

## АДАПТАЦІЙНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

### ADAPTIVE DIRECTIONS OF TOURISM DEVELOPMENT IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY

В статті здійснено оцінку теоретичних, емпіричних підходів дослідників щодо формування адаптаційних напрямків розвитку туристичної діяльності в умовах невизначеності, характерних для особливостей становлення зазначеної галузі в Україні. Проведено аналіз положень провідного досвіду, який формувався за результатами подолання наслідків Covid-19, здійснено їх адаптацію для вітчизняних умов нинішнього та повоєнного періоду розвитку туризму в Україні. Виокремлено основні напрямки досліджуваної категорії, зокрема: клієнто-орієнтований напрямок в розрізі розвитку територій (залучення мандрівників до регіонів, що залежать від сезонних пропозицій або не мають значної туристичної привабливості (не розташовані біля традиційних місць масового туризму (гори, скелі, море, сафари), відсутня туристична інфраструктура)); напрямок сталого розвитку туристичної галузі. Сформульовано основні адаптаційні можливості та перспективи реалізації зазначених напрямків в умовах функціонування та відновлення територій і туристичних дестинацій.

**Ключові слова:** туристичні дестинації, напрямки розвитку, сталий розвиток, умови невизначеності, екологізація, туристична привабливість, рекреаційні характеристики, адаптаційні можливості.

The article evaluates the researchers' theoretical and empirical approaches to the formation of adaptive directions for the development of tourism activity in the conditions of uncertainty, characteristic of the peculiarities of the formation of the specified industry in Ukraine. An analysis of the provisions of the leading experience, which was formed based on the results of overcoming the consequences of the Covid-19 pandemic, was carried out, and their adaptation for the domestic conditions of the current and post-war period of tourism development in Ukraine was carried out. The main directions of the studied category are highlighted, in particular: customer-oriented direction in terms of territorial development (attraction of travelers to regions that depend on seasonal offers or do not have significant tourist attraction (not located near traditional places of mass tourism (mountains, rocks, sea, safari), absent tourist infrastructure)); direction of sustainable development of the tourism industry. The main adaptation possibilities and prospects for the implementation of the specified directions in the conditions of functioning and restoration of territories and tourist destinations are formulated. The scientific novelty of the presented research consists in the development of modern directions for adapting the resource advantages of domestic tourism to the effects of conditions of uncertainty, which will be characteristic of the industry at the current stage and in the period of post-war restoration of territories and tourist destinations. It is proven that the presented proposals regarding the adaptation of the best foreign practices in the researched area should be transformed in accordance with the institutional, infrastructural, resource, and recreational opportunities of specific territories. The important role of the public-private partnership and the implementation of the concept of sustainable development in the process of reproduction of the tourism industry at various levels was determined. It was established that finance is an important resource component of tourism activity, the process of attracting which can be optimized due to the activation of public-private partnership. The relevance of creating initiatives to spread the concept of sustainable development within the territories of tourist destinations (among the population, among local businesses and authorities) is substantiated. The need for the formation of tourist products, the reform of tourist destinations in view of the achievement of the goals of sustainable development (ecological, social, economic) was established, the implementation of which will contribute to the growth of tourist flows and the restoration of territories.

**Key words:** tourist destinations, directions of development, sustainable development, conditions of uncertainty, environmentalization, tourist attraction, recreational characteristics, adaptation possibilities.

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure69-41>

#### Охота В.І.

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри міжнародного туризму  
та готельного бізнесу,  
Західноукраїнський національний  
університет

#### Соловей І.С.

к.е.н.,  
старша викладачка кафедри  
гуманітарної освіти і туризму,  
Відокремлений підрозділ  
Національного університету біоресурсів  
і природокористування України  
«Бережанський агротехнічний інститут»

#### Okhota Vitalij

West Ukrainian National University

#### Solovei Iryna

Separated Subdivision National University  
of Life and Environmental  
Science of Ukraine  
«Berezhany Agrotechnical Institute»

