

УДК 338.48

JEL Classification: Z31

DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-12-02>

МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗИ

MECHANISMS FOR ENSURING THE DEVELOPMENT OF TOURISM BUSINESS IN CRISIS CONDITIONS

Голод А. П.

Доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри туризму,
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського,
м. Львів, Україна
ORCID: 0000-0001-9022-3475

Оленич І. М.

Кандидат географічних наук,
доцент кафедри туризму,
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського,
м. Львів, Україна
ORCID: 0000-0001-5393-2088

Кулик О. М.

Викладач кафедри туризму,
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського,
м. Львів, Україна
ORCID: 0000-0003-4218-1658

Andrii Holod

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of the Tourism Department,
Ivan Boberskyi Lviv State University of Physical Culture,
Lviv, Ukraine

Iryna Olenych

Candidate of Geographical Sciences,
Docent of the Tourism Department,
Ivan Boberskyi Lviv State University of Physical Culture,
Lviv, Ukraine

Oksana Kulyk

Lecturer of the Tourism Department,
Ivan Boberskyi Lviv State University of Physical Culture,
Lviv, Ukraine

Туризм є важливим сектором економіки багатьох країн світу та характеризується високою сприйнятливістю до кризових явищ різного генезису. З огляду на деструктивний вплив пандемії COVID-19 та теперішньої війни в Україні на туристичний бізнес, питання механізмів антикризового управління в таких умовах набувають особливої актуальності. У дослідженні використано методи аналізу наукової літератури та інформаційних джерел, синтезу й узагальнення. Обґрунтовано механізми забезпечення розвитку туристичного бізнесу в кризових умовах на основі аналізу і узагальнення сучасних наукових і практичних підходів. Зокрема, виокремлено і охарактеризовано такі чотири основні механізми як співпраця, інновації, державна підтримка і диверсифікація. Практична цінність дослідження полягає у виокремленні механізмів забезпечення розвитку туристичного бізнесу, які можуть стати пріоритет-

ними напрямами антикризового управління в Україні, а також бути основою для подальших досліджень.
Ключові слова: туристичний бізнес; криза; розвиток; управління; механізми.

Tourism is an important sector of the economy of many countries and is characterized by high susceptibility to crisis phenomena of various genesis. Given the destructive impact of the COVID-19 pandemic and the current war in Ukraine on the tourism business, the issue of anti-crisis management mechanisms in such conditions becomes particularly relevant. The research used the methods of analysis of scientific literature and information sources, synthesis, and generalization. The tools for ensuring the development of the tourist business in crisis conditions are substantiated based on the analysis and inference of modern scientific and practical approaches. In particular, such four primary mechanisms as cooperation, innovation, state support, and diversification are singled out and characterized. Cooperation between different stakeholders in the tourism industry can be a powerful mechanism to ensure the development of the tourism industry in times of crisis. In the conditions of the COVID-19 pandemic and the war in Ukraine, cooperation between the authorities, local self-government, and the tourism business made it possible to ensure the functioning of the tourism sphere at the elementary level and create the prerequisites for its post-crisis recovery. Innovations play a crucial role in the development of the tourism business. Digital transformation and development of alternative, social, and generally sustainable tourism are among the priority innovations in crisis conditions. Considerable attention is paid to analyzing such an essential mechanism for ensuring the development of the tourism industry in crisis conditions as state support. Successful cases of using state regulation tools to overcome crisis phenomena in the tourism sphere of different countries in the conditions of the COVID-19 pandemic are characterized. Diversification can be an actual mechanism for ensuring the development of the tourism industry in crisis conditions. By diversifying their offerings and focusing on new markets, businesses can reduce their dependence on a single source of income and mitigate the negative impact of crises on their activities. The practical value of the study lies in identifying mechanisms for ensuring the development of the tourism business, which can become a priority area of anti-crisis management in Ukraine and be the basis for further research.
Key words: tourism business; crisis; development; management; mechanisms.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Туризм – це важливий сектор економіки, який робить значний внесок у розвиток багатьох країн світу. Однак індустрія туризму дуже сприйнятлива до кризових явищ, таких як економічні кризи, стихійні лиха, пандемії та війни. Такі явища в останні десятиліття серйозно вплинули на туристичний бізнес, призводячи до зменшення доходів, втрати робочих місць і навіть закриття підприємств, пов'язаних із туризмом. Отже, існує потреба у дослідженні механізмів забезпечення розвитку туристичного бізнесу в умовах кризи, зокрема з огляду на необхідність їх застосування в Україні в умовах повномасштабної війни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Різні напрями застосування антикризових механізмів були в центрі уваги низки науковців, які пропонували на прикладі вирішення практичних завдань антикризового управління шляхи подолання кризових явищ у туристичній сфері.

