

Андрій Андрусів
магістрант спеціальності «Туризм»

Уляна Гузар
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Львівський державний університету фізичної культури
імені Івана Боберського,
м. Львів

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ У ПЕРІОД ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Війна в Україні стала величезною трагедією в житті українського народу, вплинула на світову економіку та міжнародний туристичний ринок. Агресія росії зупинила нормальне функціонування туристичної сфери, створила багато небезпек для світового туризму, порушила добре налагоджені туристичні маршрути.

Попри це навіть під час бойових дій туристична галузь не припинила свою діяльність. Українські готелі з початком війни у багатьох містах виступають хабами для розміщення біженців, готують гарячі обіди для українських захисників та волонтерів, надають свої приміщення під склади гуманітарної допомоги. Індустрія туризму та гостинності вважається однією з найприбутковіших і динамічних галузей світової економіки. Відповідно, наразі необхідна чітка довгострокова політика щодо виведення туризму з кризи та її сталого розвитку, заснована на комплексному системному підході до проблеми, на розумінні туризму як одного з найважливіших суб'єктів соціально-економічного перетворення [1].

З часу повномасштабного вторгнення в Україну російських військ підходи щодо організації туристичного бізнесу повністю змінилися, особливо це стосується безпекової складової відвідувачів під час трансферу та під час відвідування туристичних об'єктів, маршрутів, інших відповідних локацій, де здійснюється надання тих чи

інших послуг загального туристичного кошика. На сьогодні значна частина туристичних компаній закрилась, інші переорієнтували свою діяльність або проводять волонтерську діяльність. З настанням літнього сезону почали з'являтися окремі запити на відпочинок, зокрема в містах безпечної частини нашої держави – західних регіонах, Карпатах, тому що навіть в умовах воєнного стану туристична галузь продовжує функціонувати, оскільки мандрувати та пересуватись країною не заборонено. Зауважимо, на першому плані для подорожніх, відвідувачів різних територій, туристичних компаній має бути розуміння про реальний захист від раптових небезпек. Тільки потім можна розглядати економічну, культурну, відпочинкову, пізнавальну та інші складові, що є туристичною метою [2].

Розробка стратегії розвитку підприємств туристичної галузі в період війни в Україні має свої особливості. Основна мета такої стратегії полягає в тому, щоб зменшити негативний вплив воєнних подій на туристичний сектор і зберегти потенціал розвитку туризму у майбутньому. Ось кілька основних аспектів, які слід враховувати при формуванні такої стратегії:

1. *Туристичні послуги.* Слід зосередитися на розвитку нових видів туристичних послуг, що не залежать від активних воєнних дій. Наприклад, пропонувати туризм на курортах, спа-процедури, екологічний туризм та інші малозалежні від політичної ситуації напрями.

2. *Маркетингові зусилля.* Важливо активніше просувати туристичну привабливість України за кордоном, використовуючи рекламні кампанії, участь у міжнародних туристичних виставках та зміцнення партнерських відносин з іноземними туроператорами.

3. *Безпеківі заходи.* Варто вдосконалити систему безпеки на туристичних майданчиках і забезпечити належну охорону інфраструктури, щоб забезпечити безпеку туристам.

4. *Державна підтримка.* Держава повинна надати підприємствам туристичної галузі фінансову підтримку, здатну забезпечити стабільну роботу та розвиток підприємств навіть у час війни.

5. *Партнерство.* Важливо поглибити співпрацю з іншими суб'єктами туристичного бізнесу, місцевими органами влади та

громадськістю для спільного просування туристичного потенціалу України та підтримки туризму у військовий період.

Україна має значний туристичний потенціал адже щорічно її відвідує велика кількість туристів зі всього світу. Проте в лютому 2022 році туристична галузь нашої держави зіткнулась з важким випробуванням – російсько-українською війною. Військовий конфлікт привів до руйнування туристичної інфраструктури в багатьох регіонах України, втрати іноземних туристів, заборони використання повітряного простору та інших негативних наслідків [3].

Незважаючи на всю складність обставин, український туристичний бізнес продовжує функціонувати, водночас надаючи Україні позитивний економічний ефект. Він адаптується до нових реалій, шукає шляхи виходу із складних ситуацій, забезпечуючи подальший розвиток і зосереджуючись на самому головному: перемозі!

Ключові слова: стратегія розвитку, індустрія туризму, війна в Україні.

Список використаних джерел:

1. Носирев О. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії післявоєнного відновлення економіки України / Носирев О., Деділова Т., Токар І. // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2022. – Вип. 1(26). – С. 55–68.

2. Олексюк Г. В. Проблеми та перспективи туристичної індустрії України в умовах сучасних викликів / Г. В. Олексюк, О. С. Подольський // Регіональна економіка. – 2022, – № 3. – С. 95–104.

3. Зарубіна А. В. Особливості туризму в умовах воєнного стану / Зарубіна А. В., Сіра Е. О., Демчук Л. І. // Економіка та суспільство. – 2022. – № 41. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>