

УДК 338.48

Олена Євдощенкомагістр спеціальності «Журналістика»
Львівський університету «Бізнесу та права»*Науковий керівник:***Орислава Графська**д-р екон. наук,
доцент кафедри готельно-ресторанної справи
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ В УКРАЇНІ В КРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Питання розвитку туристичних дестинацій є надзвичайно важливим на сьогоднішній день, для ефективного розвитку туристичної галузі в Україні. Відомо, що туристична галузь Україна на сьогодні перебуває в надзвичайно важній ситуації, її ефективний розвиток сповільнився з початку березня 2020 року – це було зумовлено всесвітньою пандемією COVID-19 та продовжується і зараз, причина в іншому наша країна перебуває в стані війни вже понад 60 діб, воєнний стан в Україні був введений згідно указу президента № 64/2022 « Про введення воєнного стану в Україні» від 24.02.2022 року [1]. Відповідно до вище згаданої ситуації підприємства туристичної галузі при пандемії – COVID-19 могли працювати, як на внутрішній так і зовнішній ринок з врахуванням всіх епідеміологічних обмежень які були в певному регіоні. Так на даний час в сучасних умовах ситуація кардинально відрізняється, з початком запровадження воєнного стану в Україні багато туристичних підприємств припинили свою роботу, інша частина переформатувалася і почала працювати як волонтерська організація. Але враховуючи ситуація, яка склалася на Сході нашої країни частина населення України змушені були стати вимушеними внутрішніми переселенцями

на більш безпечну територію, в результаті чого з певним проміжком часу внутрішні тимчасово вимушені переселенці (ВТВП) почали обласшовувати свій побут в більш сприятливих місцях, варто відзначити, що незабаром настане літній період і актуальність зміни локації людей, буде сягати попиту. Тому впливає, що частина туристичних підприємств які залишилися на ринку туристичних послуг тимчасово переформатувавши свою роботу, все-таки починають відновлювати свою діяльність за основним своїм напрямком. Тому питання розвитку туристичних дестинацій в кризовий період набуває неабиякої актуальності, і потребує правильного підходу до на надання послух для ВТВП та мешканців України, які продовжують проживати на своїх місцях постійної дислокації. Ситуаційно варто врахувати те, що туристичні дестинації переважно розглядаються як туристичні продукти, то їх можна ототожнювати з туристичними пропозиціями територій, тобто із сукупністю туристичних цінностей і послуг, які можуть придбати туристи, що перебувають на цій території [2].

Зважаючи на без пекову ситуацію на даний час, вважаються найбільш безпечні Західні області України, а саме туристичні центрів у західноукраїнських прикордонних регіонах (Львів, Чернівці, Ужгород, Трускавець, Моршин, Яремча, Буковель та інших) підтверджується, що теперішнє і майбутнє всіх процесів створення та розвитку туристичного бізнесу та туристичних дестинацій має багато переваг. Наприклад, створений швидкий і простий у використанні сайт туристичної дестинації міста Львова пропонує не тільки різноманітні туристичні продукти, а й одночасно в комплексі до них ресторани української кухні, кафе, таксі, центри розваг та інші анімаційні заклади, що становить конкурентну перевагу дестинації. Наявність такого ресурсу дає змогу розширити комплекс туристичних та інших послуг і залучати більше відвідувачів туристичної дестинації. Особливої уваги заслуговує мобільний гід Lviv Travel Places, розроблений у співпраці Львівської міської ради та компанії Ideas World. З допомогою цього додатку уся інформація про об'єкти, які є на офіційному туристичному сайті міста, може бути доступною на будь-якому смартфоні. Мобільний гід по місту є зручною опцією для туристів та мешканців Львова, яка дає змогу швидко зорієнтуватися та відвідати найбільш важливі туристичні об'єкти міста. Додаток містить вичерпну інформацію про цікаві місця Львова. Можна вибрати об'єкт,

який цікавить туриста, прочитати про нього повну інформацію, подивитись фото, сформувати маршрут до цього місця пішки, автомобілем чи за допомогою громадського транспорту. Місця згруповані за категоріями: музеї, театри, пам'ятки, ресторани, готелі та ін. [3]. Відомим є те, що можливості ІТ – технологій на сьогоднішній день є достатньо великими, що сприяє стратегічному плануванню розвитку так званого цифрового туризму, що в даних ситуаційних умовах, є стратегічно важливим, і дозволяє швидко вивчити необхідну інформацію про певну дестинацію, та прийняти рішення, щодо майбутнього проведення певного часу в обраному місці максимально ефективно для споживача. Тому з вище наведеного спостерігається, що на сьогоднішній день стратегія розвитку туристичних дестинацій полягає саме в правильному інформативному забезпеченні, тобто від ІТ – технологій, які зосереджені на максимальному доступі до інформації споживача.

Ключові слова: стратегія, туристичні дестинації, кризовий період.

Список використаних джерел

1. Офіційне інтернет-представництво Президента України [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397>
2. Євтушенко О. Н. Державна влада і місцеве самоврядування в політичній системі суспільства: монографія / Євтушенко О. Н. – Миколаїв : ЧДУ ім. П. Могили, 2010.
3. Офіційний туристичний сайт міста Львова и [Електронний ресурс]. – URL: <https://lviv.travel/>