

УДК 338.48:339.9

Боб А.І.
студент гр. МТЕ-112м
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна
наук. кер. – к.е.н., доцент Цвілій С.М.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ПОДОЛАННЯ КРИЗИ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Мабуть, усім відомо, що кризи не лише неминучі, а й навіть необхідні. У світі вільної економіки та суспільстві споживання вони виникають тому, що споживачам обіцяють значно більше благ, ніж вони заробили для їх купівлі. Так звана перевага ринкової економіки супроводжується стійким зростанням числа утриманців, оскільки поступово збільшується кількість людей, які отримують дотації, і зменшується кількість людей, які сплачують податки [1]. Наділивши споживача правами, суть яких неминуче активізує споживання, суспільство навмисно залишило у тіні головний обов'язок споживача – платити за все, що споживається [2]. Економічна логіка завжди проста та прагматична на відміну від політичної, де конкуренція, рейтинги та боротьба за голоси виборців часто спотворюють логіку здорового глузду. Гарні гасла про те, що кожен споживач має право на гарний будинок, машину та комфортний відпочинок, щонайменше, безвідповідальні. Кожен має право лише на те, що заробив. Але людям навмисно обіцяють більше реального, що й порушує стійкість усієї соціально-економічної системи. В цілому, економічна криза простими споживачами відчувається, коли дестабілізуються галузеві ринки та, насамперед, ринок товарів та послуг.

Туристична індустрія була, до початку пандемії коронавірусу однією з найприбутковіших галузей у світі. Але пандемія, що пролетіла країнами, зупинила діяльність цього бізнесу та внесла свої корективи. Світова туристична індустрія опинилася у кризовому стані, для виходу з якого потрібно розробити стратегії антикризового менеджменту туристичного бізнесу, прийняти не один десяток управлінських рішень, та запровадити додаткові антикризові заходи, які допоможуть вийти туристичному бізнесу з цього стану. Військова агресія росії проти України, безумовно, є найбільшою кризою для туристичного бізнесу.

Подолання наслідків воєнного конфлікту в Україні є пріоритетним завданням державної політики відродження індустрії туризму, успішність якої залежить від здатності держави мобілізувати достатній обсяг туристичного

потенціалу, забезпечити оптимальний перерозподіл та використання природних, економічних та соціально-культурних ресурсів в просторовій туристичній дестинації [3]. Проте, в Україні через нестабільну військово-політичну ситуацію, ускладнилась дія чинників щодо швидкого розширення соціально-економічних, культурних зв'язків та поширення туристичної активності між країнами світу.

Період постконфліктного відновлення індустрії туризму спрямований на відбудову зруйнованих бойовими діями територій та економічних зв'язків. Цей період активізує початок відновлювальних заходів щодо розвитку туристичного бізнесу. З економічної позиції, постконфліктне відновлення індустрії туризму країни повинне стимулювати приватний туристичний бізнес до забезпечення макроекономічної стабільності держави [4]. Відновлення туристичного бізнесу визначається масштабістю втрат, рівнем фінансово-інвестиційного потенціалу держави та її донорів, важелями регулювання інноваційного потенціалу. Також для підтримки туристичного бізнесу в Україні, державі потрібно урахувати світовий досвід країн та розробити заходи для підтримки галузі. Такі заходи допоможуть вийти туристичному бізнесу зі стану затяжної депресії, а розроблені спеціальні програми допоможуть підтримати бізнес та зберегти робочі місця.

Так, стратегічними завданнями з подолання кризи в індустрії туризму є: 1) поліпшення інвестиційного клімату в країні; 2) зниження адміністративних бар'єрів доступу на ринок малих та мікропідприємств туристичного бізнесу; 3) розвиток транспорту; 4) підвищення ефективності податкового і тарифного регулювання; 5) покращення іміджу України на міжнародній арені. Вирішення певних проблем туристичного бізнесу лежить у площині правового регулювання загальних економічних відносин, частиною яких є відносини, пов'язані з розвитком інфраструктури. Причому без вирішення цієї проблеми підвищення ефективності регулювання правовідносин у сфері туризму є малоімовірним.

За результатами проведеного аналізу можна виділити такі стратегічні напрямки подолання кризи в туристичному бізнесі: 1) стимулювання нових інвестиційних проектів; 2) створення ефективно діючого органу влади у сфері туризму; 3) надання державної допомоги у просуванні туристичного продукту на

ринках, а також покращення якості загальної інфраструктури; 4) взаємодія з міжнародними організаціями та фондами. Туристичним фірмам слід зрозуміти, що в воєнних умовах вони самі повинні змінювати свою стратегію і тактику, застосовувати нові нецінові методи ведення конкурентної боротьби, більше приділяти уваги вдосконаленню обслуговування клієнтів. В сукупності ці заходи можуть забезпечити збереження вітчизняної туристичної галузі в умовах кризи.

Література:

1. Tsviliy S., Gurova D., Zhilko O., Zaitseva V. The role of information technologies in the restoration of the domestic tourism industry in the post-war period. *Artificial intelligence: an era of new threats or opportunities?: monograph. Part I* ; Edited by I. Tatomyr, Liubov Kvasnii. Czech Republic. Praha: OKTAN PRINT, 2023, 260 p. P. 179-189. <https://doi.org/10.46489/aiaeont-23-23>.

2. Цвілій С.М., Корнієнко О.М. Посткоронавірусне відновлення бізнес-активності мікропідприємств сфери гостинності регіону. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. Том 32(71). Київ : ВД «Гельветика», 2021. № 3. С. 73-78.

3. Цвілій С. М., Кукліна Т. С., Зайцева В. М. Маркетинг в туризмі : Навчальний посібник. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с.

4. Трусова Н.В., Цвілій С.М. Стійкий безпечний інноваційний розвиток у вітчизняній територіальній туристичній дестинації. *Інтелект ХХІ. Науковий економічний журнал*. Київ : НУХТ; Одеса ВД «Гельветика». №2/2023. С. 42-50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2023-2.7>.