Актуальним напрямом досліджень стали питання ролі державного регулювання у антикризових стратегіях розвитку туристичного комплексу держави. Для прикладу, уряди багатьох країн в умовах пандемії COVID-19 надавали фінансову допомогу підприємствам, пов'язаним із туризмом, щоб допомогти їм впоратися з негативними наслідками пандемії [11]. Водночас підприємства, пов'язані з туризмом, розробляли за підтримки науковців нові продукти та послуги, зосереджені на заходах із охорони здоров'я,

щоб залучити туристів, які піклуються про свою безпеку [8]. Інноваційні механізми розвитку в умовах криз також, на думку науковців, можуть передбачати використання таких технологій як віртуальна реальність, щоб надати туристам унікальні враження у дистанційний спосіб [9].

У фокусі уваги науковців перебував також такий механізм забезпечення розвитку туристичної сфери в умовах кризи як співпраця, яка може передбачати партнерство між підприємствами, пов'язаними з туризмом, урядами та іншими зацікавленими сторонами для обміну ресурсами та досвідом під час криз. Наприклад, як зазначають окремі автори, під час пандемії COVID-19 деякі підприємства, пов'язані з туризмом, співпрацювали з місцевими органами влади, щоб забезпечити безкоштовне проживання та транспорт для медичних працівників [11]. Співпраця також може включати обмін інформацією та передовим досвідом, щоб допомогти підприємствам, пов'язаним з туризмом, краще підготуватися та реагувати на кризи.

Вчені і експерти туристичної сфери наголошують також на ролі маркетингу у розвитку туристичного бізнесу в умовах кризи. Маркетинг може передбачати розробку цільових кампаній щодо промоції підприємств та дестинації під час криз [1]. Наприклад, під час пандемії COVID-19 деякі підприємства, пов'язані з туризмом, розробили маркетингові кампанії, зосереджені на безпеці та чистоті своїх об'єктів, щоб залучити туристів, які піклуються про своє здоров'я та безпеку [8].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Незважаючи на значний обсяг

досліджень щодо механізмів забезпечення розвитку туристичного бізнесу в умовах кризи, деякі аспекти ще не до кінця вивчені. Зокрема, кризи мають різну природу, поширення та інтенсивність і, як показує досвід останніх років, можуть накладатися одна на одну, створюючи надзвичайно складні умови для розвитку туризму. З огляду на це, аналіз світового досвіду забезпечення функціонування туристичної сфери в умовах кризи та виокремлення пріоритетних його механізмів є важливим і актуальним завданням.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає в обґрунтуванні механізмів забезпечення розвитку туристичного бізнесу в кризових умовах на основі аналізу і узагальнення сучасних наукових і практичних підходів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналізуючи найновіший досвід України та інших країн (США, Японія, Італія, Австралія, Китай, Таїланд та ін.) щодо подолання наслідків кризових явищ у функціонуванні туристичної сфери, можна виокремити чотири основні механізми забезпечення розвитку туристичного бізнесу в кризових умовах – співпраця, інновації, державна підтримка і диверсифікація.

Співпраця між різними стейкхолдерами в індустрії туризму, включаючи уряди, бізнес-мережі та неурядові організації, може бути потужним механізмом для забезпечення розвитку індустрії туризму в умовах кризи. Така співпраця може допомогти створити скоординовану відповідь на кризові виклики та полегшити обмін ресурсами й знаннями.

