

IV. РЕКРЕАЦІЙНА ГЕОГРАФІЯ І ТУРИЗМ

УДК: 338.48:352.07(1-07):[327.5:355.01(477:470)"2022"]

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7812068>

Рейманн М., Корнус О.Г., Паланг Х., Корнус А.О.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ НА МАЙБУТНЄ

Стаття присвячена дослідженню розвитку туристичного бізнесу у Сумській області в умовах війни та визначенні перспектив його розвитку на майбутнє. Проаналізовано зарубіжний досвід відновлення туристичної сфери в країнах, у яких відбувалися військові дії, таких як Грузія, Чорногорія та Хорватія. У дослідженні використано результати розробленого та проведеного соціологічного опитування серед власників туристичного бізнесу, працівників закладів туристичної інфраструктури та атракцій, представників громадських організацій туристичного спрямування та виконавчої влади, яка координує туристичну діяльність у Сумській області. На основі проведеного соціологічного опитування визначено стан, проблеми, виклики та можливості туристичної індустрії. Враховуючи зарубіжний досвід та результати авторського дослідження запропоновано рекомендації щодо відновлення туризму в Сумській області після війни.

Ключові слова: туризм, соціологічне опитування, перспективи розвитку, Сумська область.

Постановка проблеми. До повномасштабної військової агресії росії в Україні туризм мав значний ресурсний потенціал і динамічно розвивався. За даними [10] Сумська область має значні ресурси для розвитку різних видів туризму. Зокрема, в області налічується 149 пам'ятки архітектури загальнодержавного значення, у тому числі 127 пам'ятки містобудування та архітектури, 3 пам'ятки історії, 17 пам'яток археології, 2 історико-культурні заповідники, заповідний фонд Сумської області нараховує 300 об'єктів загальною площею 178918,37 га, що становить 7,5% площі регіону. Водні ресурси області складають 373 річки (довжина 5290 км) (найбільші річки області – Десна, Сейм, Сула, Псел, Ворскла), 22 великих озера, 2809 ставків, 40 водосховищ, що дає можливості для розвитку водного туризму. Площа лісів становить 387 тис. га. Наявність таких ресурсів дає можливості розвивати різні види туризму, однак через війну частина туристичних компаній закрилась, інші переорієнтували свою діяльність на волонтерство – використовували свої

© Рейманн М., Корнус О., Паланг Х., Корнус А., 2023.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Article Info: Received: February 2, 2023;

Final revision: March 10, 2023; Accepted: April 15, 2023.

автобуси для евакуації біженців, залучали зв'язки, щоб організувати закупівлю гуманітарної допомоги з-за кордону тощо, ресторани і кафе готували гарячі обіди для українських захисників та волонтерів, надавали свої приміщення під склади гуманітарної допомоги, екскурсоводи розпочали організувати для вимушених переселенців і місцевих жителів ознайомчі прогулянки містом за добровільні кошти, які потім перераховувати на рахунок Збройних Сил України. Тому, враховуючи те, що незважаючи на значні проблеми в туризмі, ця сфера продовжила свою діяльність актуальним питанням є вивчення особливостей розвитку туризму під час війни та обґрунтування перспектив на майбутнє, враховуючи думку представників туристичного бізнесу.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Огляд наукових публікацій про сучасний стан та особливості відновлення туризму у післявоєнний час свідчить про значний інтерес науковців різних сфер діяльності. Так, у науковій статті А. Зарубіної та ін. [1] охарактеризовано особливості формування нових туристичних маршрутів з врахуванням воєнного стану та описано шляхи відновлення туризму у післявоєнний час. У статті А. Моца та ін. [3] запропоновано власне бачення перспектив післявоєнного відновлення сфери туризму, зокрема автори пропонують зосередитися на розвитку ділового, освітнього, медичного, зеленого та воєнного туризму тощо. Серед головних перспектив відновлення туризму в Україні після війни Е. Сіра та ін. [6] пропонують зосередитися на розвитку внутрішнього та в'їзного туризму та провести інституційне забезпечення суб'єктів туристичного бізнесу. Удосконалення векторів стратегічного розвитку індустрії туризму та гостинності в умовах збройних конфліктів і пост конфліктного відновлення та оптимізація можливих заходів координації діяльності основних учасників індустрії туризму та гостинності з обґрунтуванням тенденцій розвитку галузі в умовах подальшого післявоєнного відновлення описано у науковій публікації О. Носирева та ін. [4]. У роботі конкретизовано негативні наслідки впливу військових дій на туристичний бізнес, охарактеризовано основні проблеми в'їзного туризму та описано особливості туризму в Україні у воєнних та поствоєнних реаліях. На думку Л. Малюти та С. Королюк [2, с. 158] після війни найбільшим попитом будуть користуватися такі види туризму як рекреаційний, санаторно-курортний, медичний, психологічний, етнографічний, «пам'ятний», темний та мілітарний.

