

УДК 338.48

Шупта А.О.¹, Гресь-Євреїнова С.В.²

¹ студ. гр. ГФ-213м, НУ «Запорізька Політехніка», м. Запоріжжя

² канд. екон. наук, доцент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРОПЕРАТОРІВ УКРАЇНИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Туроператори в Україні сьогодні працюють в надскладних умовах. В період 2017 – 2020 рр галузь зростала, а держава підвищувала свою конкурентоспроможність. Фактично, проблеми в секторі туризму почались ще в часи пандемії COVID-19. Через обмеження було закрито аеропорти, готелі мали мінімальну кількість клієнтів, так само і суттєво знизився попит на

послуги туристичних агентств. І тільки туристичний бізнес почав приходити в нормальний стан, розпочалось повномасштабне вторгнення в Україну, що створило критичні умови для підприємств туристичної сфери. Тим не менш, навіть в агресивному та непередбачуваному середовищі, галузь продовжує свою діяльність, намагається відродитись та, навіть, планує майбутній розвиток. Туристичний сектор формує приблизно 1,4% від ВВП, станом на січень 2024 року [1].

Туристичні компанії змогли втриматись і на міжнародних ринках. Галузь зберігає привабливість для інвесторів, та є пріоритетним напрямом для держави. Складні умови викликали потребу в трансформації роботи туроператорів – акцент роблять на турах в безпечні місця України, а також на міжнародних поїздках з використанням аеропортів сусідніх країн.

За інформацією з відкритих джерел, частина ринку належала компаніям із російським корінням або зі співвласниками-росіянами, які активно працювали і на ринку росії. Крім цього, існує ряд міжнародних гравців у туризмі, чий бренд після 24 лютого 2022 все ще представлений у рф.

Через повномасштабне вторгнення росії багато туроператорів поставили роботу «на паузу» або зовсім закрилися. Особливо постраждали ті, які проводили мандрівки по Україні. Туроператори, які займалися мандрівками по Україні зазнали кардинальний спад діяльності. Частина фірм закрилася, інші й далі продають тури у відносно безпечні регіони – Львівщину, Закарпаття. Порівнюючи з 2021 – 2022 рр., ринок туроператорів, діяльність яких стосується організації мандрівок Україною, поновив свою роботу десь на 20 – 50% [1].

За даними ДАРТ перші шість місяців 2022 року зафіксовано спад на 21% від діяльності туристичних операторів, які сплатили до держбюджету за перше півріччя 2022 року лише 83 млн. грн податків, тоді, як за аналогічний період у 2021 році ними у казну держави було сплачено 106 млн грн. За даними ДАРТ за перші три місяці 2024 року представники тургалузі сплатили до бюджету 616 млн 391 тис. грн. Це на 61% більше ніж за аналогічний період у 2023 році, коли до бюджету надійшло 383 млн 221 тис. грн [2].

На туристичному ринку присутні міжнародні групи компаній, що працюють під загальним брендом, як в Україні, так і в інших країнах, зокрема і в рф. Великі міжнародні компанії такі як Anex Tour, Coral Travel, Tez Tour, мають велику частку бізнесів на російському ринку. Основний напрямок компанії Anex Tour – Туреччина. Найбільшу частку бізнесу посідає рф. Активну комунікацію в українських медіа компанія не веде з лютого 2022 року, а також відомо, що компанія запустила бізнес у Польщі, запрошує туди на роботу українців, планує вихід до інших країн. Туроператор Coral Travel входить до турецького холдингу OTI Holding, його власники – громадяни Туреччини. Активну комунікацію в українських медіа компанія не веде від початку повномасштабного вторгнення, але низка ЗМІ вже писали про «неоднозначність» бізнесу цієї компанії. У туроператора Tez Tour з 2012 року лише російські акціонери. Довгий час головний офіс компанії розташовувався в москві, але у 2021 році його офіційно перемістили до Відня. Tez Tour потрапила під часткові санкції, але й далі активно працює на ринку рф. Там відбуваються масштабні інформаційні кампанії, підтримується репутація бренду через ЗМІ. На українському ринку компанія припинила офіційні комунікації в соцмережах і на своєму сайті 24 лютого 2022 року.

На сьогоднішній день туроператор Join UP!, як і до війни займає лідируючі позиції на туристичному ринку України. Незважаючи на війну, компанія розвиває свій бізнес, розширюючи мережу у Європі. Розпочала також роботу компанія «Join UP! Baltic» з турами до Туреччини, Чорногорії, Албанії та Греції з Прибалтійських країн. На другому місці знаходиться туроператор Coral Travel, який входить до великої міжнародної структури OTI Holding. Третє місце – у туроператора Alf. Четверту позицію посіла компанія Eurotrips (Київ). На п'ятому місці розташувався львівський туроператор «Відвідай», найкраща турфірма України 2020 та 2021 рр за результатами конкурсу Ukraine Tourism Awards [3].

Отже, багато туроператорів не можуть повноцінно вести туристичну діяльність під час війни в Україні. Одним з ключових факторів відновлення

стане реалізація масштабних маркетингових кампаній туроператорами. Для того, щоб привернути туристів і підняти свій бізнес після війни, туроператорам може бути корисно використовувати наступні маркетингові стратегії:

- 1) промоція безпеки – рекламування туристичних пакетів як безпечних для туристів після війни;
- 2) участь в виставках та ярмарках для залучення нових клієнтів;
- 3) введення знижок та спеціальних пропозицій для популяризації сервісів

Це стосується як державних програм, так і ініціатив окремих туроператорів. Не менш важливим для розвитку туризму буде і розмінування територій, особливо у прибережних зонах, які мають великий туристичний потенціал. Це складний і тривалий процес, але він є ключовим для безпеки та комфорту майбутніх туристів.

У довгостроковій перспективі можна очікувати великий інтерес до України в світі. Зростатиме кількість іноземних гостей, особливо тих, хто цікавиться сучасною історією та захоче підтримати Україну. Також прогнозується і зростання внутрішнього туризму, оскільки українці, що пережили війну, захотять відкрити для себе власну країну.

Туроператори України вже зараз задають напрямок для майбутнього розвитку. Розробка нових маршрутів, впровадження інновацій, співпраця з міжнародними партнерами – все це стане основою для післявоєнного відродження українського туризму.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт ДАРТ України. URL : <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення 01.10.2024 р).
2. Інноваційний розвиток туризму та готельно-ресторанного господарства: монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. 202 с.
3. Офіційний сайт Thepage. URL : <https://thepage.ua/ua/economy/rinok-turizmu-v-ukrayini-u-2023-roci>