

Теребух А. А.

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри туризму*

Роїк О. Р.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму*

*Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів, Україна*

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО: ІНСТРУМЕНТИ ЗАЛУЧЕННЯ РЕСУРСІВ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У ВІДНОВЛЕННІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Нині повоєнне відновлення України вимагає комплексного підходу до відновлення ключових галузей економіки, серед яких туристична галузь відіграє особливу роль. Туризм не лише сприяє формуванню позитивного іміджу країни на міжнародній арені, але й забезпечує економічне зростання, створення робочих місць, розвиток регіональної інфраструктури та активізацію місцевих громад. Проте масштабні руйнування, спричинені війною, значно ускладнили розвиток туристичної сфери, що обумовлює необхідність пошуку нових механізмів її відновлення та подальшого сталого розвитку.

Одним із найбільш ефективних інструментів у цьому контексті є державно-приватне партнерство (ДПП), яке дозволяє поєднувати фінансові, інфраструктурні, людські та інноваційні ресурси держави та бізнесу. ДПП пропонує унікальні можливості для реалізації масштабних проєктів у сфері туризму, починаючи від відновлення культурної спадщини та розбудови туристичної інфраструктури до розробки спільних маркетингових стратегій для просування туристичних дестинацій України [1].

На сучасному етапі розвитку туристичної галузі в Україні використання ДПП є не лише перспективним, але й необхідним. Воно дозволяє знизити фінансове навантаження на державний бюджет, залучаючи приватний капітал для реалізації важливих проєктів [2]. Крім того, партнерство із приватним сектором сприяє впровадженню новітніх технологій, які є критично важливими для ефективного функціонування галузі в умовах сучасного глобалізованого світу.

Особливого значення ДПП набуває у контексті маркетингового просування туристичної галузі. Спільна участь державних і приватних суб'єктів у розробці маркетингових стратегій дозволяє значно підвищити конкурентоспроможність українських туристичних продуктів як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Це включає розробку брендів регіонів, створення інтегрованих маркетингових кампаній та просування унікальних туристичних дестинацій через цифрові платформи.

Однак ефективне впровадження механізмів ДПП у сфері туризму в Україні потребує не лише фінансових та технічних ресурсів, але й сприятливого

інституційного середовища, зокрема чіткої нормативно-правової бази та ефективних управлінських механізмів.

Аналіз наукових джерел [3-5] показує, що ДПП є важливим інструментом для забезпечення ресурсів, необхідних для комплексного відновлення та подальшого розвитку туристичної галузі України. Його ефективне використання дозволяє об'єднати зусилля держави та бізнесу для досягнення спільної мети – перетворення туристичного сектору в конкурентоспроможну та інноваційну складову національної економіки. Зокрема ДПП відіграє ключову роль у мобілізації фінансових ресурсів, необхідних для відновлення туристичної галузі. Завдяки залученню інвестицій приватних компаній створюються передумови для реалізації масштабних проєктів, спрямованих на відновлення інфраструктури, включаючи готелі, курортні комплекси та туристичні маршрути. Окрім цього, ДПП сприяє формуванню сучасних кластерів туризму і гостинності, що забезпечують комплексний підхід до розвитку регіональної туристичної сфери [6-7]. Важливим аспектом є використання людських та інфраструктурних ресурсів, що можливе завдяки ефективному функціонуванню ДПП. Приватний сектор, у партнерстві з державою, може фінансувати програми професійного навчання та перепідготовки кадрів для туристичної галузі, які постраждали внаслідок війни. Також за допомогою спільних ініціатив можливо розробляти програми розвитку місцевих громад, спрямовані на залучення жителів до туристичного бізнесу та інтеграцію локальної економіки у загальнонаціональну стратегію відновлення [8]. Технологічні ресурси, які часто доступні приватному сектору, також можуть бути ефективно використані в межах державно-приватного партнерства. Сучасні технології, зокрема цифрові платформи для бронювання, аналітичні інструменти управління туристичними потоками та інноваційні рішення для маркетингових кампаній, здатні значно підвищити ефективність діяльності туристичної галузі. Інтеграція цих рішень у державні ініціативи сприяє не лише підвищенню якості надання послуг, але й створенню нових можливостей для залучення туристів з усього світу.