**Постановка проблеми.** Трансформація зовнішніх та внутрішніх умов розвитку туристичної діяльності в Україні, викликана пандемією COVID-19, військовим нападом з боку РФ, обумовила виникнення складної ситуації в сфері забезпечення управління основними сферами функціонування. Виникли проблеми із залучення клієнтів і створення туристичних потоків, що стало фактором зниження основних доходів, вплинуло на потребу скорочення персоналу через нестачу коштів на виплату заробітної плати, вплинуло на скорочення частки доходів від діяльності туризму у складі ВВП регіонів, країни. Вказане свідчить про можливість втрати національною туристичною

галуззю місця, яке воно посідало на міжнародному ринку, на внутрішньому ринку. В теоретичних, емпіричних дослідженнях існують напрямки відновлення туристичної сфери і її складових, які викладені в роботах зарубіжних авторів. Аналіз зазначених підходів дасть змогу встановити можливості та перспективи розвитку сфери туризму України в повоєнний і частково у воєнний час. Зважаючи на вказане, дослідження визначеної проблематики є актуальним на сучасному етапі розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання оптимізації розвитку туристичної діяльності в умовах зовнішніх непрогнозованих

викликів, адаптації існуючих умов до кращих практик розглядалися в роботах: М. Джеонг, Х. Шін [4, с. 1464], С. Лясиду та інших [5, с. 461; 6, с. 481], І. Рейхенбергер, І. Йеоман [8, с. 146], Ш. Геслінг, Н. Швайгарт [2], Х. Мондехар-Хіменес, Г. Феррарі [7]. Незважаючи на існування напрацювань в даній сфері, можна зазначити, що вказані дослідження мають локальний характер і вивчення вказаної проблематики потребує комплексного аналізу.

**Постановка завдання.** Метою дослідження виступає систематизація можливих адаптаційних напрямків розвитку туризму України в умовах впливу умов невизначеності. Для досягнення зазначеної мети було встановлено низку завдань, а саме: виділення та характеристика напрямків оптимізації туристичної діяльності; оцінка можливостей адаптації зазначених напрямків в умовах розвитку галузі туризму України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сформулюємо основні напрямки покращення розвитку туризму в непрогнозованих умовах та їх адаптаційні можливості в українських реаліях.

Можемо виокремити напрямок, який передбачає залучення мандрівників до регіонів, що залежать від сезонних пропозицій або не мають значної туристичної привабливості (не розташовані біля традиційних місць масового туризму (гори, скелі, море, сафари), відсутня туристична інфраструктура). Визначення основних можливостей реалізації зазначеного напрямку представлено в дослідженнях С. Лясиду та інших [5, с. 461; 6, с. 481]. Автори пропонують власну модель залучення туристів для зниження фактору сезонності або нівелювання проблеми відсутності традиційних туристичних дестинацій. Нами було вивчено матеріали емпіричного дослідження С. Лясиду та інших та викладено схему вказаної моделі, яка включає:

– етап вивчення орієнтирів молодого покоління туристів (18–29 років із розбивкою на додаткові вікові групи) та осіб із особливими потребами (різні форми інвалідності). Маються на увазі технологічні, гастрономічні, медичні, розважальні орієнтири, вимоги стосовно розміщення, вимоги стосовно догляду та супроводу (для осіб із інвалідністю) (перелік переваг, смаків, асортименту послуг, цінові межі). Встановлено, що туристи віком 18–29 років мають пріоритетні вимоги стосовно: наявності покриття Інтернет; придбання їжі, напоїв в номери (або запакованої на виніс); електронного інформаційного забезпечення пам'яток архітектури, музеїв, театрів, видатних місць за допомогою QR кодів, за допомогою яких можна отримати дані про відвідуване місце; використання концепції «розумного туризму» в управлінні туристичними дестинаціями (додатки, які допомагають подорожувати без гідів, паперових карт в рамках певних територій; додатки, які дозволяють

відвідувати туристичні дестинації за допомогою віртуальної реальності) (М. Джеонг, Х. Шін [4, с. 1464]);

