

УДК 332.02

Осінська О. Б.*osinska.oksanab@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1161-7615**к.е.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів***Топорницька М. Я.***m.topornytska@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-8876-5857**к.геогр.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

СТИМУЛЮВАННЯ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ФАКТОРУ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ СУБ'ЄКТІВ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Анотація. Предметом дослідження стали процеси формування й реалізації публічно-приватної політики розвитку рекреаційної діяльності вітчизняних туристичних підприємств. Показано проблемні аспекти функціонування і розвитку суб'єктів туризму в Україні в умовах повномасштабної війни, які призвели до зростання ризиків переміщень і відпочинку, втрати в'їзного туризму, зниження купівельної спроможності населення, відповідно, звуження внутрішнього ринку і зниження рівня попиту на туристичні послуги. Аргументовано, що в таких умовах дієвим інструментом збереження стійкості суб'єктів господарювання є диверсифікація їх економічної та маркетингової діяльності. Одним із векторів відповідної диверсифікації визначено розвиток екскурсійної діяльності підприємств як сфери, де вільний час туриста / споживача послуг / відпочивальника використовується з метою відпочинку, лікування, оздоровлення, культурного збагачення тощо. Метою дослідження визначено обґрунтування інструментів державної та приватної політики стимулювання рекреаційної діяльності як фактору диверсифікації і посилення фінансово-економічної стійкості вітчизняних суб'єктів туризму в умовах війни. Обґрунтовано, що у відповідних цілях і державі, і топ-менеджменту суб'єктів господарювання слід реалізувати низку проактивних заходів. З позиції бізнесу це ініціювання окремого напрямку формування туристичних послуг, пов'язаних із рекреаційною діяльністю, а також здійснення заходів маркетингового характеру, спрямованих на їх промоцію. З позиції профільних органів державного управління слід забезпечити покращення організаційної та мотиваційної компонент бізнесу для започаткування й активізації діяльності в сфері рекреації. Блок першого інструментарію передбачає організаційно-інституційну підтримку й допомогу суб'єктам туристичного бізнесу, що готові відкривати нові об'єкти/напрями, які передбачають надання послуг із рекреації. Блок другого інструментарію – це заходи економічного характеру, що сприятимуть приватним інвестиціям у такого типу проєкти, а також покращенню економічних можливостей усіх видів і типів засобів розміщення, а також приватних садиб у частині створення нових потужностей із надання послуг рекреації.

Ключові слова: туризм, рекреація, рекреаційна діяльність, суб'єкти туристичної діяльності, туристичний бізнес, диверсифікація, розвиток, стійкість, війна, нестабільність, криза.

Osinska Oksana*osinska.oksanab@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1161-7615**Ph.D, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism
and Hotel&Restaurant Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv***Topornytska Mariia***m.topornytska@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1161-7615**Ph.D, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism
and Hotel&Restaurant Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

STIMULATION OF RECREATIONAL ACTIVITIES AS A FACTOR OF DIVERSIFICATION AND ENSURING THE SUSTAINABILITY OF TOURISM ENTITIES IN WAR CONDITIONS

Abstract. *The subject of the study was the processes of formation and implementation of the public-private policy for the development of recreational activities of domestic tourist enterprises. Problematic aspects of the functioning and developing of tourism entities in Ukraine in the conditions of a full-scale war are shown, which led to an increase in the risks of travel and recreation, loss of inbound tourism, a decrease in the purchasing power of the population, respectively, a narrowing of the domestic market and a decrease in the level of demand for tourist services. It is argued that in such conditions, an effective tool for maintaining the sustainability of economic entities is the diversification of their economic and marketing activities. One of the vectors of appropriate diversification is the development of excursion activities of enterprises as a sphere where the free time of a tourist / consumer of services / vacationer is used for the purpose of recreation, treatment, recovery, cultural enrichment, etc. The purpose of the study is to substantiate the tools of state and private policy for stimulating recreational activities as a factor of diversification and strengthening the financial and economic stability of domestic tourism entities in the conditions of war. It is substantiated that for the respective purposes, both the state and the top management of economic entities should implement a number of proactive measures. From the point of view of business, this is the initiation of a separate direction of the formation of tourist services related to recreational activities, as well as the implementation of marketing activities aimed at their promotion. From the position of relevant state administration bodies, it is necessary to ensure the improvement of the organizational and motivational component of business for the initiation and activation of activities in the field of recreation. The block of the first toolkit provides for organizational and institutional support and assistance for tourism business entities that are ready to open new facilities/directions that involve the provision of recreation services. The block of the second toolkit is measures of an economic nature that will promote private investment in this type of project, as well as improving the economic capabilities of all types of accommodation facilities, as well as private estates in terms of creating new facilities for providing recreation services.*

Keywords: tourism, recreation, recreational activity, subjects of tourist activity, tourist business, diversification, development, sustainability, war, instability, crisis.