В умовах пандемії COVID-19 та війни в Україні саме співпраця між органами влади, місцевого самоврядування та туристичним бізнесом дозволила забезпечити на елементарному рівні функціонування туристичної сфери і створити передумови для її посткризового відновлення.

Вирішальну роль у розвитку сучасного туристичного бізнесу, зокрема і в умовах кризи відіграють інновації. Інновації можуть допомогти виявити нові можливості та знайти вирішення проблем, які виникають під час криз, наприклад в контексті розробки нових технологій або бізнес-моделей. Серед пріоритетних в кризових умовах інновацій, на нашу думку, мають бути цифрова трансформація, розвиток альтернативного, соціального та загалом сталого туризму.

Ініціативи сталого туризму можуть включати такі види діяльності, як підтримка місцевої економіки шляхом використання місцевих підприємств і сприяння легальній торгівлі; мінімізація впливу на навколишнє середовище шляхом зменшення рівня забруднення та збереження природних ресурсів; збереження культурної спадщини шляхом заохочення толерантності

та розуміння серед туристів щодо підтримки збереження історичних об'єктів та культурних пам'яток; сприяння громадській активності та розширення її можливостей шляхом залучення місцевих громад до планування розвитку туризму та ухвалення рішень [3].

Однак, важливо зазначити, що в умовах кризи індустрія туризму функціонує в умовах значного рівня нестабільності і питання сталого розвитку є все ж таки менш пріоритетними, ніж концептуальні засади безпеки туризму [2].

Важливим механізмом забезпечення розвитку туристичної галузі в умовах кризи може стати державна підтримка. Уряди можуть надавати фінансову допомогу, регулятивні послаблення та інші форми підтримки, щоб допомогти підприємствам, пов'язаним з туризмом, подолати негативні наслідки криз і сприяти їх довгостроковій стабільності.

Можна навести кілька успішних прикладів державної підтримки для забезпечення розвитку туристичної сфери в умовах кризи.

У березні 2020 року уряд США прийняв Закон CARES, який надав фінансову допомогу малим підприємствам, у тому числі підприємствам туристичної галузі [5]. Закон передбачав кредити, гранти та іншу фінансову підтримку, щоб допомогти підприємствам, пов'язаним з туризмом, пережити економічні наслідки пандемії COVID-19.

У червні 2020 року уряд Іспанії оголосив про план відновлення туризму, який передбачав фінансову допомогу та стимули для індустрії туризму. Проект передбачав зниження податків, субсидовані кредити та гранти, щоб допомогти підприємствам, пов'язаним з туризмом, подолати негативний вплив пандемії COVID-19 [7].

У березні 2021 року уряд Австралії оголосив про програму підтримки туристичних авіаперевезень, яка надає фінансову допомогу авіакомпаніям та аеропортам, які постраждали від спаду міжнародного туризму через пандемію COVID-19 [6]. Програма фінансувала авіакомпанії для продовження надання основних послуг, таких як вантажні та репатріаційні рейси, для підтримки індустрії туризму.

У липні 2020 року уряд Таїланду запустив пакет стимулювання внутрішнього туризму, щоб заохотити внутрішній туризм і допомогти підприємствам, пов'язаним з туризмом, які постраждали від пандемії COVID-19 [10]. Пакет включав субсидії на подорожі, готельні знижки та податкові пільги для внутрішніх туристів, що сприяло розвитку внутрішнього туризму та підтримці індустрії туризму.

В Україні під час пандемії COVID-19 як на рівні держави, так і в окремих регіонах, проводилася політика щодо сприяння розвитку внутрішнього

туризму, а після зняття обмежень на міжнародні авіаперевезення за деякими напрямками застосувалися цільові заходи для залучення певних категорій іноземних туристів та активізації виїзних туристичних потоків, особливо в літній сезон 2021 року [4].

