

УДК 338:48

Курпаченко О.І.¹, Цвілий С.М.²

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

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

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Зараз війна в Україні «кидає» серйозні виклики туристичній галузі, яка все ще оговтується від пандемічних потрясінь. Зважаючи на останні тенденції, відбувається слабе відновлення туризму, але при цьому зауважимо, що існує значна невизначеність щодо майбутніх перспектив, інвестицій у цей напрямок. Зважаючи на безпрецедентність подій, що відбуваються на території України, питання розвитку туризму має велике значення в контексті відновлення національної економіки, переходить від теоретичного до практичного аспекту.

Війна виявилася майже руйнівною для туризму. Закритий повітряний простір, труднощі з оплатою та ненадійна ситуація з безпекою звела нанівець усі умови, необхідні для «виживання» туризму. Незважаючи на всю складність ситуації, туризм в Україні продовжує функціонувати. Він пристосовується до нових реалій, знаходить рішення, закладає основу для майбутнього розвитку та працює на спільну мету. Нестабільне середовище створило нові загрози та ризики для ефективної діяльності суб'єктів туристичної індустрії та висунуло більш жорсткі вимоги до організації управління безпекою, здоров'ям туристів. Водночас управління впливом цих загроз виходить за рамки туристичного ринку. Подальший розвиток та безпека вітчизняного туристичного сектору залежить від злагодженості зусиль державних органів, громадськості і бізнес-спільноти. Подолання існуючих негативних тенденцій вимагатиме розробки комплексних та системних заходів, алгоритмів їх реалізації з використанням правових, фінансових, інноваційних методів впливу на туристичну сферу [1].

Діяльність суб'єктів туристичного ринку значно підтримує державний бюджет, оскільки під час військових дій ця функція є дуже важливою. Навіть після встановлення миру на внутрішньому ринку туризму спостерігатимуть нові тенденції розвитку туризму. Зростає потреба в оздоровленні та відпочинку (відпочинок на морі, в горах, у лісі). Розвиватимуться види релаксаційного туризму, що сприяють відновленню психічних і фізичних сил [2]. Будуть організовані екскурсії місцевими та знайомими місцями, підвищиться інтерес до історії, традицій. Туристичний імідж країни не має втратити комплексність.

Необхідність урахування просторово-поляризаційних детермінантів в розвитку ринку туристичних послуг обґрунтовується їх посиленням впливом на діяльність суб'єктів туристичної галузі, політику державних та місцевих органів влади у галузі туризму, купівельну спроможність, вподобання клієнтів. Фактори формування просторової поляризації ринку туристичних послуг чинять безпосередній вплив на просторову структуру туристичної системи, спричиняють та посилюють її поляризацію [3]. Однією з повоєнних тенденцій розвитку ринку туристичних послуг є перехід від історично-сформованих базових детермінант (факторів «першої природи») до інноваційних (факторів «другої природи»). Вигідне рекреаційно-географічне положення, наявність природних та культурних ресурсів, сприятливі кліматичні умови виступають лише базисом, передумовою розвитку туризму і ефективності функціонування суб'єктів туристичного ринку. Тоді як конкурентоспроможність, міжнародну зокрема, на туристичному ринку складають фактори інноваційного характеру: розвинена туристична інфраструктура; інноваційні технології створення та просування диверсифікованого туристичного продукту; нормативно-правова база, яка стимулює розвиток внутрішнього і в'їзного туризму; заохочення інвестицій у розвиток туристичної галузі; наявність дослідницьких структур з питань туризму; ефективна система підготовки туристичних кадрів; наявність транснаціональних корпорацій; привабливий імідж на міжнародній арені.

Незважаючи на наявність сприятливих природно-ресурсних передумов, забезпеченість значними культурними ресурсами, сприятливим географічним положенням, проте через нерозвиненість інвестиційних та інноваційних факторів, національні туристичні ринки посідають периферійне положення в просторовій структурі світового туристичного простору та мають низьку конкурентоспроможність туристичного продукту. Це свідчить про доцільність формування ефективної національної та регіональної туристичної політики, раціонального використання туристичних та рекреаційних ресурсів, створення позитивного іміджу країни на міжнародному туристичному ринку з метою переходу до інвестиційно-інноваційної моделі розвитку туристичної галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кукліна Т. С. Загальні тенденції розвитку світового туризму: від коронавірусу до військової агресії / Т. С. Кукліна, С. М. Цвілій, С. М. Журавльова // Підприємництво та інновації. – 2022. – № 23. – С. 12–15.

2. The role of information technologies in the restoration of the domestic tourism industry in the post-war period / S. Tsviliy [et al.] // Artificial intelligence: an era of new threats or opportunities? : monograph / ed. by I. Tatomyr. – Praha, 2023. – P. 179–189.

3. Цвілій С. М. Відновлення туристичної екосистеми в післявоєнному періоді / С. М. Цвілій, О. В. Жилко, В. М. Зайцева // Відновлення природно-ресурсного потенціалу та стійкості екосистем : колект. монографія / ред. Т. О. Чайки. – Полтава, 2023. – С. 292–299.