JEL Classification: L10, O13, O30

DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-12-8>

Постановка проблеми. Україна має дуже потужний потенціал для розвитку туризму, причому дуже різноманітних, а точніше: всіх видів туристичної діяльності і туристичних послуг – від морського до гірського. На новітньому етапі свого розвитку вітчизняна туристична галузь як продовжувала нарощувати даний потенціал, так і забезпечувала все більшу й більшу його реалізацію. Цьому не завадила навіть війна, що розпочалася у 2014 році. Однак спершу COVID-19, а надалі повномасштабне вторгнення призвели до значних ускладнень і нестабільності. У підсумку ми маємо майже повну втрату іноземних туристів та стрімке зниження обсягів внутрішнього туризму. Певний виняток становлять області Карпатського регіону України, однак суб'єкти туризму й у цих регіонах переживають зараз не найкращі часи.

Як показує підприємницька практика, за ситуації стагнації ринку слід шукати альтерна-

тиви для збереження, а в ідеалі примноження масштабів господарювання і чи не найбільш дієвим методом тут слугує диверсифікація бізнесу. У класиці це доповнення базових видів діяльності принципово іншими, однак у випадку туризму це може бути й так звана горизонтальна інтеграція.

Перспективними слід вважати будь-які форми та методи, що сприяють «зближенню» надавача та отримувача послуг. Однією з таких є сфера рекреації, яка передбачає надання споживачеві певного спектра лікувальних, оздоровчих, культурних та пов'язаних із ними інших послуг гарного проведення часу і відпочинку. Рекреація є тим способом, який дозволяє, по-перше, краще задовольнити потреби туристів, надавши їм ширшу гаму послуг; по-друге, збільшити час перебування відвідувачів у засобах розміщення відпочивальників; по-третє, наростити глибину послуг, які надаються, забезпечивши

значно вищий рівень доданої вартості, а відтак і прибутковості суб'єкта господарювання. Це прямий шлях до посилення фінансово-економічної стійкості суб'єктів туристичної діяльності України в умовах кризи та нестабільності, а також якнайшвидшого відновлення у повоєнний період.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Напрацюванню загальних теоретико-методичних засад та концепційних положень туризму і туристичної діяльності присвячені результати наукових досліджень таких авторів, як Л. Божко [2, с. 3–9], С. Домбровська [5, с. 39–43], О. Мельниченко [7, с. 22–34] та ін. Суто підприємницькі аспекти, а також механізми, форми й засоби створення, ефективного управління, забезпечення розвитку й реалізації економіко-ресурсного потенціалу суб'єктів туристичного бізнесу добре розкриті в публікаціях Р. Лупака [6, с. 189–194], П. Пуцентейла [7, с. 255–262] та інших дослідників. Можливості, шляхи й чинники диверсифікації комерційної і господарської діяльності в туризмі, формування й розширення асортименту послуг, включно з переходом у дуже вузько спеціалізовані сегменти ринку туризму стали предметом пошукувань А. Голода [3, с. 70–74], С. Гуткевич [4, с. 120–125], А. Орхіменка [8, с. 160–167] та інших вчених. Разом із тим, вітчизняні суб'єкти туризму та навіть дрібні приватні садиби й надалі у більшій мірі спеціалізуються на наданні клієнтам класичних послуг, пов'язаних із розміщенням туристів і пропозиції спектра так званих загальних послуг. Все ще часто оминаються увагою рекреаційні послуги, які могли б істотно розширити чинний арсенал послуг вітчизняних суб'єктів господарювання, які ведуть свою діяльність у туристичному бізнесі та/чи суміжних видах економічної діяльності.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування інструментів державної та приватної політики стимулювання рекреаційної діяльності як фактору диверсифікації і посилення фінансово-економічної стійкості вітчизняних суб'єктів туризму в умовах війни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Слід вказати на те, що на сьогодні у фокусі уваги профільних органів державного управління мають перебувати не тільки питання активізації й нарощення обсягів рекреаційної діяльності, але й розвиток туризму в цілому. На прикладі навіть найбільш безпечного (з огляду на воєнні ризики) Карпатського регіону України можна з всією

