозволила забезпечити на елементарному рівні функціонування туристичної сфери і створити передумови для її посткризового відновлення [2].

Вирішальну роль у розвитку сучасного туристичного бізнесу відіграють інновації. Серед пріоритетних інновацій мають бути цифрова трансформація, розвиток альтернативного, соціального та загалом сталого туризму. Ініціативи сталого туризму можуть включати такі види діяльності, як підтримка місцевої економіки шляхом використання місцевих підприємств і сприяння легальній торгівлі; мінімізація впливу на навколишнє середовище шляхом зменшення рівня забруднення та збереження природних ресурсів; збереження культурної спадщини шляхом заохочення толерантності та розуміння серед туристів щодо підтримки збереження історичних об'єктів та культурних пам'яток; сприяння громадській активності та розширення її можливостей шляхом залучення місцевих громад до планування розвитку туризму та ухвалення рішень/

Важливим механізмом забезпечення розвитку туристичної галузі може стати державна підтримка. Можна навести кілька успішних прикладів державної підтримки для забезпечення розвитку туристичної сфери в умовах кризи. У березні 2020 року уряд США прийняв Закон CARES, який надав фінансову допомогу малим підприємствам, у тому числі підприємствам туристичної галузі. У червні 2020 року уряд Іспанії оголосив про план відновлення туризму, який передбачав фінансову допомогу та стимули для індустрії туризму. Проект передбачав зниження податків, субсидовані кредити та гранти, щоб допомогти підприємствам, пов'язаним з туризмом. У березні 2021 року уряд Австралії оголосив про програму підтримки туристичних авіап перевезень, яка надає фінансову допомогу авіа-компаніям та аеропортам, які постраждали від спаду міжнародного туризму через

пандемію. У липні 2020 року уряд Таїланду запустив пакет стимулювання внутрішнього туризму, щоб заохотити внутрішній туризм і допомогти підприємствам, пов'язаним з туризмом, які постраждали від пандемії. Пакет включав субсидії на подорожі, готельні знижки та податкові пільги для внутрішніх туристів, що сприяло розвитку внутрішнього туризму та підтримці індустрії туризму.

Таким чином, організаційна структура туристичного сектору представлена взаємозв'язками і взаємозалежністю між бізнесом, владою та наукою, що дає можливість для ефективного використання усіх чинників розвитку туристичного сектору. Використовуючи такі механізми як співпраця, інновації, державна підтримка і диверсифікація, стейкхолдери туристичної галузі можуть забезпечити розвиток туристичного бізнесу в умовах кризи. Ці механізми можуть допомогти пом'якшити негативний вплив криз на індустрію туризму, сприяючи сталому розвитку дестинацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гавдей С. В. Організаційно-економічне забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії. : дис. ... доктор філософії : спец.. 051 – Економіка : захищена 2023-11-29; Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. – Івано-Франківськ, 2023. 194 с. 0823U100924.
2. Римар С. Т. Проблеми формування туристичного іміджу України в умовах виходу із кризи [Електронний ресурс] / С. Т. Римар, А. П. Голод // Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. – 2023. – № 8. – Режим доступу: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-12-02> (дата звернення: 03.04.2024). – Назва з екрана.