– етап формування інфраструктури, необхідної для максимального забезпечення споживачьких очікувань на рівні молодих туристів, виявлених в ході попереднього етапу моніторингу. Вказаний етап може бути реалізований на рівні державно-приватного партнерства, і складається із: створення високого рівня покриття мережею Інтернет (як 4G, 5G, так і Wi Fi від територіальних операторів або Star Link, інших міжнародних телекомунікаційних компаній, якщо немає можливості здійснити покриття на місцевому рівні;

– етап створення туристичних продуктів, орієнтованих на молодих туристів залежно від визначених споживачьких переваг, з огляду на створену інфраструктуру;

– етап просування нових туристичних продуктів в рамках таких маркетингових комунікацій: реклама в соціальних мережах (масова та реклама на сторінці туристичної компанії, туристичної дестинації або її суб'єктів); реклама з боку відомих особистостей на їх особистих сторінках в соціальних мережах в мережі Інтернет;

– етап продажу нових туристичних продуктів.

На наш погляд, вказана модель може бути реалізована в регіонах України, які не мають туристичних дестинацій, але володіють певними об'єктами розміщення, ресторанного бізнесу, транспортної інфраструктури, сфери охорони здоров'я, які компактно розташовані в межах територій, що потребують розвитку зайнятості в туризмі, збільшення доходів від туристичної діяльності. При цьому, актуальним виступає створення або покращення об'єктів інформаційно-комунікаційної інфраструктури: Інтернет, сучасні спортивні клуби, заклади дозвілля (кафе, клуби, дискотеки); сучасні інноваційні заклади охорони здоров'я. Відповідно, зазначений напрямок може бути ідентифіковано як клієнтоорієнтований в розрізі розвитку територій. Його адаптація і впровадження сприятиме створенню нових туристичних дестинацій, появи нових напрямків туризму, в тому числі в регіонах, територіях, які потребують розвитку. Як стверджують М. Алі та інші [1], створені умови масштабного інформаційно-технологічного забезпечення розвитку туристичних дестинацій будуть ефективними лише у випадку створення туристичних потоків гостей, життя і поведінка яких залежить від цифровізації, для туристів, які не залежать від ІКТ такі умови не будуть мати першочергового значення. При цьому, на наш погляд, в світі існує вагома частка туристів (в тому числі тих, які відносяться до вікової групи 18–29 років), яка орієнтована на відпочинок в умовах оптимальної цифрової інфраструктури.

Існує інший напрямок відновлення туристичної сфери і побудови нових видів туризму, пов'язаний із орієнтиром туристичних продуктів на досягнення цілей сталого розвитку, які встановлено у відповідних програмних деклараціях ООН і реалізується державами-учасницями в межах екологічної, соціально-економічної складової (напрямок сталого розвитку туристичної галузі). В межах зазначеного підходу варто відмітити зміст дослідження І. Рейхенбергер, І. Йеоман [8, с. 146]. Зокрема, автори пропонують створювати привабливі екологічні умови в рамках функціонування існуючих туристичних дестинацій, що стане фактором залучення туристів, які підтримують «зелені» ініціативи, сприятиме інвестиціям в розвиток відновлюваної енергетики, рециклінгу відходів від туристичної сфери. Позиції дослідників підкріплено аналізом емпіричних досліджень реформування туризму Нової Зеландії після пандемії Covid-19 із орієнтиром на досягнення нейтрального кліматичного впливу (такого, який не здійснює негативної дії на навколишнє природне середовище). Проведений аналіз показав, що після впровадження екологічно орієнтованих заходів туристичні дестинації Нової Зеландії змогли забезпечити:

- врегулювання питання управління відходами від діяльності суб'єктів інфраструктури і їх зниження. Зокрема, були встановлені загальнонаціональні і регіональні підходи до управління побутовими відходами, відходами від ресторанної галузі, відходами від галузі ЖКГ, яка обслуговує туристів;

- врегулювання питання норм поведінки туристів стосовно здійснення викидів і їх загальне скорочення. В рамках зазначеного заходу реалізувалась політика попередження про: унеможливлення забруднення територій сміттям, будь-якими відходами; пропагувався екологічно орієнтований підхід стосовно відповідального споживання, яке пов'язано із придбанням необхідної кількості їжі, напоїв, інших товарів, відмовою від зайвих, недуманих закупівель товарів;

- впровадження енергоефективного управління, використання відновлюваної енергетики (дані заходи почали поширюватись після пандемії в 2021, 2022 рр.). Орієнтир на «зелену» енергетику сприяв залученню туристів, які підтримують концепцію захисту клімату від шкідливих викидів, що здійснюються внаслідок використання викопного палива для традиційного виробництва енергетичних ресурсів.