За таких умов, державно-приватне партнерство стає ключовим інструментом у відновленні та розвитку туристичної галузі України, забезпечуючи необхідні ресурси та створюючи передумови для інноваційного зростання сектору. Спільні зусилля держави та бізнесу не лише дозволяють мобілізувати фінансові, людські та технологічні ресурси, але й сприяють формуванню сталих стратегій для відновлення інфраструктури, створення нових кластерів туризму та підвищення кваліфікації кадрів. Важливою складовою цього процесу є також інтеграція сучасних технологій, які дозволяють оптимізувати управління туристичними потоками та підвищити ефективність маркетингових кампаній, що забезпечує конкурентоспроможність українського туристичного ринку на міжнародній арені.

ДПП є ефективним механізмом для розробки та реалізації комплексних маркетингових стратегій у туристичній галузі [9]. Спільна участь держави та приватного сектору у просуванні туристичних продуктів створює можливості для формування позитивного іміджу України як туристичної дестинації та

залучення іноземних і внутрішніх туристів. Одним із ключових напрямів співпраці є організація спільних маркетингових кампаній, які охоплюють участь у міжнародних туристичних виставках, форумах та інших професійних заходах. Такі заходи сприяють популяризації українських туристичних продуктів на міжнародному ринку, підвищенню їхньої конкурентоспроможності та розширенню цільової аудиторії. Окрім цього, державно-приватне партнерство дозволяє створювати унікальні бренди регіонів, що інтегрують культурну, природну та історичну спадщину кожного окремого регіону, формуючи таким чином привабливий імідж територій для туристів. Важливим аспектом є використання цифрових технологій, які забезпечують можливість ефективного таргетування аудиторії через сучасні рекламні інструменти, соціальні мережі та спеціалізовані туристичні платформи.

Особливого значення у межах ДПП набуває процес ребрендингу регіонів, що зазнали руйнувань внаслідок воєнних дій. Завдяки співпраці з приватним сектором, держава може ініціювати проекти, які акцентують увагу на збереженні та популяризації культурної спадщини, розвитку меморіального туризму або використанні унікальних природних ресурсів. Наприклад, ребрендинг може бути спрямований на створення образу регіонів як символів відродження, де поєднуються трагічні події з героїзмом та спільними зусиллями на шляху до відновлення. ДПП дозволяє не лише підвищувати якість маркетингових заходів, але й розподіляти витрати на їхню реалізацію між державою та бізнесом, що сприяє їхньому сталому впровадженню навіть за умов обмежених фінансових ресурсів. У результаті така співпраця створює довгострокові перспективи для розвитку туристичної галузі та закладає основу для ефективної комунікації України з міжнародною туристичною спільнотою.

Таким чином, державно-приватне партнерство у туристичній галузі України має великий потенціал для розвитку, об'єднуючи ресурси держави та бізнесу. Воно сприяє реалізації масштабних проектів з відновлення інфраструктури, підвищенню конкурентоспроможності туристичних продуктів і створенню нових робочих місць. Це, у свою чергу, стимулює розвиток регіонів та покращує соціально-економічну ситуацію в місцевих громадах. Однак, реалізація ДПП стикається з викликами, серед яких недостатня законодавча база, низький рівень довіри між державними органами та приватними компаніями, а також обмежений доступ до фінансових ресурсів через економічну нестабільність (табл. 1). Для ефективної реалізації потенціалу ДПП у туризмі необхідно розробити цілу низку заходів, які сприятимуть подоланню наявних викликів та забезпечать стабільний розвиток цієї важливої галузі. Зокрема, необхідно створити спеціальні програми підтримки туристичної галузі, які б надавали пільгові умови для залучення інвестицій, забезпечували необхідне фінансування для розвитку інфраструктури та розвитку людських ресурсів. Законодавчі ініціативи, спрямовані на стимулювання інвестицій у туризм, також повинні стати важливим елементом, адже чітка правова база забезпечить стабільність та передбачуваність умов для бізнесу. Окрім того, створення спільних фондів для фінансування

маркетингових проєктів, а також інших ініціатив, здатних сприяти просуванню туристичних продуктів, стане важливим кроком до ефективної реалізації ДПП у туристичній сфері. Тільки за умови впровадження цих заходів можна буде забезпечити сталий розвиток туристичної галузі України в післявоєнний період.