Слід зазначити, що багато науковців схиляються до думки, що під час розробки стратегії відновлення туризму потрібно звернутися до досвіду зарубіжних країни, які пережили війну і змогли відновити свою туристичну діяльність. Для України цінним буде досвід Грузії, яка у 2008 році пережила

вторгнення російських військ на свою територію. Хоча в той час туризм країни сильно постраждав, але завдяки цьому Грузія стала відомою у світі і після війни спостерігався туристичний бум в країну. Як описано в роботі Н. Рінкіашвілі [5] після війни Грузія зосередилася на створенні позитивного туристичного іміджу. У 2010 р. було розроблено стратегію регіонального розвитку Грузії до 2017 р., яка передбачала серед пріоритетів розвиток туризму та захист навколишнього середовища. Ця державна стратегія поступово зробила туристичну галузь основою економічного розвитку Грузії. Значну роль також відіграв Закон «Про підтримку розвитку вільних туристичних зон у Кобулеті та Анаклії», який передбачав придбання інвесторами ділянок землі для побудови готелів за символічну плату – 1 ларі, за збереження профілю протягом 15 років. На цей термін інвестор звільнявся з податків на дохід та майно. А держава брала на себе упорядкування інфраструктури. Для реклами туристичної індустрії уряд Грузії використовував сайти соціальних мереж, такі як Flickr, YouTube або Однокласники, російський еквівалент Facebook, який був надзвичайно популярним у країнах колишнього Радянського Союзу, щоб повідомити про можливість подорожей у Грузії. Департамент туризму Грузії також встановив веб-камери в Батумі, щоб відвідувачі грузинського туристичного порталу могли на власні очі побачити, що російське вторгнення не зруйнувало місто.

Після військових дій на Балканах відродився туризм у Чорногорії, яка одним із стратегічних напрямів розвитку туризму обрала активізацію реформи освіти на всіх рівнях, розробка туристичних програми та збільшення інвестицій в освіту і навчання фахівців з туризму [8]. До Балканської війни туризм в Хорватії активно розвивався. Під час війни відмічався спад туристичної діяльності, однак, вже після війни, з 1996 по 2002 рік, як кількість туристів, так і витрати на туризм збільшувалися приблизно на 12% щорічно. Туризм почав відновлюватися протягом кількох років після спаду через кризу. До головної причини слід віднести той факт, що військові дії відбувалися в частинах Хорватії, далеких від туристичних центрів, тому європейські туристи не відмовлялися від традиційного відпочинку, що і сприяло поступовому відновленню туризму. Слід зазначити, що хорватський туризм мав пляжно-курортний профіль завдяки значній кількості островів, які має Хорватія. І саме на це була спрямована рекламна кампанія, яка дала позитивні результати і відновлення потоку туристів у країну. Пляжним туризмом зацікавилися великі круїзні компанії, міжнародні туроператори та мережеві готелі й це сприяло економіці Хорватії. Як описано у статті Дж. Грзінік [7], під кінець війни цей сегмент туризму знову відновився. У 1995 році в країну прибуло 2,4 млн. туристів. Після війни значний внесок у розвиток туризму був саме за рахунок активної промоції туризму, субсидування транспорту в Хорватії, будівництва

сучасних доріг, покращення фінансового стану готельних підприємств, підготовки до туристичних сезонів, стимулювання малого бізнесу, розвиток сільського туризму та гарантії для кредитів, затверджених Хорватським банком реконструкції та розвитку. Для розвитку туризму в Хорватії у роботі Н. Скурік [9] запропоновано різні напрями, а саме розвиток сільського, екологічного та пригодницького туризму, будівництво невеликих готелів та підтримка малого бізнесу, відмова від мита для клієнтів і ПДВ (податку на додану вартість), податків на імпортне обладнання та інші засоби виробництва, які використовуються для реконструкції існуючих та будівництва нових готелів. Завдяки відмові та зниженню податку на послуги, які використовуються при створенні туристичного продукту, він здешевлюється і стає конкурентоспроможним.