упевненістю стверджувати, що суб'єкти туризму зіштовхнулися з цілою низкою труднощів, як-от: зменшення попиту та інвестицій у туризм, скорочення доходів і погіршення фінансово-економічного результату, руйнування інфраструктури тощо. Відтак, якщо розглядати ці тренди з позиції державної політики, то актуалізуються питання інституціоналізації структури, відповідальної за розвиток рекреації (це може бути підрозділ у межах органу, покликаного забезпечувати місцевий економічний розвиток), що є процесом не тільки важливим у сенсі якісного державного управління, але й особливо актуальним для регіонів і громад із високим рівнем туристичного та рекреаційного потенціалу. Здебільшого на сьогодні у складі органів місцевого самоврядування відсутні структури, спеціально орієнтовані на розвиток рекреації.

Слід вказати на те, що створення дорадчо-консультативних органів для розвитку туризму й особливо рекреації має свої плюси та мінуси. Один із головних недоліків полягає в тому, що вони можуть посилювати існуючу слабкість у системі органів місцевої влади й управління. Відповідно, ці органи повинні складатися з представників місцевої влади, а також із представників туристичного бізнесу, асоціацій, громадських організацій, але з підтримкою громадськості.

Побудова та організація інституційного блоку як частини механізму публічно-приватної політики у галузі розвитку системи рекреаційних послуг має свої власні принципи. Спочатку необхідно створити та систематизувати діяльність організації, яка відповідає за управління процесами розвитку туризму (з використанням відповідних інструментів організаційної політики).

Така структура буде відповідальною за розробку стратегій та програм розвитку рекреації, включаючи перехід на проєктний підхід. Це передбачає поступові зміни й ініціативи, які спрямовані на реалізацію окремих значущих проєктів, що мають економічний і соціальний вплив на місцеву економічну систему, використовуючи економічні механізми.

Наступним кроком є створення та впровадження належних заходів для розвитку рекреаційної політики. Зарубіжний досвід показує, що самі заходи не ефективні без належної інституційної підтримки та використання спеціальних інструментів для розвитку рекреації. Необхідно побудувати відповідну інфраструктуру та активно використовувати інструменти розвитку, які дозволяють досягти позитивних

результатів у цій сфері через організаційний механізм.

Цільовим кроком у впровадженні стратегії в сфері розвитку туризму є впровадження інтеграційних механізмів, які дозволять ефективно використовувати можливості міжмуніципальної співпраці, взаємодії з органами влади на різних рівнях, а також із іншими зацікавленими сторонами.

Оскільки інтегрована інфраструктура відіграє ключову роль у сприянні та підтримці процесів розвитку суспільства й економіки на місцевому рівні, важливо, щоб певні структури, що відповідають за належний розвиток, добре розуміли, які саме інституції враховуються у цьому контексті. На нашу думку, основними тут є:

1) структура, яка буде відповідальна за пошвавлення процесів розвитку системи рекреаційних послуг, залучення необхідних ресурсів, зокрема фінансово-інвестиційних, налагодження співпраці з внутрішніми та зовнішніми зацікавленими сторонами, в тому числі міжнародними партнерами для отримання технічної фінансової допомоги. Зокрема, регіональні та місцеві агенції економічного розвитку можуть у повній мірі та ефективно виконати ці завдання;

2) структура, яка бере на себе зобов'язання організовувати та сприяти розвитку підприємницького потенціалу у сфері рекреації в туристичному сегменті, надаючи фізичним та юридичним особам необхідні фахові знання, приміщення для початку бізнесу та іншу підтримку, необхідну для започаткування та управління власним підприємством. Також надаються консультації з питань залучення фінансових інвестицій, фінансової грамотності й управління фінансовими ризиками;

3) створення структури, яка об'єднає роботодавців, вищі та професійно-технічні навчальні заклади та працездатне населення з метою розвитку та покращення професійних навичок, підготовки або перепідготовки фахівців, зокрема молоді, для потреб існуючих та потенційних місцевих підприємств, включаючи підприємницьку самозайнятість у сфері рекреаційного бізнесу.

Таким чином, варто створити базові структури та організувати їх роботу, включно з використанням у таких цілях ресурсів міжнародного грантового фінансування, яке стало особливо доступним в умовах повномасштабної війни, зокрема з боку організацій, таких як USAID та ін.