Відповідно, констатуємо що завдяки реалізації екологізації в управлінні туризмом можна створити: нові переваги галузі (чиста енергія, водні ресурси, повітря, зниження відходів) завдяки підвищенню рекреаційних характеристик територій; забезпечити стійке зростання туристичних

потоків завдяки поширенню орієнтиру туристів на екологічний відпочинок; створення концептуального бачення персоналу туристичних дестинацій стосовно необхідності підтримання екологічно орієнтованих підходів роботи як передумови захисту територій і підтримання зайнятості серед місцевого населення. Можемо зазначити, що впровадження напрямку сталого розвитку в умовах туристичної галузі України сприятиме відновленню багатьох територій країни, при цьому екологізація в управлінні, яка буде декларуватись і реалізуватись може стати елементом маркетингу і переважити фактичні недоліки інфраструктурного забезпечення. При цьому, ключовими елементами успіху у залученні туристів в рамках даного напрямку можуть виступати:

- просування екологізації енергетичного управління, управління відходами, управління економією ресурсів, управління очищенням водних ресурсів в рамках маркетингових комунікацій на рівні соціальних мереж (масове розсилання реклами, реклама на сторінках відомих організацій, осіб, які мають велику кількість підписників і пропагують екологічно орієнтований спосіб життя тощо);

- участь у міжнародних рейтингах, ініціативних програмах стосовно реалізації сталих результатів у туризмі. Реалізація зазначеного заходу сприятиме залученню іноземних туристів, підвищить імідж туристичної компанії, суб'єкта туристичної дестинації.

Напрямок сталого розвитку туристичної галузі розглядається в дослідженні Ш. Геслінг, Н. Швайгарт [2]. А саме, автори здійснюють порівняння дії наслідків від пандемії Covid-19 на економіку і негативного впливу всіх секторів економіки (в тому числі туризму), суспільства на клімат, і визначають паралелі. За твердженням авторів, існує руйнівна дія з боку двох процесів, деякі елементи складових економіки (в першому випадку), клімату (в другому) неможливо відновити. А саме, наводиться приклад стосовно негативного кліматичного. Вказано, що приблизно 14% світових коралових рифів уже було втрачено протягом десятиліття (2009–2018 рр.), і існує очікування, що навіть за більш амбітним сценарієм максимального потепління на 1,5°C, 70–90% усіх коралових рифів зникне до кінця століття [2, с. 924]. Безумовно, такі втрати є елементом погіршення навколишнього природного середовища, але і привабливості туристичних дестинацій через негативні впливи внаслідок невідповідальної життєдіяльності. Автори доводять потребу реформування туристичної галузі і її супутніх інфраструктур в контексті концепту сталого розвитку як передумови подальшого функціонування, покращення туристичної привабливості територій.

Підтримка розвитку концепції сталого розвитку як основи сучасного туризму представлена в дослідженні Х. Мондехар-Хіменес, Г. Феррарі [7]. Автори аналізують сучасні теоретико-емпіричні розвідки із питання зв'язку зниження рівня ризиків і загроз в сфері сталого розвитку (екологічна, соціальна, економічна складові) та стану ефективності туристичної діяльності в межах територій, країн. Можна підтримати дослідників стосовно того, що проекти сталого розвитку туризму повинні бути дієвими, їх структура повинна бути побудована з огляду на умови функціонування туристичних дестинацій, ресурсну, інфраструктурну і інституційні складові. Виходячи із справедливого твердження авторів про доцільність і ґрунтовність нововведень, відмічаємо, що реформування туристичних дестинацій, створення нових видів туризму в розрізі реалізації цілей сталого розвитку в Україні повинно включати такі елементи:

