

УДК 338.486:351.86(477)

Корнієнко О.М.

канд. екон. наук, доцент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

ПРОБЛЕМИ ВЗАЄМОДІЇ ТУРОПЕРАТОРІВ ТА ТУРАГЕНТІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ В УКРАЇНІ

Туристична галузь України зазнала значних потрясінь через російську агресію, яка розпочалася в 2014 році і досягла свого піку в 2022 році з повномасштабним вторгненням. Війна не лише завдала шкоди інфраструктурі та створила небезпечні умови для мандрівників, але й серйозно змінила взаємовідносини між основними гравцями туристичного ринку – туроператорами та турагентами [1]. В умовах військових дій ці суб'єкти ринку стикаються з проблемами виконання контрактних зобов'язань, фінансової стійкості та збереження довіри клієнтів.

В умовах військового конфлікту туризм в Україні практично припинився. Це створило кризу для всієї галузі, оскільки зменшення туристичних потоків призвело до скорочення доходів як туроператорів, так і турагентів.

Через війну багато міжнародних туроператорів та партнерів відмовилися від співпраці з українськими туристичними компаніями. Втрата доступу до міжнародних ринків обмежує можливості українських туроператорів пропонувати конкурентоспроможні туристичні продукти на зовнішніх ринках. Це ще більше ускладнює відносини між туроператорами та турагентами, оскільки знижується обсяг пропозицій для продажу.

Одна з найсерйозніших проблем, з якою стикнулися туроператори та турагенти під час війни, – це масове скасування турів через неможливість забезпечити безпеку туристів. Туроператори, які організовують подорожі, змушені були припинити виконання своїх зобов'язань через закриття кордонів, небезпеку пересування та ризики для життя клієнтів [2]. Це призвело до масових скарг з боку турагентів, які вже продали тури своїм клієнтам і не можуть повернути кошти або запропонувати альтернативи.

Відмова від виконання контрактних зобов'язань створює значні юридичні та фінансові проблеми. Відсутність чітких механізмів вирішення таких ситуацій у контрактах між туроператорами і турагентами ще більше ускладнює питання компенсацій та відповідальності. Туроператори часто пропонують перенесення турів або ваучери, але клієнти часто вимагають повернення коштів, що створює додатковий тиск на турагентів.

Війна також спричинила кризу довіри між туроператорами та турагентами. Турагенти, які виступають посередниками між клієнтами та туроператорами, стикаються з вимогами клієнтів щодо повернення коштів або зміни умов подорожей, тоді як туроператори часто не можуть швидко реагувати на ці вимоги через власні фінансові труднощі або неможливість організувати безпечний відпочинок.

Турагенти, які не отримують своєчасну підтримку від туроператорів, починають сумніватися в їх надійності та обговорюють можливість розриву контрактів або пошуку нових партнерів. Це призводить до погіршення довгострокових відносин і підриває довіру на ринку.

Фінансові зобов'язання також стають причиною конфліктів між суб'єктами ринку. Наприклад, турагенти можуть вимагати від туроператорів компенсацій за невиконані тури або затримані платежі, тоді як туроператори, через фінансову скруту, не завжди можуть задовольнити ці вимоги.

У воєнний час спостерігається зміна структури попиту на туристичні продукти. Якщо раніше виїзний туризм займав значну частину ринку, то зараз більшість туристів обирають безпечніші внутрішні напрямки або взагалі відмовляються від подорожей через небезпеку. Туроператори змушені шукати нові продукти, що можуть відповідати новим умовам, зокрема короткострокові подорожі, екологічний туризм або туристичні послуги у відносно безпечних регіонах.

Така зміна попиту вимагає від туроператорів та турагентів перегляду своєї бізнес-стратегії, адаптації продуктів і послуг до нових реалій та пошуку нових ринків. Проте цей процес є тривалим і часто супроводжується додатковими витратами.

Ще однією тенденцією є поява нових альтернативних видів послуг, таких як онлайн-подорожі, віртуальні тури або туризм з навчальними цілями [3].

Для уникнення конфліктів між туроператорами та турагентами важливо переглянути договірні зобов'язання з урахуванням нових викликів, що виникли через війну. У договорах мають бути чітко прописані умови форс-мажору, механізми компенсацій, зобов'язання сторін у разі скасування турів та можливості для гнучкого перенесення подорожей.

У період кризи особливо важливою є співпраця між суб'єктами ринку. Туроператори можуть запропонувати турагентам спеціальні умови або підтримку у вигляді ваучерів для клієнтів, гнучких термінів повернення коштів або нових продуктів, що відповідають сучасним реаліям. Важливо підтримувати відкриті канали комунікації для оперативного вирішення конфліктних ситуацій.

Державна підтримка може допомогти туристичній галузі України в період війни. Програми фінансової допомоги, пільги для бізнесу та забезпечення

стабільності ринку можуть мінімізувати втрати компаній і сприяти відновленню туристичних потоків у майбутньому. Важливою також є підтримка міжнародних організацій та фондів, які можуть надати ресурси для відновлення галузі.

Отже, російська агресія створила складні умови для туристичного ринку України, що суттєво вплинуло на відносини між туроператорами та турагентами. Основні проблеми включають скасування турів, фінансові труднощі та втрату довіри між суб'єктами ринку. Для подолання цих проблем необхідно переглядати договірні зобов'язання, розробляти нові продукти, адаптовані до умов війни, а також шукати шляхи співпраці між туроператорами та турагентами для збереження партнерських відносин та мінімізації втрат для обох сторін.

Список використаних джерел:

1. Корнієнко О. М., Кукліна Т. С., Біленко М. О. Туристична галузь України: стан та шляхи відновлення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. №22. С. 68–73. DOI: 10.32702/2306-6814.2022.22.68
2. Корнієнко О. М., Цвілий С. М., Мамотенко Д. Ю. Відновлення бізнес-активності туристичних операторів в умовах воєнного стану. *Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні*: зб. матеріалів III Всеукр. наук. – практ. конф. Херсон-Кропивницький, 23 квітня 2024 р. Херсон-Кропивницький : ХДАЕУ, 2024. С. 40–43.
3. Дубініна А. А., Мамотенко Д. Ю., Корнієнко О. М. Інноваційні технології в туризмі та готельно-ресторанному господарстві. *Інноваційний розвиток туризму та готельно-ресторанного господарства*: монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. С. 27–49.