Створення вказаних інфраструктурних установ дозволить активізувати внутрішні процеси

соціального та економічного розвитку рекреації. Для того, щоб залучити зовнішні ресурси (фінансові, інтелектуальні, кадрові, матеріально-технічні, технологічні, інформаційно-комунікаційні тощо) до структури, відповідальної за формування та реалізацію політики розвитку рекреації, потрібно розробити та ефективно використовувати так звані інструменти розвитку. Серед них ключове значення мають стратегії і програми розвитку рекреаційного бізнесу, інвестиційні проєкти в галузі рекреації, плани розвитку економіки та бізнес-інфраструктури рекреації і місцевих територіальних громад у цілому.

У межах кожного з трьох блоків визначається каркас механізмів та інструментів, які будуть реалізованими в їх межах (рис. 1).

У сучасних умовах цифровізації значним потенціалом наділені практики створення та поширення різних документів у цифровій формі та їх розміщення на різних інформаційних платформах, дашбордах, цифрових платформах та інших діджитал-ресурсах. Відтак ефективна економічна політика, яка спрямовується на розвиток рекреаційної діяльності на місцевому рівні, скерована на поштовх процесів економічного зростання; і оскільки на територіях із нижчим рівнем соціально-економічного розвитку часто відсутні великі підприємства, економічний розвиток тут переважно залежить від малих підприємств, або навіть точніше: мікропідприємств, у т. ч. у формі фізичних осіб – підприємців.

Проте основний акцент робиться саме на фінансовій складовій і підтримці та стимулюванні відповідних процесів, коли фінанси виступають у провідній ролі. Аргументація така: навіть якщо буде створено безліч центрів підтримки бізнесу, навіть якщо буде проведений безліч навчань місцевого населення підприємницькій діяльності, навіть якщо буде покращено бізнес-клімат і т. д., якщо не буде доступного й достатнього фінансового, а ще краще – інвестиційного забезпечення для відкриття нових приватних садиб, різноманітних сервісів для туристів тощо, то жодне нове підприємство не буде створено.

Фінансування підприємництва сприяє розвитку економіки, а це, в свою чергу, приводить до збільшення доходів місцевих бюджетів. Це робить їх спроможнішими фінансувати соціальні та розвиткові програми, такі як будівництво інфраструктури, доріг, засобів комунікації, очисних споруд, охорони навколишнього середовища та інші проєкти у галузі розвитку.

Саме таким має бути бачення і характер тих механізмів політики у межах її фінансово-



Рис. 1. Інструментарій забезпечення розвитку рекреаційної діяльності

Джерело: авторська розробка

економічної підсистеми, які спрямовуються на забезпечення соціального й економічного середовища розвитку рекреаційного бізнесу в регіоні та на його територіях. Відтак кожен із інструментів організаційно-економічного механізму спрямовується на формування та на ефективне розміщення й використання коштів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Включення до власного арсеналу рекреаційних послуг дозволяє вітчизняним суб'єктам туристичної діяльності в значній мірі диверсифікувати їх господарську, а також економічну діяльність, що слід розглядати чинником прямого впливу на посилення життєздатності і гарантування вищого рівня фінансово-економічної стійкості в умовах кризи, зменшення попиту на туристичні послуги.

Перевагами спеціалізації на рекреаційних послугах слід вважати не тільки розширення асортименту, зростання попиту та збільшення обсягів доходу туристичних підприємств, але й так зване «зближення» з клієнтами. Як відомо, традиційні послуги з проживання, харчування, користування приготельною інфраструктурою на сьогодні підлягають значній стандартизації, тоді як надання послуг із рекреації безпосередньо стосується більшого контакту з персоналом туристичних підприємств, відповідно, ширшої комунікації. І це, в разі якісної послуги, покращує лояльність клієнтів, по суті, пролонгує послугу і робить того чи іншого клієнта постійним.

Для споживачів туристичних послуг отримання додаткових рекреаційних послуг (у

випадку їх високої якості та прийнятної вартості) сприяє вищому рівню задоволення обслуговуванням, бажанню повернутися й повторно скористатися послугами туристичного підприємства, поширенню позитивної інформації серед колег, родичів, знайомих тощо.

Назагал розвиток рекреаційної діяльності значно покращує туристичний імідж DESTINACIЙ.