Загалом аналіз наукових публікацій щодо подальшого розвитку туризму в Україні свідчить про напрацювання переважно теоретичного характеру, а розкриття даного питання з практичної точки зору з використанням соціологічних опитувань працівників туристичного бізнесу щодо їхнього бачення майбутнього розвитку туристичної діяльності є недостатнім, тому *метою статті* є вивчення особливостей розвитку туристичної діяльності у Сумській області в умовах війни та післявоєнного відновлення на основі соціологічного опитування представників туристичної сфери та обґрунтування перспектив на майбутнє.

Матеріал і методи досліджень. Базою дослідження стали дані соціологічного опитування, яке проводилося в межах естонсько-українського науково-дослідницького проєкту «Розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та стратегії на майбутнє» з 2 по 15 лютого 2023 року естонськими (Талліннський університет) та українськими вченими (Запорізький національний університет, Криворізький державний педагогічний університет, Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, Харківська державна академія культури) за підтримки Естонського дослідницького агентства. Загалом кількість респондентів становила 144 особи з 5 регіонів України, у тому числі з Сумської області – 29 (20,1%) осіб. Цільовою аудиторією були власники туристичного бізнесу, працівники закладів туристичної інфраструктури та атракцій, представники громадських організацій туристичного спрямування та виконавчої влади, яка координує туристичну діяльність на прифронтових територіях України. Соціологічне опитування включало 25 запитань закритого та відкритого типу з використанням інструменту Google-форма щодо різних напрямів діяльності туристичного бізнесу. Для розрахунків, обчислень та графічних побудов використано комп'ютерну програму Microsoft Excel 2010 та програму SPSS Statistics V21.0.

Виклад основного матеріалу. До російсько-української війни 2022-2023 рр. туристична сфера в Сумській області розвивалася динамічно. З'являлися нові туристичні атракції, розроблялися туристичні маршрути, активно розвивався сільський, подієвий туризм та ін. Однак, під час війни та окупації Сумської області російськими, військами багато туристичних локацій було знищено, або ж вони призупинили свою діяльність. Незважаючи на це, не весь туристичний бізнес не зупинив свою діяльність. І саме для розуміння сучасного стану туристичної сфери в області та з метою розуміння бачення представників туризму щодо розвитку цієї сфери економіки у майбутньому, було проведене їх соціологічне опитування, в якому взяли участь 29 (20,1%) представників туристичної сфери.

Основним видом туристичної діяльності до початку війни серед респондентів Сумської області був культурно-пізнавальний (30,3%) туризм. Фестивальним та подієвим туризмом займалися 11,8% опитаних; 10,5% – спортивний та активний туризм. По 7,9% опитаних обрали варіант сільський та екологічний, 6,6% – релігійним туризмом. По 3,6% респондентів вказали лікувально-оздоровчий та гастрономічний туризм. Ще 1,3% опитаних обрали креативний туризм. Щодо іншого варіанту відповіді (2,6%), то опитані зазначили такі види, як: виїзний туризм та освітній дитячий табір.

На питання анкети, які зміни відбулися в туристичній галузі громадах Сумської області від початку війни, респонденти зазначили наступне: по-перше, знизився рівень інтересу до відвідування туристичних об'єктів (25 %) по-друге, атрактивні туристичні об'єкти перестали функціонувати або приймати туристів (23,1%); по-третє, знизився рівень платоспроможності населення (17,3%). 13,5% опитаних зазначили, що деякі туристичні локації зазнали пошкоджень. 9,6% указали, що активізувалася співпраця між волонтерами, громадами та представниками туризму. 3,8% опитаних зазначили, що збільшився потік переселенців та їх зацікавленість до місцевих туристичних об'єктів. Щодо іншого варіанту відповіді (7,7%), то опитані зазначили, що туризм зник.