Потужним механізмом забезпечення розвитку туристичної галузі в умовах кризи може бути диверсифікація. Диверсифікуючи свої пропозиції та орієнтуючись на нові ринки, підприємства, пов'язані з туризмом, можуть зменшити свою залежність від єдиного джерела доходу та пом'якшити негативний вплив криз на свою діяльність. Диверсифікація також може допомогти виявити нові можливості для зростання та розширення туристичної галузі.

Важливу роль в кризових умовах відіграє диверсифікація фінансового забезпечення туристичного бізнесу, яка може здійснюватися на умовах залучення інвестицій та пільгового кредитування.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, індустрія туризму схильна до різних криз, які можуть серйозно вплинути на бізнес, пов'язаний з туризмом. Проте, використовуючи такі механізми як співпраця, інновації, державна підтримка і диверсифікація, стейкхолдери туристичної галузі можуть забезпечити розвиток туристичного бізнесу в умовах кризи. Ці механізми можуть допомогти пом'якшити негативний вплив криз на індустрію туризму, сприяючи сталому розвитку дестинацій.

Результати дослідження можуть стати основою для подальших наукових пошуків щодо вирішення таких питань як довгостроковий вплив механізмів, що застосовуються під час криз, на індустрію туризму; ефективність різних механізмів у різних кризах; роль туристів у розробці механізмів забезпечення розвитку туристичного бізнесу в умовах кризи.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Bobrytska, N. (2014). Marketynh v upravlinni turystychnymy destynatsiiamy [Marketing in the management of tourist destinations]. *Marketynh v Ukraini – Marketing in Ukraine*, 4, 39-47 [in Ukrainian].
2. Holod, A. (2017). Bezpeka rehionalnykh turystychnykh system: teoriia, metodolohiia ta problemy harantuvannia : monohrafiia [Security of regional tourism systems: theory, methodology and guarantee problems: monograph]. Lviv : LDUFK [in Ukrainian].
3. Holod, A. P., Hrafaska, O. I., Holovchuk, Yu. O., Dudash, O. I., & Kryzhanivskiy, T. Ya. (2023). Modernizatsiia rehionalnykh turystychnykh system na zasadakh staloho rozvytku [Modernization of regional tourism systems on the basis of sustainable development]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka». Serii: «Ekonomiczni nauky» – International scientific journal «Internauka». Series: «Economic Sciences»*, 2, 11–16. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-2-8600> [in Ukrainian].
4. Pandemiia COVID-19 ta yii naslidky u sferi turyzmu v Ukraini [The COVID-19 pandemic and its consequences in the field of tourism in Ukraine]. Retrieved from <https://nto.ua/assets/files/ntou-book-strategic-ebd-covidreport.pdf> [in Ukrainian].
5. CARES Act. Retrieved from <https://www.congress.gov/bill/116th-congress/house-bill/748>.
6. COVID-19 Support to the Aviation Sector. Retrieved from <https://www.anao.gov.au/work/performance-audit/covid-19-support-to-the-aviation-sector>.
7. Gil-Alana, L. A., & Poza, C. (2022). The impact of COVID-19 on the Spanish tourism sector. *Tourism Economics*, 28(3), 646–653. <https://doi.org/10.1177/1354816620959914>.
8. Gössling, S. (2021). Tourism, technology and ICT: a critical review of affordances and concessions. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 733–750. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1873353>.
9. Gretzel, U., Fuchs, M., Baggio, R. et al. (2020). e-Tourism beyond COVID-19: a call for transformative research. *Information Technology & Tourism*, 22, 187–203. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00181-3>.
10. Reimagining travel: Thailand tourism after the COVID-19 pandemic. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/reimagining-travel-thailand-tourism-after-the-covid-19-pandemic>.
11. Zhang, Y., & Ma, Z. F. (2020). Impact of the COVID-19 Pandemic on Mental Health and Quality of Life among Local Residents in Liaoning Province, China: A Cross-Sectional Study. *International journal of environmental research and public health*, 17(7), 2381. <https://doi.org/10.3390/ijerph17072381>.