Таблиця 1

Переваги, виклики та перспективи розвитку державно-приватного партнерства в туристичній галузі України

Категорія	Переваги	Виклики	Перспективи розвитку
Ресурсне забезпечення	Синергія між ресурсами держави та бізнесу. Підвищення ефективності використання фінансових, людських та інфраструктурних ресурсів.	Недостатня законодавча база для ефективного впровадження ДПП. Низький рівень довіри між державними та приватними суб'єктами.	Розробка спеціальних програм підтримки туристичної галузі в рамках ДПП. Запровадження законодавчих ініціатив для стимулювання інвестицій.
Конкурентоспроможність	Підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів через інноваційні технології та маркетингові стратегії.	Обмежений доступ до фінансових ресурсів через економічну нестабільність.	Створення спільних фондів для фінансування маркетингових проєктів, спрямованих на просування туризму.
Розвиток регіонів	Створення нових робочих місць, стимулювання розвитку місцевих громад, поліпшення соціально-економічної ситуації.	Економічна нестабільність в Україні, що обмежує можливості для масштабних інвестицій.	Інтеграція локальної економіки в загальнонаціональну стратегію відновлення через спільні ініціативи держави та бізнесу.
Інфраструктурний розвиток	Відновлення туристичної інфраструктури (готелі, курортні комплекси, маршрути), створення нових кластерів туризму і гостинності.	Брак фінансування для масштабних інфраструктурних проєктів.	Спільні інвестиційні проєкти для відновлення та розвитку туристичної інфраструктури, включаючи готелі та курортні комплекси.
Професійний розвиток	Підвищення кваліфікації кадрів через спільне фінансування програм навчання та перепідготовки.	Недостатня кількість висококваліфікованих спеціалістів у галузі.	Розробка програм для професійної підготовки кадрів, спрямованих на розвиток туризму в післявоєнний період.

Таким чином, ДПП є важливим інструментом відновлення туристичної галузі України, здатним забезпечити комплексний підхід до мобілізації ресурсів, розвитку інфраструктури та реалізації ефективних маркетингових стратегій. Спільна робота держави та приватного сектору дозволяє ефективно мобілізувати фінансові, людські та інфраструктурні ресурси для відновлення інфраструктури та створення нових туристичних кластерів. Така фінансова синергія між державою та бізнесом дозволяє залучати значні інвестиції,

необхідні для відновлення та розвитку туристичних об'єктів, таких як готелі, курорти та туристичні маршрути. Це створює можливості для відновлення регіональної економіки, створення нових робочих місць та покращення соціально-економічної ситуації в місцевих громадах. Маркетингові стратегії, реалізовані через ДПП, дозволяють не лише просувати туристичні продукти на міжнародних ринках, але й формувати нові бренди регіонів. Інтеграція сучасних технологій та інноваційних підходів, таких як цифрові платформи для бронювання і таргетовані рекламні кампанії, значно підвищує ефективність просування туристичних продуктів. Перспективи розвитку ДПП в туристичній галузі України залежать від удосконалення законодавчої бази та створення сприятливих умов для залучення інвестицій. Необхідно розробити спеціальні програми підтримки туристичної інфраструктури, а також створити спільні фонди для фінансування маркетингових ініціатив.

Список використаних джерел:

1. Леоненко Н. А. Механізм державно-приватного партнерства в межах державної політики розвитку туристичної сфери України. Публічне управління і адміністрування в Україні. 2019. Вип. 14. С. 63–66.
2. Козловський Є. В., Ткаченко Т. І. Особливості управління проектами в сфері туризму на основі застосування механізмів державно-приватного партнерства. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 9. С. 78–82.
3. Івашова Л. М. Державно-приватне партнерство у сфері туризму як дієвий механізм забезпечення сталого розвитку економіки країни і регіонів. Публічне управління та адміністрування. 2018. № 1. С. 52–61.
4. Скляр Г. П., Карпенко Ю. В. Державно-приватне партнерство в сфері гастрономічного туризму як інструмент модернізаційного розвитку економіки регіонів. Економічний вісник Донбасу. 2015. № 1 (39). С. 98–104.
5. Захарін С. В., Бебко С. В. Використання економічних механізмів державно-приватного партнерства у сфері популяризації національної культурної спадщини. Ефективна економіка. 2020. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7647>.
6. Мартинова Н. С., Назаренко О. В. Особливості розвитку форм державно-приватного партнерства в індустрії туризму в Україні. Вісник соціально-економічних досліджень. 2020. № 3–4 (74–75). С. 190–204.
7. Тимошенко Т. О. Напрями удосконалення публічного управління розвитком туризму на засадах державно-приватного партнерства. Публічне адміністрування та національна безпека. 2019. № 3. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15687143236118.pdf>
8. Кошарний В. О. Характеристика туристичних рекреаційних зон України та їх удосконалення на основі державно-приватного партнерства. Економіка та управління на транспорті. 2017. Вип. 4. С. 116–123.
9. Хитра О. Синергія публічно-приватного партнерства як запорука ефективного функціонування рекреаційно-туристичної сфери у контексті сталого розвитку регіонів. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-43>