Серед проблем, з якими довелося зіткнутися підприємствам туристичної сфери Сумської області, респонденти зазначили: туристичні об'єкти, з якими був пов'язаний бізнес, потрапили в зону окупації або активних бойових дій і стали недоступними (17,6%); довелося повністю переорієнтувати свою діяльність з туристичної діяльності на інше спрямування (15,7%); партнери по туристичній діяльності припинили своє функціонування або не приймають туристів (13,7%); емоційне виснаження працівників та їх моральна неготовність працювати в сфері послуг (11,8%); також 11,8% респондентів вирішили тимчасово призупинити свою туристичну діяльність через низький попит;

працівники поїхали за кордон (7,8%); працівники були призвані на службу до ЗСУ (7,8%); довелося повністю припинити функціонування через відсутність економічної рентабельності (5,9%). Ще 7,8% опитаних респондентів зазначили свій варіант відповіді (інше): подолання викликів війни; немає продаж; емоційне виснаження працівників та їх моральна неготовність працювати в сфері послуг, відділ туризму був реорганізований в «сектор», поточна діяльність зупинена тощо.

Серед перспективних шляхів розвитку туристичної діяльності в Сумській області респонденти вказали відновлення функціонування туристичних локацій (46,5%) та можливість модернізувати туристичні об'єкти за рахунок грантових коштів (32,6%). 14,0% респондентів вважають, що туристи будуть приїжджати дивитись наслідки військових дій. 2,3% опитаним було важко відповісти. Не бачать жодних перспектив 4,7% респондентів.

Більше половини опитаних респондентів Сумської області вважають перспективними такі напрями (види) туризму, як культурно-пізнавальний (75,9%); фестивальний та подієвий і гастрономічний туризм (по 65,5%); спортивний та активний (51,7%). До не перспективних видів туризму Сумської області респонденти віднесли темний (79,3%); промисловий туризм (72,4%); креативний та діловий туризм (по 55,2%). Опитані представники сфери туризму вважають, що для створення нових туристичних локацій у громадах необхідно: відновлення інфраструктури, налагодження мирного життя; створення нових кластерів туризму, нових робочих місць; створення музеїв, меморіалів, експозицій, пам'ятних місць; розвиток різних видів туризму; створення туристичних брендів громад тощо.

Загалом, респонденти вважають, що для розвитку та удосконалення свого туристичного бізнесу відповідно до європейських практик потрібно мати достатнє фінансування на розвиток та удосконалення внутрішнього туризму; забезпечення доступності туризму для різних верств населення; розширення спектру та поліпшення якості туристичного продукту та послуг; створення державного органу управління в сфері туризму; оптимальна цінова політика на туристичні послуги та продукт; діджиталізація бізнесу; співпрацювання з туроператорами з різних країн, створення кластерної моделі організації туристичної діяльності.

Висновки. При плануванні та розробці стратегії повоєнного і післявоєнного розвитку туризму, органам державної влади потрібно враховувати думку працівників сфери туризму та орієнтуватися на досвід зарубіжних країн. Для відновлення туристичної сфери в регіонах України, у т.ч. в Сумській області, після перемоги потрібно, перш за все, зосередитися на розвитку туристичної інфраструктури, відновленні пошкоджених туристичних

об'єктів; необхідне державне стимулювання, фінансова підтримка, державні програми; удосконалення законодавчої бази; залучення іноземних партнерів, міжнародне партнерство. Представникам туристичної сфери варто зосередитися на підвищенні своєї кваліфікації, яка включає обов'язкове вивчення іноземних мов, комп'ютерних технологій, менеджменту та маркетингу, європейського досвіду розвитку туризму; налагодження зв'язків з потенційними інвесторами; удосконалення діяльності існуючих та створення нових кластерів; розробки грантових заявок і бізнес-планів на отримання фінансування від міжнародних донорів та інвесторів. Туристсько-рекреаційна сфера повинна стати одним з пріоритетів державної політики.

Дослідження виконане в рамках проекту «The development of ukrainian frontline communities and tourism business under war conditions and strategies for the future» за підтримки Естонського дослідницького агентства.