Для нарощення обсягів та зростання масштабів і якості рекреаційних послуг як профільним органам управління, так і менеджменту вітчизняних суб'єктів туристичної діяльності слід реалізувати комплекс заходів, що сприятимуть даній цілі. Це мають бути інструменти організаційного (покращення системи управління рекреаційною діяльністю, створення туристичних кластерів, кооперація суб'єктів туризму, які надають різні види послуг, у т. ч. екскурсійні) та економічного (покращення інвестиційного клімату та збільшення обсягів інвестицій у туризм і рекреацію, бюджетно-фінансова підтримка суб'єктів туризму, що створюють нові робочі місця в галузі рекреації, створення можливостей для активізації підприємницької діяльності населення в сфері туризму і рекреації) характеру.

Подальший розвиток наукових досліджень в аналізованій сфері стосується вдосконалення методики аналізування розвитку екскурсійної діяльності та його впливу на розвиток туризму і туристичної діяльності в регіоні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барна М. Ю., Білецька І. М., Попадинець Н. М. Розвиток туристичного сектора в умовах глобалізації та цифровізації економіки України. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2020. № 1 (83). С. 38–44.

2. Божко Л. Д. Нові напрями в туризмі як культурні наслідки глобалізації. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2015. № 4. С. 3–9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2015_4_3

3. Голод А. Безпека туризму як об'єкт регіональних економічних досліджень. *Інноваційна економіка*. 2014. № 4. С. 190–194.

4. Гуткевич С. О. Привабливість Українських Карпат: сільський зелений туризм : монографія. Київ : НУХТ, 2016. 293 с.

5. Домбровська С. М., Майстро С. В. Особливості державного управління рекреаційним туризмом в Україні: монографія. Київ : Знання, 2017. 244 с.

6. Лупак Р. Л. Оцінювання формування конкурентних переваг туристичних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. № 3. С. 189–194.

7. Мельниченко О. А., Величко Л. Ю. Індустрія туризму: сутність, складові, кластери, необхідність державного регулювання. *Теорія та практика державного управління*. 2015. Вип. 4. С. 3–9.

8. Охріменко А. Г. Досвід європейських країн фінансування туризму. *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини*. 2014. № 34. С. 160–167. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Mv_2014_34_20

9. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

REFERENCES

1. Barna M. Yu., Bilets'ka I. M., Popadynets' N. M. (2020), Rozvytok turystychnoho sektora v umovakh hlobalizatsii ta tsyfrovizatsii ekonomiky Ukrainy. *Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu*, № 1 (83), s. 38–44.

2. Bozhko L. D. (2015), Novi napriamy v turyzmi iak kul'turni naslidky hlobalizatsii. *Visnyk Natsional'noi akademii kerivnykh kadriv kul'tury i mystetstv*, № 4, s. 3–9, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2015_4_3.

3. Holod A. (2014), Bezpeka turyzmu iak ob'iekt rehional'nykh ekonomichnykh doslidzhen'. *Innovatsijna ekonomika*, № 4, s. 190–194.

4. Hutkevych S. O. (2016), Pryvablyvist' Ukrain's'kykh Karpat: sil's'kyj zelenyj turyzm : monohrafiia. NUKhT, Kyiv, 293 s.

5. Dombrovs'ka S. M., Majstro S. V. (2017), Osoblyvosti derzhavnoho upravlinnia rekreatsijnym turyzmom v Ukraini : monohrafiia. Znannia, Kyiv, 244 s.

6. Lupak R. L. (2016), Otsiniuvannia formuvannia konkurentnykh perevah turystychnykh pidpryiemstv. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*, № 3, s. 189–194.

7. Mel'nychenko O. A., Velychko L. Yu. (2015), Industriia turyzmu: sutnist', skladovi, klasteri, neobkhidnist' derzhavnoho rehuliuвання. *Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia*, vyp. 4, s. 3–9.

8. Okhrimenko A. H. (2014), Dosvid ievropejs'kykh krain finansuvannia turyzmu. *Visnyk L'vivs'koho universytetu. Serii: Mizhnarodni vidnosyny*, № 34, s. 160–167, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Mv_2014_34_20

9. Putsentejlo P. R. (2007), Ekonomika i orhanizatsiia turystychno-hotel'noho pidpryiemnytstva : navchal'nyj posibnyk. Tsentr uchbovoi literatury, K., 344 s.

Стаття надійшла до редакції
11 січня 2025 року