- узгодження інноваційних змін в сфері орієнтування туристичного продукту (територій) на цілі сталого розвитку із місцевою (регіональною) владою, супутнім бізнес-середовищем. Такий захід потрібний для підтримки з їх боку вказаних ініціатив і пошуку власних елементів сталого розвитку, які можуть сприяти розвитку територій, бізнесу. Також можливе отримання підтримки з боку органів державної, місцевої і регіональної влади (спільні проекти, можливість просування туристичних дестинацій як таких, що орієнтовані на сталий розвиток на рівні представників влади);

- пропагування ініціатив сталого розвитку серед місцевого населення, персоналу суб'єктів основної і додаткової туристичної інфраструктури, туристів. Вказаний захід сприятиме досягненню певних результатів як стосовно покращення рекреаційного стану, так і відносно збільшення рівня залучення туристів, які є прихильниками сталого розвитку за основними сферами

- формування ініціатив сталого розвитку туризму на рівні місцевих громад, яке сприятиме їх реалізації, підтримки з боку місцевого населення через можливість покращення навколишнього середовища, росту рівня зайнятості громадян тощо;

- створення туристичних продуктів, реформування туристичних дестинацій в розрізі результатів ресурсного, інфраструктурного і інституційного забезпечення, з огляду на результати впровадження ініціатив сталого розвитку серед місцевого населення;

- створення відкритих ініціатив розвитку туризму в контексті сталого розвитку, які можуть включати наукові, технологічні, організаційно-кадрові, процесні пропозиції. Висунення

вказаного елемента запропоновано в дослідженні К. Холл [3]. Можемо підтримати пропозицію авторів і визначити, що сервіс із внесення пропозицій розвитку туризму в контексті сталого розвитку в напрямку відновлення зруйнованих територій України (в тому числі на території Херсонської, Миколаївської, Одеської обл., АР Криму, інших територіях) може бути розміщений у відкритому інформаційному просторі, в рамках нової платформи проектів, розробок за вказаним напрямком.

Важливим напрямком розвитку туризму в умовах невизначеності в сфері економіки, політики в рамках інших територій країни є створення туристичних дестинацій, які мають імідж стабільних місць відпочинку для внутрішніх, іноземних туристів. Такий напрямок обґрунтовано на прикладі аналізу регіонального туризму Китаю і представлено в роботі Д. Ванг, С. Ху, Л. Фенг, Я. Лу [9]. Автори визначають переваги створення туристичної дестинації в рамках території, орієнтованої на міжнародний туризм, яка стабільно функціонує разом із сукупністю інфраструктури; не демонструє коливань у політиці, економіці, соціальному секторі, характерних для інших територій. Стабільний розвиток окремих територій, в яких розміщено туристичні дестинації, забезпечує результативність їх функціонування. Для України є актуальним створення таких туристичних дестинацій, навіть в межах невеликих територій, селищ, вказане сприятиме росту туристичних потоків, збільшенню доходів від діяльності туризму.

**Висновки з проведеного дослідження.** Були вивчені теоретичні, емпіричні підходи дослідників стосовно створення адаптаційних напрямків розвитку туристичної діяльності в умовах невизначеності, характерних для особливостей становлення зазначеної галузі в Україні. Проаналізовано положення провідного досвіду, який формувався за результатами подолання наслідків пандемії Covid-19, здійснено їх адаптацію для вітчизняних умов нинішнього та повоєнного періоду розвитку туризму в Україні. Здійснено виокремлення основних напрямків досліджуваної категорії, зокрема: клієнтоорієнтований напрямок в розрізі розвитку територій (залучення мандрівників до регіонів, що залежать від сезонних пропозицій або не мають значної туристичної привабливості (не розташовані біля традиційних місць масового туризму (гори, скелі, море, сафари), відсутня туристична інфраструктура)); напрямок сталого розвитку туристичної галузі.

Визначено основні адаптаційні можливості та перспективи реалізації зазначених напрямків в умовах функціонування та відновлення територій і туристичних дестинацій.

**БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Ali M.B., Tuhin R., Alim M.A., Rokonzaman M., Rahman S.M., Nuruzzaman M. Acceptance and use of ICT in tourism: the modified UTAUT model. *Journal of Tourism Futures*. 2022. Vol. ahead-of-print. No. ahead-of-print. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-06-2021-0137/full/html>.
2. Gössling S., Schweiggart N. Two years of COVID-19 and tourism: what we learned, and what we should have learned. *Journal of Sustainable Tourism*. 2022. Vol. 30:4. P. 915–931.
3. Hall C.M. Sustainable Tourism Beyond BAU (Brundtland as Usual): Shifting From Paradoxical to Relational Thinking? *Frontiers in Sustainable Tourism*. 2022. Vol. 1. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/frsut.2022.927946/full>
4. Jeong M., Shin H.H. Tourists' Experiences with Smart Tourism Technology at Smart Destinations and Their Behavior Intentions. *Journal of Travel Research*. 2020. Vol. 59(8). P. 1464–1477.
5. Liasidou S., Berjozkina G., Pipyros K. Mitigating seasonality in tourism by attracting young travellers: evidence from Cyprus. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 2022. Vol. 14. No. 5. P. 461–469.
6. Liasidou S., Fella K., Stylianou C. A sustainable destination is an accessible destination: examining the relationship as a remedy to seasonality. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 2022. Vol. 14. No. 5. P. 481–491.
7. Mondéjar-Jiménez J., Ferrari G. Sustainable Tourism Destinations. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 2022. Vol. 46(7). P. 1239–1240.
8. Reichenberger I., Yeoman I.S. Guest editorial: The re-imagination of New Zealand tourism. *Journal of Tourism Futures*. 2022. Vol. 8. No. 2. P. 146–150.
9. Wang D., Hu S., Feng L., Lu Y. Tourism Destination Image Perception Model Based on Clustering and PCA from the Perspective of New Media and Wireless Communication Network: A Case Study of Leshan. *Wireless Communications and Mobile Computing*. 2022. Vol. 1. URL: <https://www.hindawi.com/journals/wcmc/2022/8630927>.

**REFERENCES:**

1. Ali, M.B., Tuhin, R., Alim, M.A., Rokonzaman, M., Rahman, S.M., Nuruzzaman, M. (2022). Acceptance and use of ICT in tourism: the modified UTAUT model. *Journal of Tourism Futures*, vol. ahead-of-print, no. ahead-of-print. Available at: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-06-2021-0137/full/html>.
2. Gössling, S., Schweiggart, N. (2022). Two years of COVID-19 and tourism: what we learned, and what we should have learned. *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 30:4, pp. 915–931.
3. Hall, C.M. (2022). Sustainable Tourism Beyond BAU (Brundtland as Usual): Shifting From Paradoxical to Relational Thinking? *Frontiers in Sustainable Tourism*, vol. 1. Available at: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/frsut.2022.927946/full>.
4. Jeong, M., Shin, H.H. (2020). Tourists' Experiences with Smart Tourism Technology at Smart Destinations and Their Behavior Intentions. *Journal of Travel Research*, vol. 59(8), pp. 1464–1477.
5. Liasidou, S., Berjozkina, G., Pipyros, K. (2022). Mitigating seasonality in tourism by attracting young travellers: evidence from Cyprus. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, vol. 14, no. 5, pp. 461–469.
6. Liasidou, S., Fella, K., Stylianou, C. (2022). A sustainable destination is an accessible destination: examining the relationship as a remedy to seasonality. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, vol. 14, no. 5, pp. 481–491.
7. Mondéjar-Jiménez, J., Ferrari, G. (2022). Sustainable Tourism Destinations. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol. 46(7), pp. 1239–1240.
8. Reichenberger, I., Yeoman, I.S. (2022). Guest editorial: The re-imagination of New Zealand tourism. *Journal of Tourism Futures*, vol. 8, no. 2, pp. 146–150.
9. Wang, D., Hu, S., Feng, L., Lu, Y. (2022). Tourism Destination Image Perception Model Based on Clustering and PCA from the Perspective of New Media and Wireless Communication Network: A Case Study of Leshan. *Wireless Communications and Mobile Computing*, vol. 1. Available at: <https://www.hindawi.com/journals/wcmc/2022/8630927>.