Література

1. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. №41. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>
2. Малиута Л., Королюк С. Перспективи післявоєнного відновлення внутрішнього туризму в Україні, *Трансформація бізнесу для сталого майбутнього: дослідження, діджиталізація та інновації: збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Тернопіль, 23–24 листопада 2022 р.)*. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2022. С. 156-159. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39813/2/ICBuTS_2022_Maliuta_L-Prospects_for_the_post_156-159.pdf (дата звернення 02.03.2023).
3. Моца А., Шевчук С., Серета Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. №41. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>
4. Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1 (26). С. 55-68. doi: <https://doi.org/10.33108/sepd2022.01.055>
5. Ринкиашвили Н. Проблемы и перспективы развития туризма в Грузии. *Вестник Ереванского университета. Экономика*. 2012. 3 (2). doi: <https://doi.org/10.46991/BYSU:G/2012.3.2.073>
6. Сіра Е. О., Голубець І. М., Безрученков Ю. В. Післявоєнне відновлення туризму в Україні. *Економіка та управління підприємствами*. 2022. Випуск 68. С. 155–158. doi: <https://doi.org/10.32843/infrastructure68-27>
7. Grzanic, J. (2010). Croatian Tourism Offer in The War and After War Period. *Journal of Administrative Sciences*, 8(2), 121-135. URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/70454> (дата звернення 22.02.2023).
8. Sisevic B. Development of tourism in Montenegro and future labor force needs. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. Trends and skill needs in tourism (Ed.O. Strietska-Ilina, M. Tessaring). 2005. P. 120–126. URL: [https://nscpolteksby.ac.id/ebook/files/Ebook/Hospitality/Trends%20and%20skill%20needs%20in%20tourism%20\(2005\)/16.%20Chapter%2015%20-%20Development%20of%20tourism%20in%20Montenegro%20and%20future%20labour%20force%20needs.pdf](https://nscpolteksby.ac.id/ebook/files/Ebook/Hospitality/Trends%20and%20skill%20needs%20in%20tourism%20(2005)/16.%20Chapter%2015%20-%20Development%20of%20tourism%20in%20Montenegro%20and%20future%20labour%20force%20needs.pdf) (дата звернення 28.02.2023).
9. Skuric N. Development of tourism in Croatia as a new tourist destination compared to tourism development in select post-communist countries. Thesis. Rochester Institute of Technology. 1999.

URL: <https://scholarworks.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1513&context=theses> (дата звернення 23.02.2023).

10. Strategy of Sumy region economy recovery and development for 2022-2024. Sumy Regional State Administration. Sumy Regional Military Administration. 36 p. URL: http://sm.gov.ua/images/docs/2022/strategy_2022-2024_eng.pdf (дата звернення 22.02.2023).

Summary

Reimann M., Kornus O.H., Palang H., Kornus A.O. Peculiarities of Tourism Development in Sumy Region in the Conditions of War and Prospects for the Future.

Sumy region has significant resources for the development of various types of tourism. Due to the war, tourism has suffered considerable losses, although it continues to work. The aim of the article is to study the peculiarities of the development of tourism in Sumy region in the conditions of war and post-war reconstruction on the basis of a sociological survey of representatives of the tourism sector and defining future prospects. The study is based on the data of a sociological survey, which was conducted from the 2nd of February to the 15th of February, 2023 as a part of the Estonian-Ukrainian research project «The Development of Ukrainian Frontline Communities and Tourism Business under War Conditions and Strategies for the Future», which is being implemented on the basis of the Landscape and Culture Center of the School of Humanities of Tallinn University. The number of respondents was 144 people from 5 regions of Ukraine, including 29 (20.1%) people from Sumy region. The respondents are representatives of the tourism sector. The sociological survey included 25 questions of closed and open type using the Google Form tool in various areas of tourism business. The Microsoft Excel 2010 computer program and the SPSS Statistics V21.0 program were used for calculations and graphical constructions. Before the war started, the main type of tourism activity for the respondents of Sumy region was cultural and educational, festival and event, sports and active tourism. Among the main changes that have taken place in the tourism sector in Sumy region communities since the beginning of the war, the respondents note the following: the level of interest in visiting tourist sites has decreased, attractive tourist sites have stopped functioning or receiving tourists; the level of population paying capacity has decreased and some tourist sites have been damaged significantly. Among the problems that enterprises of Sumy region tourism sector had to face, the respondents note: the tourist sites which the business was connected with fell into the zone of occupation or active hostilities and became inaccessible; reorientation of tourism activities to another direction; cessation of tourism activities, etc. The interviewed representatives of the tourism sector believe that in order to create new tourist locations in communities, it is necessary: to restore infrastructure, to establish a peaceful life; to create new tourism clusters, new jobs; to found museums, memorials, expositions, memorable places; to develop industrial tourism; to start community tourism brands; to introduce digitalization of business; to cooperate with tour operators from different countries; to implement a cluster model for organizing tourism activities.

Keywords: *tourism, sociological survey, development prospects, Sumy region.*